



**Programmes de cours**  
**Information-communication**  
**2021-2022**

## Sommaire

<b>L1 Information-communication .....</b>	<b>3</b>
<b>L2 Information-communication .....</b>	<b>7</b>
<b>L3 Information-communication .....</b>	<b>9</b>
<b>L1 numérique en Information-Communication.....</b>	<b>14</b>
<b>L2 numérique en information-communication .....</b>	<b>17</b>
<b>L3 numérique en information-communication .....</b>	<b>19</b>
<b>Double licence Histoire et Médias - 1ère année de double licence .....</b>	<b>23</b>
<b>Double licence Histoire et Médias - 2<sup>ème</sup> année de double licence.....</b>	<b>25</b>
<b>Double licence Histoire et Médias - 3<sup>ème</sup> année de double licence.....</b>	<b>28</b>
<b>Double diplôme Global : Master IFP - Business School de l'Essec .....</b>	<b>30</b>
<b>Master Information, communication Parcours Journalisme.....</b>	<b>31</b>
<b>Master Information, communication Parcours Médias et mondialisation .....</b>	<b>32</b>
<b>Master Information, communication Parcours Médias, communication et sport.....</b>	<b>33</b>
<b>Master Information, communication Parcours Médias, communication et villes numériques .....</b>	<b>35</b>
<b>Master Information, communication Parcours Médias, langages et sociétés.....</b>	<b>36</b>
<b>Master Information, communication Parcours Médias, publics et cultures numériques.....</b>	<b>38</b>
<b>Master Information, communication Parcours Usages du numérique, innovation, communication (UNIC).....</b>	<b>41</b>

## **L1 Information-communication**

### **Introduction aux médias et au journalisme (6008)**

- [Cloner le contenu](#)

**Code interne :** 6008

**Responsable(s) :**

- [M. Rémy RIEFFEL](#)

**Programme de cours :**

(mars 2020)

La place des médias et des nouvelles technologies numériques devient de plus en plus visible et déterminante dans nos sociétés. Nous croyons bien les connaître parce qu'ils font partie de notre environnement quotidien (journaux, radios, télévisions, ordinateurs, smartphones, tablettes, etc.). Pourtant, beaucoup de lieux communs et de jugements hâtifs circulent à leur sujet.

Ce cours a principalement pour objectif de démystifier les idées reçues concernant les médias, leur rôle et leur influence aujourd'hui. Est-il vrai que la presse écrite va disparaître ? Peut-on dire que la télévision fait encore l'élection ? Quel est le véritable pouvoir des images et des réseaux sociaux ? Internet est-il synonyme de révolution culturelle ? Telles sont quelques-unes des questions auxquelles on tentera de répondre.

Pour ce faire, on décrira le panorama du paysage médiatique français aujourd'hui en analysant le succès grandissant d'Internet et des réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat,

etc.) notamment auprès des jeunes ; en étudiant la crise de la presse écrite, le poids de la radio et de la télévision. On tentera également de comprendre la manière dont le public utilise aujourd'hui les médias classiques et les médias numériques, de préciser les modalités de travail et le rôle des journalistes, de saisir les enjeux de la nouvelle communication politique ainsi que les mutations du monde de la culture à l'ère numérique.

### **Introduction aux Sciences de l'information et de la Communication (SIC) (6014)**

- [Cloner le contenu](#)

**Code interne :** 6014

**Responsable(s) :**

- [M. Arnaud MERCIER](#)

**Programme de cours :**

(février 2022)

Ce cours vise à donner les bases du raisonnement sociologique appliqué à des questions de communication. Il présente certains acquis de plusieurs champs de recherche : les cultural studies ; les interactions dans le cadre de la communication interpersonnelle ; les problématiques d'incompréhension et d'incommunication ou encore les théories des effets des médias.

# PROGRAMMES DE COURS 2021-2022

---

## Histoire de la communication (6016)

- [Cloner le contenu](#)

**Code interne :** 6016

**Responsable(s) :**

- [Mme Cécile MÉADEL](#)
- [Mme Bibia PAVARD](#)
- [M. Romain BADOUARD](#)

**Programme de cours :**

(mars 2022)

Ce cours porte sur le développement des outils de communication, leurs techniques, leurs objets et leurs usages, depuis l'imprimerie jusqu'à internet, en passant par le télégraphe et les moyens audiovisuels. Il s'intéresse aux développements de ces innovations, montre la complexité des processus qui les voient naître et met en évidence le rôle des utilisateurs dans le déploiement de ces techniques.

## Sémiologie de l'écrit et de l'image (6018)

- [Cloner le contenu](#)

**Code interne :** 6018

**Programme de cours :**

(mars 2022)

Madame le professeur Flore DI SCIULLO

L'enjeu de ce cours magistral est de proposer une initiation aux notions fondamentales de la sémiologie, discipline au croisement de la philosophie, de l'anthropologie et de la linguistique. Tous les objets étudiés en cours seront également appréhendés dans une perspective historique. Nous verrons

ainsi que les « signes » ne peuvent être compris qu'en tant qu'ils évoluent dans le temps et prennent sens dans un réseau de sens et d'usages collectifs. Nos objets d'étude iront du tableau de la Renaissance aux séries télévisées, en passant par les campagnes publicitaires, la photographie de presse ou encore les GIF. Le point commun : analyser ces productions médiatiques dans leur signification et leur circulation dans la vie sociale. Le cours est composé de trois cycles : « Du texte à l'image et de l'image au texte : premiers repères sémiologiques » ; « Vérité et mensonge en régime médiatique » ; « Des images du pouvoir aux pouvoirs de l'image ».

## Relations internationales (2300)

- [Cloner le contenu](#)

**Code interne :** 2300

**Responsable(s) :**

- [M. Jean-Jacques ROCHE](#)

**Programme de cours :**

(février 2021)

Ce cours d'initiation aux Relations Internationales a un double objectif. Le premier objectif est de comprendre les raisons qui ont permis de pacifier les relations interétatiques en réduisant considérablement l'anarchie internationale. Avec moins de 80.000 morts provoqués en 2019 par la violence politique, il est possible de considérer que le monde n'a jamais été aussi peu dangereux. Paradoxalement, les images des conflits qui perdurent, le terrorisme, les atteintes à l'environnement, la vitesse de circulation des épidémies induisent un très fort sentiment d'insécurité qui

# PROGRAMMES DE COURS 2021-2022

---

contredit ces évolutions statistiques. La première partie du cours analysera donc ce paradoxe. Il conviendra tout d'abord de dresser l'inventaire des instruments qui ont permis de réduire la conflictualité internationale. Dans un second temps, il sera possible de montrer que, débarrassés « du fléau de la guerre » (interétatique), les États ont pris en considération d'autres types de menaces qu'ils négligeaient jusqu'alors (terrorisme, violences intérieures, atteintes aux droits de l'homme, dégradation de l'environnement...), induisant de ce fait la perception d'un monde toujours dangereux en dépit du recul de la guerre interétatique.

Le second objectif de ce cours d'initiation sera de proposer différentes grilles d'interprétation du monde de l'après-guerre froide en s'appuyant sur les théories des relations internationales. Pour ce faire, le monde sera découpé en quatre scènes : la scène interétatique, la scène des organisations internationales, la scène de la société-monde, la scène de l'économie-monde). L'examen de chacune de ces scènes permettra de privilégier des paramètres spécifiques mettant en avant des dimensions particulières de la vie internationale (multilatéralisme, gouvernance globale, démocratie de marché...). La prise en compte des dimensions politique, historique, juridique, économique et sociologique des Relations Internationales visera ainsi à comprendre le rôle des multiples acteurs impliqués dans la structuration du monde contemporain, lequel oscille en permanence entre compétition et coopération, amitié et hostilité.

## PLAN DU COURS

Introduction

PARTIE I : LA SCENE DE LA SOCIETE INTERETATIQUE

Section I - La souveraineté, principe d'organisation de la vie internationale

Section II - Le monde westphalien

Section III - L'anarchie tempérée des rapports interétatiques

PARTIE II : LA SCENE DES ORGANISATIONS INTERNATIONALES

Section I - Coordination et interdépendance

Section II - Le multilatéralisme

Section III - Les relations avec la scène interétatique

PARTIE III : LA SCENE DE LA SOCIETE-MONDE

Section I - Le monde post-westphalien

Section II - La gouvernance globale

Section III - Les relations avec la scène interétatique

PARTIE IV : LA SCENE DE L'ECONOMIE MONDE

Section I - La mondialisation économique

Section II - La démocratie de marché  
Section II - Les relations avec la scène interétatique

Conclusion

I - Les nouvelles grilles d'interprétation de la scène interétatique

II - La potentialisation des changements induits par la cohabitation des scènes annexes à la scène interétatique

III - L'influence de la scène des organisations internationales sur la scène interétatique

IV - L'influence de la scène de la société-monde sur la scène interétatique

V - L'influence de la scène de l'économie-

monde sur la scène interétatique

constitueront le principal objet de ce cours.

