

Contenus

Nom du Cours		Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
COM282	Recherche en Communication	4	2	0	0	2	3

Cours Pré-Requis	
Conditions d'Admission au Cours	

Langue du Cours	Français
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 phénomènes médiatiques. Quelles sont les problématiques légitimes des sciences de l'information et de la communication. Des exemples de sujets de recherches récents venant de la société (violence sur le Web, les publicités et les films populaires...etc.) sont discutés en lien avec les recherches des effets des médias. L'essentiel des théories des sciences de la communication est rappelé par rapport à leur problématique et à leur choix méthodologique. Ainsi nous avons l'objectif de donner les mots clés des méthodes de recherches fréquemment utilisées en sciences de l'information et de la communication.
Contenus	(Intitulés des sujets)

Ressources	<p>1- La sociologie de l'audience, source: Judith Lazar, Sociologie de la communication, Armand Colin, Paris, 1991, pp.75-100.</p> <p>2- Publics et Documents, Source: Jérôme Bourdon, Introduction aux médias, Montchrestien, Paris, 1997. pp.53-103.</p> <p>3- La communication de masse: definitions et analyses. Source: Christian Baylon, et all., La communication, Nathan, 1994. pp.167-212.</p> <p>4- Les relations publiques, véritable instrument de démocratie, Bernard Dagenais, Communications, vol.23, no:1, 2004.</p> <p>5- Journalistes, une si fragile victoire, source: Dominique Wolton, Hermes, no:35, 2003. pp. 9-31.</p> <p>6- La publicité. Source: Christian Baylon, La communication, Nathan, 1994, pp.283-370.</p> <p>7- Le discours de la publicité. Source: Rodlphe Ghiglione, L'analyse automatique des contenus, Dunod, 1998, pp.99-143.</p> <p>8- Journalisme et publicite. Source: Jean Michel Utard, Etudes de Communication, no:27, 2005, pp.109-119.</p> <p>9- Les messages publicitaires. Source, Didier Courbet, Hermes, no:41, 2005, pp.67-74.</p> <p>10- La societe televisee, source:Rene Predal, Les medias et la communication audiovisuelle, Les Editions D'organisation, 1995, pp.163-2001.</p> <p>11- Analyse des images de television, source: Jacques Noyer, Etudes de communication, no:27, 2005, pp.137-157.</p> <p>12- La communication publique, source: Genevieve paicheler, Hermes, no:41, 2005, pp.103-120.</p> <p>13- Communication et la constitution du public, source: Helene Joffe, Hermes, no:41, 2005, pp.121-129.</p> <p>14- Semiotique, source: Karihe Berthelot-Guiet, Etudes de communication, no:27, 2005, pp.121-134.</p> <p>15- Analyse de l'enjeu du titre dans la presse quotidien, source: Aurelie Tavernier, Etudes de communication, no:27, pp.159-175.</p> <p>16- Analyse semiologique et pragmatique des discours (internet), source: Annie Gentes, Hermes, no:22, 1998, pp.131-142.</p> <p>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.</p> <p>18- Cultural studies, source: Armand Mattelart et Eric Neveu, Intrroduction aux cultural studies, la Decouverte, 2003, pp.50-69 et pp.91-108.</p> <p>19- Une evaluation des sciences de la communication et de l'information, Source: Robert Boure, Communication, vol. 24, no:1, 2005, pp.9-37.</p>
------------	---

Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets
1	Société de masse et recherches en communication
2	Trio classique : Media, message, cible/récepteur/lecteur
3	Contextes socio-politico économique des recherches en communication
4	Recherches sur la réception
5	Recherches sur le message
6	Comprendre média
7	Pourquoi toujours des études d'effet ?
8	Partiel
9	Recherches sur le journalisme
10	Recherches sur les relations publiques
11	Recherches sur la publicité
12	Les recherches sur le cinéma
13	Nouveaux médias et le lien social
14	Tradition de recherche de la théorie critique

Semaine	Intitulés des Sujets
---------	----------------------