

| Nom du Cours                       | Semestre du Cours   | Cours Théoriques | Travaux Dirigés (TD) | Travaux Pratiques (TP) | Crédit du Cours | ECTS |
|------------------------------------|---|------------------|----------------------|------------------------|-----------------|------|
| COM367 Recherches en communication | 5   | 3                | 0                    | 0                      | 3               | 4    |
| Cours Pré-Requis                   |   |                  |                      |                        |                 |      |
| Conditions d'Admission au Cours    |   |                  |                      |                        |                 |      |
| Langue du Cours                    | Turc  |                  |                      |                        |                 |      |
| Type de Cours                      | Obligatoire   |                  |                      |                        |                 |      |
| Niveau du Cours                    | Licence   |                  |                      |                        |                 |      |
| Objectif du Cours                  | On interroge d'abord dans ce cours comment peut-on poser des questions concernant les phenemones mediatiques. Quelles sont les problemetiques legitimes des sciences de l'information et de la communication. Des exemples de sujets de recherches recents venant de la societe (violence sur le Web, les pulicites et les films populaires...etc.) sont discutes en lien avec les recherches des effets des medias. L'essential des theories des sciences de la communication est rappelle par rapport a leur problematique et a leur choix methodologique. Ainsi nous avons l'objectif de donner les mots cles des methodes de recherches frequemment utilisees en sciences de l'information et de la communicaton. |                  |                      |                        |                 |      |
| Contenus                           | (Intitulés des sujets)  |                  |                      |                        |                 |      |
|                                    | 1- La sociologie de l'audience, source: Judith Lazar, Sociologie de la communication, Armand Colin, Paris, 1991, pp.75-100.   |                  |                      |                        |                 |      |
|                                    | 2- Publics et Documentés, Source: Jérôme Bourdon, Introduction aux médias, Montchrestien, Paris, 1997. pp.53-103.   |                  |                      |                        |                 |      |
|                                    | 3- La communication de masse: definitions et analyses. Source: Christian Baylon, et all., La communication, Nathan, 1994. pp.167-212.   |                  |                      |                        |                 |      |
|                                    | 4- Les relations publiques, véritable instrument de démocratie, Bernard Dagenais, Communications, vol.23, no:1, 2004.   |                  |                      |                        |                 |      |
|                                    | 5- Journalistes, une si fragile victoire, source: Dominique Wolton, Hermes, no:35, 2003. pp. 9-31.  |                  |                      |                        |                 |      |
|                                    | 6- La publicité. Source: Christian Baylon, La communication, Nathan, 1994, pp.283-370.  |                  |                      |                        |                 |      |
|                                    | 7- Le discours de la publicité. Source: Rodlphe Ghiglione, L'analyse automatique des contenus, Dunod, 1998, pp.99-143.  |                  |                      |                        |                 |      |
|                                    | 8- Journalisme et publicite. Source: Jean Michel Utard, Etudes de Communication, no:27, 2005, pp.109-119.   |                  |                      |                        |                 |      |
|                                    | 9- Les messages publicitaires. Source, Didier Courbet, Hermes, no:41, 2005, pp.67-74.   |                  |                      |                        |                 |      |
| Ressources                         | 10- La societe televisee, source:Rene Predal, Les medias et la communication audiovisuelle, Les Editions D'organisation, 1995, pp.163-2001.   |                  |                      |                        |                 |      |
|                                    | 11- Analyse des images de television, source: Jacques Noyer, Etudes de communication, no:27, 2005, pp.137-157.  |                  |                      |                        |                 |      |
|                                    | 12- La communication publique, source: Genevieve paicheler, Hermes, no:41, 2005, pp.103-120.  |                  |                      |                        |                 |      |
|                                    | 13- Communication et la constitution du public, source: Helene Joffe, Hermes, no:41, 2005, pp.121-129.  |                  |                      |                        |                 |      |
|                                    | 14- Semiotique, source: Karihe Berthelot-Guiet, Etudes de communication, no:27, 2005, pp.121-134.   |                  |                      |                        |                 |      |
|                                    | 15- Analyse de l'enjeu du titre dans la presse quotidien, source: Aurelie Tavernier, Etudes de communication, no:27, pp.159-175.  |                  |                      |                        |                 |      |
|                                    | 16- Analyse semiologique et pragmatique des discours (internet), source: Annie Gentes, Hermes, no:22, 1998, pp.131-142.   |                  |                      |                        |                 |      |
|                                    | 17- Communication Interculturelle, source: Joanna Nowicki, Hermes, no:41, 2005, pp.131-138 et Yves Winkin, Anthropologie de la communication, Point-Essais, Paris, 2000, pp.193-205.  |                  |                      |                        |                 |      |
|                                    | 18- Cultural studies, source: Armand Mattelart et Eric Neveu, Intrroduction aux cultural studies, la Decouverte, 2003, pp.50-69 et pp.91-108.   |                  |                      |                        |                 |      |
|                                    | 19- Une evaluation des sciences de la communication et de l'information, Source: Robert Boure, Communication, vol. 24, no:1, 2005, pp.9-37.   |                  |                      |                        |                 |      |

## Intitulés des Sujets Théoriques

| Semaine | Intitulés des Sujets                           |
|---------|--|
| 1       | présentation du cours                          |
| 2       | Les film de Leni Rienfenstal et Susan Sontag 1 |
| 3       | Les film de Leni Rienfenstal et Susan Sontag 2 |
| 4       | Les film de Leni Rienfenstal et Susan Sontag 3 |
| 5       | Bernardo Bertolucci Il Conformista 1           |
| 6       | Bernardo Bertolucci Il Conformista 2           |

**Semaine****Intitulés des Sujets**

|    |   |
|----|---|
| 7  | Examen partiel                              |
| 8  | La cinematografie de Michael Haneke         |
| 9  | Septieme Continent -Societe de consommation |
| 10 | Benny's Video- media et violence            |
| 11 | Black Mirror- nouveaux medias 1             |
| 12 | Black Mirror- nouveaux medias 2             |
| 13 | societe de controle et surveillance 1       |
| 14 | societe de controle et surveillance 2       |