## **Histoire du droit et des institutions (3040)**

- [Cloner le contenu](#)

**Code interne :** 3040

**Responsable(s) :**

- [M. Anthony MERGEY](#)
- [M. Nicolas CORNU-THÉNARD](#)
- [M. Pascal GOURGUES](#)

**Programme de cours :**

### **Résumé de cours de Monsieur le professeur Anthony Mergey (février 2022)**

La tentation contemporaine est de faire de l'État un bloc homogène et uniforme, comme s'il n'avait jamais existé qu'une seule forme d'État. La définition traditionnelle de l'État repose sur des critères organique (une population), géographique (un territoire) et fonctionnel (des institutions exerçant une autorité). Cette définition juridique présente l'intérêt de faire abstraction de la forme d'unité politique (monarchie, république, tyrannie...) et de la nature du régime (absolutiste, libéral, totalitaire...), mais elle fait l'impasse sur l'État en tant que processus, c'est-à-dire comme construction historique. En effet, l'État tel que nous le connaissons n'a pas toujours existé ; il a connu plusieurs figures que l'histoire et le droit révèlent. Il n'est donc pas seulement un « concept » avec son appareillage juridique, il est aussi une création historique qui a pris, à travers les siècles, des formes diverses plus ou moins élaborées. Le déclin, la reconstruction et le triomphe de l'État en France, du Ve siècle à la veille de la Révolution française,

## L2 Information-communication

### Communication politique (6084)

- [Cloner le contenu](#)

Code interne : 6084

Responsable(s) :

- [M. Arnaud MERCIER](#)

Programme de cours :

(mars 2022)

Ce cours présente une sélection parmi les multiples entrées possibles pour aborder les enjeux de la communication politique. Sont abordés la question des fake news et des manipulations de l'information, mais aussi la propagande politique ainsi que les relations entre télévision et politique ou entre réseaux sociaux numériques et activité politique, en période électorale.

### Les Industries culturelles (6033)

- [Cloner le contenu](#)

Code interne : 6033

Responsable(s) :

- [M. Arnaud MERCIER](#)

Programme de cours :

(mars 2022)

Ce cours expose l'histoire des théories culturelles liées aux notions, souvent controversées, de culture de masse, d'industries culturelles, d'industries créatives, ou encore d'économie de l'attention à l'ère de l'internet.

### Internationalisation des programmes de fiction (6031)

- [Cloner le contenu](#)

Code interne : 6031

Programme de cours :

(mars 2022)

Après avoir étudié comment s'est formée et développée l'industrie audiovisuelle et cinématographique aux États-Unis et cerné les logiques qui la structurent, le cours décrypte ses mutations depuis les années 1980, sous l'effet de la déréglementation, puis de l'émergence d'internet. Période par période, sont analysés les modes d'internationalisation de ses programmes et leurs enjeux. Le cours procède ensuite de la même manière pour l'étude de l'industrie du film indien, de l'industrie des *telenovelas* et des *dramas* sud-coréens ou japonais, de manière à offrir une perspective décentrée sur le sujet. Un TD complète le cours, en proposant des textes clefs sur ces différentes industries de programmes de fiction.

# PROGRAMMES DE COURS 2021-2022

---

## Introduction au droit de la communication (6039)

- [Cloner le contenu](#)

Code interne : 6039

Responsable(s) :

- [Mme Agnès GRANCHET](#)

Programme de cours :

(mars 2022)

Le droit de la communication régit l'ensemble des activités de publication ou de mise à disposition publique de messages, quels qu'en soient la forme (orale, écrite, sonore, audiovisuelle, électronique...) ou l'auteur (professionnel des médias ou citoyen « amateur »). La connaissance de ce droit, susceptible de faire l'objet d'une future spécialisation universitaire et professionnelle, est donc utile à tout citoyen dans l'exercice de sa liberté d'expression, notamment sur les services de communication au public en ligne tels que les réseaux sociaux.

Centré, pour l'essentiel, sur l'exposé du droit français, le cours d'Introduction au droit de la communication tend à donner aux étudiants une vision d'ensemble de la matière et à susciter, à la lumière de l'actualité, toujours très riche, de la discipline, un regard critique sur les règles en vigueur.

Après une introduction sur l'objet, les sources et les principes du droit de la communication, ce cours aborde, en deux

parties successives, les limites et les garanties de la liberté d'expression.

**Plan indicatif du cours** (susceptible de modifications en fonction de l'actualité de la matière)

**Introduction : Objet, sources et principes du droit de la communication**

**Première partie : Limites de la liberté d'expression**

**Titre 1 - Contrôles judiciaires des contenus**

Chapitre 1 : Discours de haine (régime de responsabilité de la loi de 1881)

Chapitre 2 : Atteintes aux droits de la personnalité

Chapitre 3 : Informations relatives à l'action de la police et de la justice

Chapitre 4 : Messages publicitaires

**Titre 2 - Contrôles administratifs des contenus**

Chapitre 1 : Régulation administrative

Chapitre 2 : Police administrative



# PROGRAMMES DE COURS 2021-2022

---

## Deuxième partie: Garanties de la liberté d'expression

### **Titre 1 - Statut des journalistes et liberté de la presse**

Chapitre 1 : Définition du journaliste professionnel

Chapitre 2 : Droits et obligations des journalistes professionnels

### **Titre 2 - Propriété littéraire et artistique et liberté de création**

Chapitre 1 : Droit d'auteur

Chapitre 2 : Droits voisins

### **Titre 3 - Réglementation des activités de communication et pluralisme des médias**

(sous réserve)

Chapitre 1 : Statut des entreprises médiatiques (presse, audiovisuel, internet)

Chapitre 2 : Droit de réponse

## L3 Information-communication

### **Problèmes sociaux contemporains (6058)**

- [Cloner le contenu](#)

**Code interne :** 6058

**Responsable(s) :**

- [M. Arnaud MERCIER](#)

**Programme de cours :**

(Février 2022)

L'enjeu de ce cours est de revenir sur une série de grandes questions qui traversent la société française contemporaine, en exposant les facteurs politiques et socio-culturels qui les expliquent. On pourra ainsi parler de l'islamisme radical et du terrorisme, du mouvement des gilets jaunes, du réchauffement climatique et des réactions qu'il suscite, etc. ce cours a vocation à suivre l'actualité récente en intégrant des phénomènes nouveaux pour en proposer un premier décryptage

### **Droit et déontologie des médias(6114)**

- [Cloner le contenu](#)

**Code interne :** (6114)

**Responsable(s) :**

- [Mme Agnès GRANCHET](#)

**Programme de cours :**

(mars 2022)

Destiné à sensibiliser les étudiants à l'encadrement juridique des médias et aux mécanismes de leur autorégulation

# PROGRAMMES DE COURS 2021-2022

---

professionnelle et à susciter un regard critique sur les règles en vigueur, ce cours aborde, à partir de questions d'actualité, le plus souvent :

- le droit et la déontologie du journalisme,
- la responsabilité des journalistes et des médias,
- le droit et la déontologie des médias audiovisuels et numériques,
- le droit et la déontologie de la publicité.

Les travaux dirigés adossés au cours magistral permettent aux étudiants d'approfondir les questions traitées, d'acquérir les méthodes d'analyse de documents juridiques et déontologiques et de suivre l'actualité, toujours très riche, de la discipline.

## Plan indicatif du cours et des travaux dirigés associés

(susceptible de modifications en fonction de l'actualité de la matière)

### **Introduction à la déontologie des médias**

#### **I. Droit et déontologie du journalisme**

1. Les principes de la déontologie journalistique : droits et devoirs des journalistes professionnels
2. Les instances de contrôle de la déontologie journalistique (conseils de presse, médiateurs des médias, comités d'éthique, juridictions...)

#### **II. Responsabilité des journalistes et des médias**

1. Respect des personnes : acteurs et destinataires de l'information (dignité, vie privée et droit à l'image ; honneur et considération ; présomption d'innocence...)
2. Qualité de l'information : obligations déontologiques et sanctions juridiques

#### **III. Droit et déontologie des médias audiovisuels et numériques**

1. Régulation de la communication audiovisuelle et numérique
2. « Déontologie » de l'information et des programmes audiovisuels
3. Droit et déontologie des médias numériques

#### **IV. Droit et déontologie de la publicité**

1. Réglementation de la publicité
2. Déontologie de la publicité

# PROGRAMMES DE COURS 2021-2022

---

## Internationalisation de l'information (6062)

- [Cloner le contenu](#)

Code interne : 6062

Responsable(s) :

- [M. Tristan MATTELART](#)

Programme de cours :

(mars 2022)

Le cours identifie les principaux acteurs qui structurent le champ de l'internationalisation de l'information, revient sur leurs conditions d'apparition, sur leurs stratégies et les enjeux qui traversent ce champ. Il décrit successivement l'importance du rôle joué par les agences de presse, les radios internationales et les chaînes transnationales d'information dans la circulation des nouvelles et évoque, période par période, les grands débats qui ont accompagné leur essor. Le cours ne se focalise pas seulement sur les grands protagonistes occidentaux, mais couvre certains des principaux protagonistes non-occidentaux en ce domaine. Considérant dans sa dernière partie les mutations générées par le web, le cours cerne tant les ruptures que les continuités existant en la matière et décrit le rôle majeur que jouent les nouveaux acteurs issus de l'internet. Un TD complète le cours, en proposant des textes clefs sur les enjeux de l'internationalisation de l'information.

## Cultures médiatiques, consommation et loisirs (6063)

- [Cloner le contenu](#)

Code interne : 6063

Programme de cours :

(mars 2022)

responsable : Madame le professeur Claire BLANDIN

Ce cours magistral d'histoire aborde l'émergence et les développements d'une culture industrialisée caractérisée par la massification de la production, de la diffusion et de la réception et par la multiplication des supports médiatiques à partir du milieu du XIXe siècle jusqu'à nos jours. Il s'intéresse aux profondes transformations du rapport des individus au temps, aux objets et au corps avec la démocratisation de la consommation et des loisirs dans les sociétés occidentales. Le cours met l'accent sur les phénomènes de massification et de circulation transnationale dans les pratiques de divertissement. Il insiste sur le rôle de la culture médiatique, de la consommation et des loisirs dans la construction des identités et la permanence des hiérarchies sociales.

Plan du cours :

### COURS 1- INTRODUCTION

- I- Quelques définitions
- II- Quelques débats
- III-Développements de la culture de masse

### COURS 2 : LA REVOLUTION DE L'IMPRIMÉ AU XIXe s.

# PROGRAMMES DE COURS 2021-2022

---

I- Des innovations techniques et économiques

II- De nouveaux publics

III- La formation d'un imaginaire commun?

## COURS 3 : CONSOMMATIONS ET LOISIRS POPULAIRES À LA BELLE ÉPOQUE

I- L'émergence d'une consommation populaire

II- Le temps des loisirs

## COURS 4 : CULTURE EN GUERRE, CULTURE DE GUERRE (1914-1918)

I- La culture de masse comme arme de guerre

II- La « banalisation de la guerre »

III- Les pratiques culturelles pendant le conflit

## COURS 5 : LES ANNEES FOLLES. CONSOMMATION, LOISIRS ET CULTURES MEDIATIQUES DANS L'ENTRE-DEUX-GUERRES

I- Le renouveau de la culture médiatique

II- Un nouveau rapport au corps

## COURS 6 : CULTURE DE MASSE DÉMOCRATIE ET TOTALITARISME

I- Culture de masse et propagande dans les années 1930

II- Culture médiatique, consommation et loisirs pendant la seconde guerre mondiale

## COURS 7 : LOISIRS ET CONSOMMATION PENDANT LES « TRENTE GLORIEUSES »

I- La société de consommation et ses mythes

II- Un idéal de culture pour tous

III- Vers une civilisation des loisirs

## COURS 8 : « TOUS LES GARÇONS ET LES FILLES » CULTURE JEUNE ET CONTESTATION DANS LES ANNEES 1968

I- Le rajeunissement de la culture de masse dans les années 1960

II- Une culture de plus en plus contestataire (années 1960-années 1980)

## COURS 9 LES CULTURES CINEMATOGRAPHIQUES DANS LA FRANCE DES ANNEES 1940/1950 (INVITEE DELPHINE CHEDALEUX)

## COURS 10 : CULTURES DE MASSE ET SEXUALITES (DES ANNEES 1950 A NOS JOURS)

I- Le temps de l'euphémisation (années 1930-années 1950)

II- Le temps de la libération (années 1960 et années 1970)

III- Le temps de la banalisation (depuis les années 1980)

## COURS 11 : TRANSFORMATION DE LA CULTURE DE LA CELEBRITE, UNE TRAVERSEE DU XXE SIECLE

I- Le temps des stars

II- Le temps des idoles de la chanson et de la télévision

III- Le temps des people

## COURS 12 : CONCLUSION

I- De la culture de masse à la culture médiatique

II- La notion de culture de masse à l'épreuve des publics

III- Point de méthode pour l'examen

### **Formations concernées :**

- [Master 1 Science politique](#)

## **Bibliographie**

[téléchargez la bibliographie sur le site de l'IFP](#)

cours est dédiée à l'histoire et à la sémiotique de la publicité. La seconde partie traite des volets économiques et sociologiques.

## **La publicité (6065)**

- [Cloner le contenu](#)

**Code interne :** 6065

**Programme de cours :**

(février 2021)

Responsable : Madame le professeur Eva Lesaunier et Madame le professeur Flore Di Sciullo

Première partie, "Histoire et sémiotique"  
(Flore Di Sciullo)

Ce cours sera pensé de manière chronologique. Partant des débuts de la publicité à la fin du XVIIIe siècle, nous verrons comment les techniques et les supports de la publicité ont progressivement évolué, jusqu'aux multiples formes que nous connaissons aujourd'hui. Ce faisant, nous verrons d'une part qu'une histoire de la publicité est indissociable d'une histoire des médias. D'autre part, nous verrons que l'histoire de la publicité est aussi une histoire de l'idéologie occidentale. Hégémonie, manipulation, capitalisme, écologie : autant de normes qui sont sous-tendue par les discours publicitaires à mesure que ceux-ci évoluent.

Deuxième partie (Eva LESAUNIER)

Par une approche interdisciplinaire, ce cours fournit aux étudiants des clés théoriques pour comprendre le secteur de la publicité, en saisir les enjeux historiques et contemporains. La première partie du

## **L1 numérique en Information-Communication**

### **Introduction aux médias et au journalisme (6008)**

- [Cloner le contenu](#)

**Code interne :** 6008

**Responsable(s) :**

- [M. Rémy RIEFFEL](#)

**Programme de cours :**

(mars 2020)

La place des médias et des nouvelles technologies numériques devient de plus en plus visible et déterminante dans nos sociétés. Nous croyons bien les connaître parce qu'ils font partie de notre environnement quotidien (journaux, radios, télévisions, ordinateurs, smartphones, tablettes, etc.). Pourtant, beaucoup de lieux communs et de jugements hâtifs circulent à leur sujet.

Ce cours a principalement pour objectif de démystifier les idées reçues concernant les médias, leur rôle et leur influence aujourd'hui. Est-il vrai que la presse écrite va disparaître ? Peut-on dire que la télévision fait encore l'élection ? Quel est le véritable pouvoir des images et des réseaux sociaux ? Internet est-il synonyme de révolution culturelle ? Telles sont quelques-unes des questions auxquelles on tentera de répondre.

Pour ce faire, on décrira le panorama du paysage médiatique français aujourd'hui en analysant le succès grandissant d'Internet et des réseaux sociaux

(Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat, etc.) notamment auprès des jeunes ; en étudiant la crise de la presse écrite, le poids de la radio et de la télévision. On tentera également de comprendre la manière dont le public utilise aujourd'hui les médias classiques et les médias numériques, de préciser les modalités de travail et le rôle des journalistes, de saisir les enjeux de la nouvelle communication politique ainsi que les mutations du monde de la culture à l'ère numérique.

**Formations concernées :**

- [Licence Information communication](#)
- [Licence en Droit](#)

### **Introduction aux Sciences de l'information et de la Communication (SIC) (6014)**

- [Cloner le contenu](#)

**Code interne :** 6014

**Responsable(s) :**

- [M. Arnaud MERCIER](#)

**Programme de cours :**

(février 2022)

Ce cours vise à donner les bases du raisonnement sociologique appliqué à des questions de communication. Il présente certains acquis de plusieurs champs de recherche : les cultural studies ; les interactions dans le cadre de la communication interpersonnelle ; les problématiques d'incompréhension et d'incommunication ou encore les théories des effets des médias.

# PROGRAMMES DE COURS 2021-2022

---

## Histoire de la communication (6016)

- [Cloner le contenu](#)

**Code interne :** 6016

**Responsable(s) :**

- [Mme Cécile MÉADEL](#)
- [Mme Bibia PAVARD](#)
- [M. Romain BADOUARD](#)

**Programme de cours :**

(mars 2022)

Ce cours porte sur le développement des outils de communication, leurs techniques, leurs objets et leurs usages, depuis l'imprimerie jusqu'à internet, en passant par le télégraphe et les moyens audiovisuels. Il s'intéresse aux développements de ces innovations, montre la complexité des processus qui les voient naître et met en évidence le rôle des utilisateurs dans le déploiement de ces techniques.

## Sémiologie de l'écrit et de l'image (6018)

- [Cloner le contenu](#)

**Code interne :** 6018

**Programme de cours :**

(mars 2022)

Madame le professeur Flore DI SCIULLO

L'enjeu de ce cours magistral est de proposer une initiation aux notions fondamentales de la sémiologie, discipline au croisement de la philosophie, de l'anthropologie et de la linguistique. Tous les objets étudiés en cours seront également appréhendés dans une perspective historique. Nous verrons

ainsi que les « signes » ne peuvent être compris qu'en tant qu'ils évoluent dans le temps et prennent sens dans un réseau de sens et d'usages collectifs. Nos objets d'étude iront du tableau de la Renaissance aux séries télévisées, en passant par les campagnes publicitaires, la photographie de presse ou encore les GIF. Le point commun : analyser ces productions médiatiques dans leur signification et leur circulation dans la vie sociale. Le cours est composé de trois cycles : « Du texte à l'image et de l'image au texte : premiers repères sémiologiques » ; « Vérité et mensonge en régime médiatique » ; « Des images du pouvoir aux pouvoirs de l'image ».

## Relations internationales (2300)

- [Cloner le contenu](#)

**Code interne :** 2300

**Responsable(s) :**

- [M. Jean-Jacques ROCHE](#)

**Programme de cours :**

(février 2021)

Ce cours d'initiation aux Relations Internationales a un double objectif. Le premier objectif est de comprendre les raisons qui ont permis de pacifier les relations interétatiques en réduisant considérablement l'anarchie internationale. Avec moins de 80.000 morts provoqués en 2019 par la violence politique, il est possible de considérer que le monde n'a jamais été aussi peu dangereux. Paradoxalement, les images des conflits qui perdurent, le terrorisme, les atteintes à l'environnement, la vitesse de circulation des épidémies induisent un très fort sentiment d'insécurité qui

# PROGRAMMES DE COURS 2021-2022

---

contredit ces évolutions statistiques. La première partie du cours analysera donc ce paradoxe. Il conviendra tout d'abord de dresser l'inventaire des instruments qui ont permis de réduire la conflictualité internationale. Dans un second temps, il sera possible de montrer que, débarrassés « du fléau de la guerre » (interétatique), les États ont pris en considération d'autres types de menaces qu'ils négligeaient jusqu'alors (terrorisme, violences intérieures, atteintes aux droits de l'homme, dégradation de l'environnement...), induisant de ce fait la perception d'un monde toujours dangereux en dépit du recul de la guerre interétatique.

Le second objectif de ce cours d'initiation sera de proposer différentes grilles d'interprétation du monde de l'après-guerre froide en s'appuyant sur les théories des relations internationales. Pour ce faire, le monde sera découpé en quatre scènes : la scène interétatique, la scène des organisations internationales, la scène de la société-monde, la scène de l'économie-monde). L'examen de chacune de ces scènes permettra de privilégier des paramètres spécifiques mettant en avant des dimensions particulières de la vie internationale (multilatéralisme, gouvernance globale, démocratie de marché...). La prise en compte des dimensions politique, historique, juridique, économique et sociologique des Relations Internationales visera ainsi à comprendre le rôle des multiples acteurs impliqués dans la structuration du monde contemporain, lequel oscille en permanence entre compétition et coopération, amitié et hostilité.

## PLAN DU COURS

Introduction

PARTIE I : LA SCENE DE LA SOCIETE INTERETATIQUE

Section I - La souveraineté, principe d'organisation de la vie internationale

Section II - Le monde westphalien

Section III - L'anarchie tempérée des rapports interétatiques

PARTIE II : LA SCENE DES ORGANISATIONS INTERNATIONALES

Section I - Coordination et interdépendance

Section II - Le multilatéralisme

Section III - Les relations avec la scène interétatique

PARTIE III : LA SCENE DE LA SOCIETE-MONDE

Section I - Le monde post-westphalien

Section II - La gouvernance globale

Section III - Les relations avec la scène interétatique

PARTIE IV : LA SCENE DE L'ECONOMIE MONDE

Section I - La mondialisation économique

Section II - La démocratie de marché  
Section II - Les relations avec la scène interétatique

Conclusion

I - Les nouvelles grilles d'interprétation de la scène interétatique

II - La potentialisation des changements induits par la cohabitation des scènes annexes à la scène interétatique

III - L'influence de la scène des organisations internationales sur la scène interétatique

IV - L'influence de la scène de la société-monde sur la scène interétatique

V - L'influence de la scène de l'économie-monde sur la scène interétatique



## Histoire du droit et des institutions (3040)

- [Cloner le contenu](#)

Code interne : 3040

Responsable(s) :

- [M. Anthony MERGEY](#)
- [M. Nicolas CORNU-THÉNARD](#)
- [M. Pascal GOURGUES](#)

Programme de cours :

**Résumé de cours de Monsieur le professeur Anthony Mergey (février 2022)**

La tentation contemporaine est de faire de l'État un bloc homogène et uniforme, comme s'il n'avait jamais existé qu'une seule forme d'État. La définition traditionnelle de l'État repose sur des critères organique (une population), géographique (un territoire) et fonctionnel (des institutions exerçant une autorité). Cette définition juridique présente l'intérêt de faire abstraction de la forme d'unité politique (monarchie, république, tyrannie...) et de la nature du régime (absolutiste, libéral, totalitaire...), mais elle fait l'impasse sur l'État en tant que processus, c'est-à-dire comme construction historique. En effet, l'État tel que nous le connaissons n'a pas toujours existé ; il a connu plusieurs figures que l'histoire et le droit révèlent. Il n'est donc pas seulement un « concept » avec son appareillage juridique, il est aussi une création historique qui a pris, à travers les siècles, des formes diverses plus ou moins élaborées. Le déclin, la reconstruction et le triomphe de l'État en France, du Ve siècle à la veille de la Révolution française, constitueront le principal objet de ce cours.

## L2 numérique en information-communication

Communication politique (6084)

- [Cloner le contenu](#)

Code interne : 6084

Responsable(s) :

- [M. Arnaud MERCIER](#)

Programme de cours :

(mars 2022)

Ce cours présente une sélection parmi les multiples entrées possibles pour aborder les enjeux de la communication politique. Sont abordés la question des fake news et des manipulations de l'information, mais aussi la propagande politique ainsi que les relations entre télévision et politique ou entre réseaux sociaux numériques et activité politique, en période électorale.

## Les Industries culturelles (6033)

- [Cloner le contenu](#)

Code interne : 6033

Responsable(s) :

- [M. Arnaud MERCIER](#)

Programme de cours :

(mars 2022)

Ce cours expose l'histoire des théories culturelles liées aux notions, souvent controversées, de culture de masse, d'industries culturelles, d'industries créatives, ou encore d'économie de l'attention à l'ère de l'internet.

# PROGRAMMES DE COURS 2021-2022

---

## **Internationalisation des programmes de fiction (6031)**

- [Cloner le contenu](#)

**Code interne :** 6031

**Programme de cours :**

(mars 2022)

Après avoir étudié comment s'est formée et développée l'industrie audiovisuelle et cinématographique aux États-Unis et cerné les logiques qui la structurent, le cours décrypte ses mutations depuis les années 1980, sous l'effet de la déréglementation, puis de l'émergence d'internet. Période par période, sont analysés les modes d'internationalisation de ses programmes et leurs enjeux. Le cours procède ensuite de la même manière pour l'étude de l'industrie du film indien, de l'industrie des *telenovelas* et des *dramas* sud-coréens ou japonais, de manière à offrir une perspective décentrée sur le sujet. Un TD complète le cours, en proposant des textes clefs sur ces différentes industries de programmes de fiction.

## **\_Introduction au droit de la communication (6039)**

- [Cloner le contenu](#)

**Code interne :** 6039

**Responsable(s) :**

- [Mme Agnès GRANCHET](#)

**Programme de cours :**

(mars 2022)

Le droit de la communication régit l'ensemble des activités de publication ou de mise à disposition publique de messages, quels qu'en soient la forme (orale, écrite, sonore, audiovisuelle, électronique...) ou l'auteur (professionnel des médias ou citoyen « amateur »). La connaissance de ce droit, susceptible de faire l'objet d'une future spécialisation universitaire et professionnelle, est donc utile à tout citoyen dans l'exercice de sa liberté d'expression, notamment sur les services de communication au public en ligne tels que les réseaux sociaux.

Centré, pour l'essentiel, sur l'exposé du droit français, le cours d'Introduction au droit de la communication tend à donner aux étudiants une vision d'ensemble de la matière et à susciter, à la lumière de l'actualité, toujours très riche, de la discipline, un regard critique sur les règles en vigueur.

Après une introduction sur l'objet, les sources et les principes du droit de la communication, ce cours aborde, en deux parties successives, les limites et les garanties de la liberté d'expression.

**Plan indicatif du cours** (susceptible de modifications en fonction de l'actualité de la matière)

**Introduction : Objet, sources et principes du droit de la communication**

# PROGRAMMES DE COURS 2021-2022

---

## Première partie : Limites de la liberté d'expression

### **Titre 1 - Contrôles judiciaires des contenus**

Chapitre 1 : Discours de haine (régime de responsabilité de la loi de 1881)

Chapitre 2 : Atteintes aux droits de la personnalité

Chapitre 3 : Informations relatives à l'action de la police et de la justice

Chapitre 4 : Messages publicitaires

### **Titre 2 - Contrôles administratifs des contenus**

Chapitre 1 : Régulation administrative

Chapitre 2 : Police administrative

## Deuxième partie : Garanties de la liberté d'expression

### **Titre 1 - Statut des journalistes et liberté de la presse**

Chapitre 1 : Définition du journaliste professionnel

Chapitre 2 : Droits et obligations des journalistes professionnels

## **Titre 2 - Propriété littéraire et artistique et liberté de création**

Chapitre 1 : Droit d'auteur

Chapitre 2 : Droits voisins

## **Titre 3 - Réglementation des activités de communication et pluralisme des médias**

(sous réserve)

Chapitre 1 : Statut des entreprises médiatiques (presse, audiovisuel, internet)

Chapitre 2 : Droit de réponse

## **L3 numérique en information-communication**

### **Problèmes sociaux contemporains (6058)**

- [Cloner le contenu](#)

**Code interne : 6058**

**Responsable(s) :**

- [M. Arnaud MERCIER](#)

**Programme de cours :**

(Février 2022)

L'enjeu de ce cours est de revenir sur une série de grandes questions qui traversent la société française contemporaine, en exposant les facteurs politiques et socio-culturels qui les expliquent. On pourra ainsi parler de l'islamisme radical et du terrorisme, du mouvement des gilets

jaunes, du réchauffement climatique et des réactions qu'il suscite, etc. ce cours a vocation à suivre l'actualité récente en intégrant des phénomènes nouveaux pour en proposer un premier décryptage.

d'approfondir les questions traitées, d'acquérir les méthodes d'analyse de documents juridiques et déontologiques et de suivre l'actualité, toujours très riche, de la discipline.

## **Droit et déontologie des médias (6114)**

- [Cloner le contenu](#)

**Code interne :** (6114)

**Responsable(s) :**

- [Mme Agnès GRANCHET](#)

**Programme de cours :**

(mars 2022)

Destiné à sensibiliser les étudiants à l'encadrement juridique des médias et aux mécanismes de leur autorégulation professionnelle et à susciter un regard critique sur les règles en vigueur, ce cours aborde, à partir de questions d'actualité, le plus souvent :

- le droit et la déontologie du journalisme,
- la responsabilité des journalistes et des médias,
- le droit et la déontologie des médias audiovisuels et numériques,
- le droit et la déontologie de la publicité.

Les travaux dirigés adossés au cours magistral permettent aux étudiants

## **Plan indicatif du cours et des travaux dirigés associés**

(susceptible de modifications en fonction de l'actualité de la matière)

### **Introduction à la déontologie des médias**

#### **I. Droit et déontologie du journalisme**

1. Les principes de la déontologie journalistique : droits et devoirs des journalistes professionnels
2. Les instances de contrôle de la déontologie journalistique (conseils de presse, médiateurs des médias, comités d'éthique, juridictions...)

#### **II. Responsabilité des journalistes et des médias**

1. Respect des personnes : acteurs et destinataires de l'information (dignité, vie privée et droit à l'image ; honneur et considération ; présomption d'innocence...)

2. Qualité de l'information : obligations déontologiques et sanctions juridiques

### **III. Droit et déontologie des médias audiovisuels et numériques**

1. Régulation de la communication audiovisuelle et numérique
2. « Déontologie » de l'information et des programmes audiovisuels
3. Droit et déontologie des médias numériques

### **IV. Droit et déontologie de la publicité**

1. Réglementation de la publicité
2. Déontologie de la publicité

### **Internationalisation de l'information (6062)**

- [Cloner le contenu](#)

**Code interne :** 6062

**Responsable(s) :**

- [M. Tristan MATTELART](#)

**Programme de cours :**

(mars 2022)

Le cours identifie les principaux acteurs qui structurent le champ de l'internationalisation de l'information, revient sur leurs conditions d'apparition, sur leurs stratégies et les enjeux qui traversent ce champ. Il décrit successivement l'importance du rôle joué

par les agences de presse, les radios internationales et les chaînes transnationales d'information dans la circulation des nouvelles et évoque, période par période, les grands débats qui ont accompagné leur essor. Le cours ne se focalise pas seulement sur les grands protagonistes occidentaux, mais couvre certains des principaux protagonistes non-occidentaux en ce domaine. Considérant dans sa dernière partie les mutations générées par le web, le cours cerne tant les ruptures que les continuités existant en la matière et décrit le rôle majeur que jouent les nouveaux acteurs issus de l'internet. Un TD complète le cours, en proposant des textes clefs sur les enjeux de l'internationalisation de l'information.

### **Cultures médiatiques, consommation et loisirs (6063)**

- [Cloner le contenu](#)

**Code interne :** 6063

**Programme de cours :**

(mars 2022)

responsable : Madame le professeur Claire BLANDIN

Ce cours magistral d'histoire aborde l'émergence et les développements d'une culture industrialisée caractérisée par la massification de la production, de la diffusion et de la réception et par la multiplication des supports médiatiques à partir du milieu du XIXe siècle jusqu'à nos jours. Il s'intéresse aux profondes transformations du rapport des individus au temps, aux objets et au corps avec la démocratisation de la consommation et des loisirs dans les sociétés occidentales.

# PROGRAMMES DE COURS 2021-2022

---

Le cours met l'accent sur les phénomènes de massification et de circulation transnationale dans les pratiques de divertissement. Il insiste sur le rôle de la culture médiatique, de la consommation et des loisirs dans la construction des identités et la permanence des hiérarchies sociales.

Plan du cours :

## COURS 1- INTRODUCTION

- I- Quelques définitions
- II- Quelques débats
- III- Développements de la culture de masse

## COURS 2 : LA REVOLUTION DE L'IMPRIMÉ AU XIXe s.

- I- Des innovations techniques et économiques
- II- De nouveaux publics
- III- La formation d'un imaginaire commun?

## COURS 3 : CONSOMMATIONS ET LOISIRS POPULAIRES À LA BELLE ÉPOQUE

- I- L'émergence d'une consommation populaire
- II- Le temps des loisirs

## COURS 4 : CULTURE EN GUERRE, CULTURE DE GUERRE (1914-1918)

- I- La culture de masse comme arme de guerre
- II- La « banalisation de la guerre »
- III- Les pratiques culturelles pendant le conflit

## COURS 5 : LES ANNEES FOLLES. CONSOMMATION, LOISIRS ET CULTURES

## MEDIATIQUES DANS L'ENTRE-DEUX-GUERRES

- I- Le renouveau de la culture médiatique
- II- Un nouveau rapport au corps

## COURS 6 : CULTURE DE MASSE DÉMOCRATIE ET TOTALITARISME

- I- Culture de masse et propagande dans les années 1930
- II- Culture médiatique, consommation et loisirs pendant la seconde guerre mondiale

## COURS 7 : LOISIRS ET CONSOMMATION PENDANT LES « TRENTE GLORIEUSES »

- I- La société de consommation et ses mythes
- II- Un idéal de culture pour tous
- III- Vers une civilisation des loisirs

## COURS 8 : « TOUS LES GARÇONS ET LES FILLES » CULTURE JEUNE ET CONTESTATION DANS LES ANNEES 1968

- I- Le rajeunissement de la culture de masse dans les années 1960
- II- Une culture de plus en plus contestataire (années 1960-années 1980)

## COURS 9 LES CULTURES CINÉMATOGRAPHIQUES DANS LA FRANCE DES ANNEES 1940/1950 (INVITEE DELPHINE CHÉDALEUX)

## COURS 10 : CULTURES DE MASSE ET SEXUALITES (DES ANNEES 1950 A NOS JOURS)

- I- Le temps de l'euphémisation (années 1930-années 1950)
- II- Le temps de la libération (années 1960 et années 1970)

# PROGRAMMES DE COURS 2021-2022

---

III- Le temps de la banalisation (depuis les années 1980)

## COURS 11 : TRANSFORMATION DE LA CULTURE DE LA CELEBRITE, UNE TRAVERSEE DU XXE SIECLE

I- Le temps des stars  
II- Le temps des idoles de la chanson et de la télévision  
III- Le temps des people

## COURS 12 : CONCLUSION

I- De la culture de masse à la culture médiatique  
II- La notion de culture de masse à l'épreuve des public  
III- Point de méthode pour l'examen

### **Formations concernées :**

- [Master 1 Science politique](#)

## **Double licence Histoire et Médias**

### **1<sup>ère</sup> année de double licence**

#### **Introduction aux médias et au journalisme (6008)**

- [Cloner le contenu](#)

**Code interne : 6008**

**Responsable(s) :**

- [M. Rémy RIEFFEL](#)

#### **Programme de cours :**

(mars 2020)

La place des médias et des nouvelles technologies numériques devient de plus en plus visible et déterminante dans nos sociétés. Nous croyons bien les connaître parce qu'ils font partie de notre environnement quotidien (journaux, radios, télévisions, ordinateurs, smartphones, tablettes, etc.). Pourtant, beaucoup de lieux communs et de jugements hâtifs circulent à leur sujet.

Ce cours a principalement pour objectif de démystifier les idées reçues concernant les médias, leur rôle et leur influence aujourd'hui. Est-il vrai que la presse écrite va disparaître ? Peut-on dire que la télévision fait encore l'élection ? Quel est le véritable pouvoir des images et des réseaux sociaux ? Internet est-il synonyme de révolution culturelle ? Telles sont quelques-unes des questions auxquelles on tentera de répondre.

Pour ce faire, on décrira le panorama du paysage médiatique français aujourd'hui en analysant le succès grandissant

# PROGRAMMES DE COURS 2021-2022

---

d'Internet et des réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat, etc.) notamment auprès des jeunes ; en étudiant la crise de la presse écrite, le poids de la radio et de la télévision. On tentera également de comprendre la manière dont le public utilise aujourd'hui les médias classiques et les médias numériques, de préciser les modalités de travail et le rôle des journalistes, de saisir les enjeux de la nouvelle communication politique ainsi que les mutations du monde de la culture à l'ère numérique.

## Formations concernées :

- [Licence Information communication](#)
- [Licence en Droit](#)

## Introduction aux Sciences de l'information et de la Communication (SIC) (6014)

- [Cloner le contenu](#)

Code interne : 6014

Responsable(s) :

- [M. Arnaud MERCIER](#)

## Programme de cours :

(février 2022)

Ce cours vise à donner les bases du raisonnement sociologique appliqué à des questions de communication. Il présente certains acquis de plusieurs champs de recherche : les cultural studies ; les interactions dans le cadre de la communication interpersonnelle ; les

problématiques d'incompréhension et d'incommunication ou encore les théories des effets des médias.

## Histoire de la communication (6016)

- [Cloner le contenu](#)

Code interne : 6016

Responsable(s) :

- [Mme Cécile MÉADEL](#)
- [Mme Bibia PAVARD](#)
- [M. Romain BADOUARD](#)

## Programme de cours :

(mars 2022)

Ce cours porte sur le développement des outils de communication, leurs techniques, leurs objets et leurs usages, depuis l'imprimerie jusqu'à internet, en passant par le télégraphe et les moyens audiovisuels. Il s'intéresse aux développements de ces innovations, montre la complexité des processus qui les voient naître et met en évidence le rôle des utilisateurs dans le déploiement de ces techniques.



# PROGRAMMES DE COURS 2021-2022

---

## Sémiologie de l'écrit et de l'image (6018)

- [Cloner le contenu](#)

Code interne : 6018

Programme de cours :

(mars 2022)

Madame le professeur Flore DI SCIULLO

L'enjeu de ce cours magistral est de proposer une initiation aux notions fondamentales de la sémiologie, discipline au croisement de la philosophie, de l'anthropologie et de la linguistique. Tous les objets étudiés en cours seront également appréhendés dans une perspective historique. Nous verrons ainsi que les « signes » ne peuvent être compris qu'en tant qu'ils évoluent dans le temps et prennent sens dans un réseau de sens et d'usages collectifs. Nos objets d'étude iront du tableau de la Renaissance aux séries télévisées, en passant par les campagnes publicitaires, la photographie de presse ou encore les GIF. Le point commun : analyser ces productions médiatiques dans leur signification et leur circulation dans la vie sociale. Le cours est composé de trois cycles : « Du texte à l'image et de l'image au texte : premiers repères sémiologiques » ; « Vérité et mensonge en régime médiatique » ; « Des images du pouvoir aux pouvoirs de l'image ».

## 2<sup>ème</sup> année de double licence

### Sociologie de la culture et des institutions culturelles (6030)

- [Cloner le contenu](#)

Code interne : 6030

Programme de cours :

(juin 2021)

Monsieur le professeur Jean-Baptiste LEGRAVE

Une première séance introductive se propose de répondre à la question : « Qu'est-ce que la sociologie de la culture ? ». La première partie du cours porte sur les *productions culturelles*. Un cadre théorique parmi d'autres possibles est d'abord présenté, celui d'Howard Becker (*Les mondes de l'Art*). On le prolongera en abordant le rôle des attachés de presse. Puis trois dossiers, s'inscrivant dans la sociologie de la littérature, seront analysés. D'abord les dictionnaires d'écrivains pour voir comment sont consacrés les « grands » auteurs nationaux ; ensuite quelques œuvres d'écrivains pour saisir : a) la stylisation de l'activité journalistique par les romanciers (aussi bien les romans populaires de la Belle époque – Rouletabille, en particulier – qu'une littérature plus « légitime » (Camus, Vercors...) b) la stylisation des territoires par les écrivains (en prenant l'exemple de la Bretagne). La seconde partie du cours se concentre sur l'étude des *pratiques culturelles*. Dans un premier temps sont présentées les méthodes utilisées pour les étudier ainsi qu'une dizaine de concepts permettant de saisir la formation sociale des inégalités culturelles. La seconde partie expose la controverse scientifique

# PROGRAMMES DE COURS 2021-2022

---

qui, depuis les années 1980, discute et fait progresser le modèle de la légitimité culturelle proposé par Bourdieu en 1979. L'analyse des *institutions culturelles*, des ministères aux intermédiaires en passant par les carrières culturelles, constitue un axe central du TD.

## Communication politique (6084)

- [Cloner le contenu](#)

Code interne : 6084

Responsable(s) :

- [M. Arnaud MERCIER](#)

Programme de cours :

(mars 2022)

Ce cours présente une sélection parmi les multiples entrées possibles pour aborder les enjeux de la communication politique. Sont abordés la question des fake news et des manipulations de l'information, mais aussi la propagande politique ainsi que les relations entre télévision et politique ou entre réseaux sociaux numériques et activité politique, en période électorale.

## Les Industries culturelles (6033)

- [Cloner le contenu](#)

Code interne : 6033

Responsable(s) :

- [M. Arnaud MERCIER](#)

Programme de cours :

(mars 2022)

Ce cours expose l'histoire des théories culturelles liées aux notions, souvent

controversées, de culture de masse, d'industries culturelles, d'industries créatives, ou encore d'économie de l'attention à l'ère de l'internet.

## Internationalisation des programmes de fiction (6031)

- [Cloner le contenu](#)

Code interne : 6031

Programme de cours :

(mars 2022)

Après avoir étudié comment s'est formée et développée l'industrie audiovisuelle et cinématographique aux États-Unis et cerné les logiques qui la structurent, le cours décrypte ses mutations depuis les années 1980, sous l'effet de la déréglementation, puis de l'émergence d'internet. Période par période, sont analysés les modes d'internationalisation de ses programmes et leurs enjeux. Le cours procède ensuite de la même manière pour l'étude de l'industrie du film indien, de l'industrie des *telenovelas* et des *dramas* sud-coréens ou japonais, de manière à offrir une perspective décentrée sur le sujet. Un TD complète le cours, en proposant des textes clefs sur ces différentes industries de programmes de fiction.

# PROGRAMMES DE COURS 2021-2022

---

## Introduction au droit de la communication (6039)

- [Cloner le contenu](#)

Code interne : 6039

Responsable(s) :

- [Mme Agnès GRANCHET](#)

Programme de cours :

(mars 2022)

Le droit de la communication régit l'ensemble des activités de publication ou de mise à disposition publique de messages, quels qu'en soient la forme (orale, écrite, sonore, audiovisuelle, électronique...) ou l'auteur (professionnel des médias ou citoyen « amateur »). La connaissance de ce droit, susceptible de faire l'objet d'une future spécialisation universitaire et professionnelle, est donc utile à tout citoyen dans l'exercice de sa liberté d'expression, notamment sur les services de communication au public en ligne tels que les réseaux sociaux.

Centré, pour l'essentiel, sur l'exposé du droit français, le cours d'Introduction au droit de la communication tend à donner aux étudiants une vision d'ensemble de la matière et à susciter, à la lumière de l'actualité, toujours très riche, de la discipline, un regard critique sur les règles en vigueur.

Après une introduction sur l'objet, les sources et les principes du droit de la communication, ce cours aborde, en deux

parties successives, les limites et les garanties de la liberté d'expression.

**Plan indicatif du cours** (susceptible de modifications en fonction de l'actualité de la matière)

**Introduction : Objet, sources et principes du droit de la communication**

**Première partie : Limites de la liberté d'expression**

**Titre 1 - Contrôles judiciaires des contenus**

Chapitre 1 : Discours de haine (régime de responsabilité de la loi de 1881)

Chapitre 2 : Atteintes aux droits de la personnalité

Chapitre 3 : Informations relatives à l'action de la police et de la justice

Chapitre 4 : Messages publicitaires

**Titre 2 - Contrôles administratifs des contenus**

Chapitre 1 : Régulation administrative

Chapitre 2 : Police administrative

## Deuxième partie: Garanties de la liberté d'expression

### **Titre 1 - Statut des journalistes et liberté de la presse**

Chapitre 1 : Définition du journaliste professionnel

Chapitre 2 : Droits et obligations des journalistes professionnels

### **Titre 2 - Propriété littéraire et artistique et liberté de création**

Chapitre 1 : Droit d'auteur

Chapitre 2 : Droits voisins

### **Titre 3 - Réglementation des activités de communication et pluralisme des médias**

(sous réserve)

Chapitre 1 : Statut des entreprises médiatiques (presse, audiovisuel, internet)

Chapitre 2 : Droit de réponse

## 3<sup>ème</sup> année de double licence

### **Droit et déontologie des médias (6114)**

- [Cloner le contenu](#)

**Code interne :** (6114)

**Responsable(s) :**

- [Mme Agnès GRANCHET](#)

**Programme de cours :**

(mars 2022)

Destiné à sensibiliser les étudiants à l'encadrement juridique des médias et aux mécanismes de leur autorégulation professionnelle et à susciter un regard critique sur les règles en vigueur, ce cours aborde, à partir de questions d'actualité, le plus souvent :

- le droit et la déontologie du journalisme,
- la responsabilité des journalistes et des médias,
- le droit et la déontologie des médias audiovisuels et numériques,
- le droit et la déontologie de la publicité.

Les travaux dirigés adossés au cours magistral permettent aux étudiants d'approfondir les questions traitées, d'acquérir les méthodes d'analyse de documents juridiques et déontologiques et de suivre l'actualité, toujours très riche, de la discipline.

## Plan indicatif du cours et des travaux dirigés associés

(susceptible de modifications en fonction de l'actualité de la matière)

### **Introduction à la déontologie des médias**

#### I. Droit et déontologie du journalisme

1. Les principes de la déontologie journalistique : droits et devoirs des journalistes professionnels
2. Les instances de contrôle de la déontologie journalistique (conseils de presse, médiateurs des médias, comités d'éthique, juridictions...)

#### II. Responsabilité des journalistes et des médias

1. Respect des personnes : acteurs et destinataires de l'information (dignité, vie privée et droit à l'image ; honneur et considération ; présomption d'innocence...)
2. Qualité de l'information : obligations déontologiques et sanctions juridiques

#### III. Droit et déontologie des médias audiovisuels et numériques

1. Régulation de la communication audiovisuelle et numérique
2. « Déontologie » de l'information et des programmes audiovisuels
3. Droit et déontologie des médias numériques

#### IV. Droit et déontologie de la publicité

1. Réglementation de la publicité
2. Déontologie de la publicité

#### **Internationalisation de l'information (6062)**

- [Cloner le contenu](#)

**Code interne :** 6062

**Responsable(s) :**

- [M. Tristan MATTELART](#)

**Programme de cours :**

(mars 2022)

Le cours identifie les principaux acteurs qui structurent le champ de l'internationalisation de l'information, revient sur leurs conditions d'apparition, sur leurs stratégies et les enjeux qui traversent ce champ. Il décrit successivement l'importance du rôle joué par les agences de presse, les radios internationales et les chaînes transnationales d'information dans la circulation des nouvelles et évoque, période par période, les grands débats qui ont accompagné leur essor. Le cours ne se focalise pas seulement sur les grands protagonistes occidentaux, mais couvre certains des principaux protagonistes non-occidentaux en ce domaine. Considérant dans sa dernière partie les mutations

généérées par le web, le cours cerne tant les ruptures que les continuités existant en la matière et décrit le rôle majeur que jouent les nouveaux acteurs issus de l'internet. Un TD complète le cours, en proposant des textes clefs sur les enjeux de l'internationalisation de l'information.

## **Double diplôme Global : Master IFP - Business School de l'Essec**

### **Mondialisation des contenus médiatiques (6401)**

- [Cloner le contenu](#)

Code interne : 6401

Responsable(s) :

- [M. Arnaud MERCIER](#)

**Programme de cours :**

(février 2022)

Après un travail de définition de la notion et un large tour d'horizon des dimensions socio-historiques de la mondialisation, le cours revient en détail sur quelques dimensions plus spécifiques comme les flux migratoires et la cohabitation interculturelle, les théories de la mondialisation culturelle ou de la transnationalisation des flux médiatiques et bien sûr les phénomènes de crispation identitaire ou de rejet générés par cette nouvelle réalité.

### **Sémiotique des images d'information et de communication (6950)**

- [Cloner le contenu](#)

Code interne : 6950

Responsable(s) :

- [M. Frédéric LAMBERT](#)

**Programme de cours :**

(février 2022)

## **Calendrier – Amphi 3 – vendredi – 12h à 13h50**

Les objets analysés sont susceptibles d'être modifiés au regard de l'actualité

## **Master Information, communication Parcours Journalisme**

Ce cours est une introduction générale à la sémiologie des images d'information et de communication. Il s'organise autour de trois logiques. Celle des objets analysés (photographies et images filmées dans les contextes de la presse écrite, de la télévision, du cinéma documentaire, des arènes numériques) et de leurs genres (images d'information ou de communication, fictionnelles ou factuelles, militantes ou marchandes...). Celle de la place que l'on doit occuper pour analyser ces objets : analyse du discours des médias, analyse des formes de l'énonciation, analyse des récits médiatiques, analyse de la performativité des langages dans le cadre de la pragmatique, sémiologie et sémiotique des images... Celle enfin des problématiques plurielles auxquelles la sémiologie nous invite : le langage des images et la représentation du réel, auteur et anonymat, les formes hybrides des images et leurs généalogies, les nouveaux territoires des rapports entre le texte et l'image dans les arènes publiques et numériques, les imaginaires de la réception produits par les institutions et les conditions de la formation d'un public. Ces questions sont aux frontières de plusieurs hypothèses portées par l'histoire de l'art, la sociologie, l'anthropologie, la philosophie, les sciences de l'information et de la communication. La sémiologie, c'est la « science des signes au sein de la vie sociale ». A ce titre, elle s'inscrit aussi dans une pensée sur le politique.

## **Master Information, communication Parcours Médias et mondialisation**

**1<sup>ère</sup> année de Master**

**Mondialisation des contenus médiatiques  
(6401)**

- [Cloner le contenu](#)

**Code interne : 6401**

**Responsable(s) :**

- [M. Arnaud MERCIER](#)

**Programme de cours :**

(février 2022)

Après un travail de définition de la notion et un large tour d'horizon des dimensions socio-historiques de la mondialisation, le cours revient en détail sur quelques dimensions plus spécifiques comme les flux migratoires et la cohabitation interculturelle, les théories de la mondialisation culturelle ou de la transnationalisation des flux médiatiques et bien sûr les phénomènes de crispation identitaire ou de rejet générés par cette nouvelle réalité.

**Sémiotique des images d'information et  
de communication (6950)**

- [Cloner le contenu](#)

**Code interne : 6950**

**Responsable(s) :**

- [M. Frédéric LAMBERT](#)

**Programme de cours :**

(février 2022)

**Calendrier – Amphi 3 – vendredi – 12h à  
13h50**

Les objets analysés sont susceptibles d'être modifiés au regard de l'actualité

Ce cours est une introduction générale à la sémiologie des images d'information et de communication. Il s'organise autour de trois logiques. Celle des objets analysés (photographies et images filmées dans les contextes de la presse écrite, de la télévision, du cinéma documentaire, des arènes numériques) et de leurs genres (images d'information ou de communication, fictionnelles ou factuelles, militantes ou marchandes...). Celle de la place que l'on doit occuper pour analyser ces objets : analyse du discours des médias, analyse des formes de l'énonciation, analyse des récits médiatiques, analyse de la performativité des langages dans le cadre de la pragmatique, sémiologie et sémiotique des images... Celle enfin des problématiques plurielles auxquelles la sémiologie nous invite : le langage des images et la représentation du réel, auteur et anonymat, les formes hybrides des images et leurs généalogies, les nouveaux territoires des rapports entre le texte et l'image dans les arènes publiques et numériques, les



imaginaires de la réception produits par les institutions et les conditions de la formation d'un public. Ces questions sont aux frontières de plusieurs hypothèses portées par l'histoire de l'art, la sociologie, l'anthropologie, la philosophie, les sciences de l'information et de la communication. La sémiologie, c'est la « science des signes au sein de la vie sociale ». A ce titre, elle s'inscrit aussi dans une pensée sur le politique.

## **Communication politique (6024)**

- [Cloner le contenu](#)

**Code interne :** 6024

**Responsable(s) :**

- [M. Arnaud MERCIER](#)

**Programme de cours :**

(février 2021)

Ce cours a pour ambition de présenter les enjeux politiques associés à la régulation des médias par le pouvoir politique en France, à l'utilisation des médias traditionnels ou des plateformes numériques par le personnel politique à des fins persuasives, ou encore aux techniques de propagande politique.

## **Master Information, communication Parcours Médias, communication et sport**

### **1<sup>ère</sup> année de Master**

#### **Mondialisation des contenus médiatiques (6401)**

- [Cloner le contenu](#)

**Code interne :** 6401

**Responsable(s) :**

- [M. Arnaud MERCIER](#)

**Programme de cours :**

(février 2022)

Après un travail de définition de la notion et un large tour d'horizon des dimensions socio-historiques de la mondialisation, le cours revient en détail sur quelques dimensions plus spécifiques comme les flux migratoires et la cohabitation interculturelle, les théories de la mondialisation culturelle ou de la transnationalisation des flux médiatiques et bien sûr les phénomènes de crispation identitaire ou de rejet générés par cette nouvelle réalité.

# PROGRAMMES DE COURS 2021-2022

---

## **Sémiotique des images d'information et de communication (6950)**

- [Cloner le contenu](#)

**Code interne :** 6950

**Responsable(s) :**

- [M. Frédéric LAMBERT](#)

**Programme de cours :**

(février 2022)

**Calendrier – Amphi 3 – vendredi – 12h à 13h50**

Les objets analysés sont susceptibles d'être modifiés au regard de l'actualité

Ce cours est une introduction générale à la sémiologie des images d'information et de communication. Il s'organise autour de trois logiques. Celle des objets analysés (photographies et images filmées dans les contextes de la presse écrite, de la télévision, du cinéma documentaire, des arènes numériques) et de leurs genres (images d'information ou de communication, fictionnelles ou factuelles, militantes ou marchandes...). Celle de la place que l'on doit occuper pour analyser ces objets : analyse du discours des médias, analyse des formes de l'énonciation, analyse des récits médiatiques, analyse de la performativité des langages dans le cadre de la pragmatique, sémiologie et sémiotique des images... Celle enfin des problématiques plurielles auxquelles la sémiologie nous invite : le langage des images et la représentation du réel, auteur et anonymat, les formes hybrides des images et leurs généalogies, les nouveaux territoires des rapports entre le texte et l'image dans les arènes publiques et numériques, les

imaginaires de la réception produits par les institutions et les conditions de la formation d'un public. Ces questions sont aux frontières de plusieurs hypothèses portées par l'histoire de l'art, la sociologie, l'anthropologie, la philosophie, les sciences de l'information et de la communication. La sémiologie, c'est la « science des signes au sein de la vie sociale ». A ce titre, elle s'inscrit aussi dans une pensée sur le politique.

## **Communication politique (6024)**

- [Cloner le contenu](#)

**Code interne :** 6024

**Responsable(s) :**

- [M. Arnaud MERCIER](#)

**Programme de cours :**

(février 2021)

Ce cours a pour ambition de présenter les enjeux politiques associés à la régulation des médias par le pouvoir politique en France, à l'utilisation des médias traditionnels ou des plateformes numériques par le personnel politique à des fins persuasives, ou encore aux techniques de propagande politique.

## Master Information, communication Parcours Médias, communication et villes numériques

1<sup>ère</sup> année de Master

### **Mondialisation des contenus médiatiques (6401)**

- [Cloner le contenu](#)

**Code interne :** 6401

**Responsable(s) :**

- [M. Arnaud MERCIER](#)

**Programme de cours :**

(février 2022)

Après un travail de définition de la notion et un large tour d'horizon des dimensions socio-historiques de la mondialisation, le cours revient en détail sur quelques dimensions plus spécifiques comme les flux migratoires et la cohabitation interculturelle, les théories de la mondialisation culturelle ou de la transnationalisation des flux médiatiques et bien sûr les phénomènes de crispation identitaire ou de rejet générés par cette nouvelle réalité.

### **Sémiotique des images d'information et de communication (6950)**

- [Cloner le contenu](#)

**Code interne :** 6950

**Responsable(s) :**

- [M. Frédéric LAMBERT](#)

**Programme de cours :**

(février 2022)

**Calendrier – Amphi 3 – vendredi – 12h à  
13h50**

Les objets analysés sont susceptibles d'être modifiés au regard de l'actualité

Ce cours est une introduction générale à la sémiologie des images d'information et de communication. Il s'organise autour de trois logiques. Celle des objets analysés (photographies et images filmées dans les contextes de la presse écrite, de la télévision, du cinéma documentaire, des arènes numériques) et de leurs genres (images d'information ou de communication, fictionnelles ou factuelles, militantes ou marchandes...). Celle de la place que l'on doit occuper pour analyser ces objets : analyse du discours des médias, analyse des formes de l'énonciation, analyse des récits médiatiques, analyse de la performativité des langages dans le cadre de la pragmatique, sémiologie et sémiotique des images... Celle enfin des problématiques plurielles auxquelles la sémiologie nous invite : le langage des images et la représentation du réel, auteur et anonymat, les formes hybrides des images et leurs généalogies, les nouveaux territoires des rapports entre le texte et l'image dans les arènes publiques et numériques, les

imaginaires de la réception produits par les institutions et les conditions de la formation d'un public. Ces questions sont aux frontières de plusieurs hypothèses portées par l'histoire de l'art, la sociologie, l'anthropologie, la philosophie, les sciences de l'information et de la communication. La sémiologie, c'est la « science des signes au sein de la vie sociale ». A ce titre, elle s'inscrit aussi dans une pensée sur le politique.

## **Séminaire méthodologique (6421)**

- [Cloner le contenu](#)

**Code interne :** 6421

**Responsable(s) :**

- [Mme Cécile MÉADEL](#)

**Programme de cours :**

(mars 2022)

Le séminaire méthodologique vise à former les étudiants à l'enquête sociologique de terrain sur des terrains liés à la communication territoriale et aux médias. Il les accompagne dans la réalisation de leur mémoire de recherche : problématique, entretiens, techniques d'observation, mobilisation de la littérature scientifique...

## **Master Information, communication Parcours Médias, langages et sociétés**

### **1<sup>ère</sup> année de Master**

#### **Mondialisation des contenus médiatiques (6401)**

- [Cloner le contenu](#)

**Code interne :** 6401

**Responsable(s) :**

- [M. Arnaud MERCIER](#)

**Programme de cours :**

(février 2022)

Après un travail de définition de la notion et un large tour d'horizon des dimensions socio-historiques de la mondialisation, le cours revient en détail sur quelques dimensions plus spécifiques comme les flux migratoires et la cohabitation interculturelle, les théories de la mondialisation culturelle ou de la transnationalisation des flux médiatiques et bien sûr les phénomènes de crispation identitaire ou de rejet générés par cette nouvelle réalité.

#### **Sémiotique des images d'information et de communication (6950)**

- [Cloner le contenu](#)

**Code interne :** 6950

**Responsable(s) :**

- [M. Frédéric LAMBERT](#)

**Programme de cours :**

# PROGRAMMES DE COURS 2021-2022

---

(février 2022)

## **Calendrier – Amphi 3 – vendredi – 12h à 13h50**

Les objets analysés sont susceptibles d'être modifiés au regard de l'actualité

Ce cours est une introduction générale à la sémiologie des images d'information et de communication. Il s'organise autour de trois logiques. Celle des objets analysés (photographies et images filmées dans les contextes de la presse écrite, de la télévision, du cinéma documentaire, des arènes numériques) et de leurs genres (images d'information ou de communication, fictionnelles ou factuelles, militantes ou marchandes...). Celle de la place que l'on doit occuper pour analyser ces objets : analyse du discours des médias, analyse des formes de l'énonciation, analyse des récits médiatiques, analyse de la performativité des langages dans le cadre de la pragmatique, sémiologie et sémiotique des images... Celle enfin des problématiques plurielles auxquelles la sémiologie nous invite : le langage des images et la représentation du réel, auteur et anonymat, les formes hybrides des images et leurs généalogies, les nouveaux territoires des rapports entre le texte et l'image dans les arènes publiques et numériques, les imaginaires de la réception produits par les institutions et les conditions de la formation d'un public. Ces questions sont aux frontières de plusieurs hypothèses portées par l'histoire de l'art, la sociologie, l'anthropologie, la philosophie, les sciences de l'information et de la communication. La sémiologie, c'est la « science des signes au sein de la vie sociale ». A ce titre, elle s'inscrit aussi dans une pensée sur le politique.

## **Communication politique (6024)**

- Cloner le contenu

**Code interne :** 6024

**Responsable(s) :**

- M. Arnaud MERCIER

**Programme de cours :**

(février 2021)

Ce cours a pour ambition de présenter les enjeux politiques associés à la régulation des médias par le pouvoir politique en France, à l'utilisation des médias traditionnels ou des plateformes numériques par le personnel politique à des fins persuasives, ou encore aux techniques de propagande politique.

## **2<sup>ème</sup> année de Master**

**Images langages et sociétés : à l'école du malentendu (IMAGE-LANG)**

- Cloner le contenu

**Code interne :** (IMAGE-LANG)

**Responsable(s) :**

- M. Frédéric LAMBERT

**Programme de cours :**

(février 2022)

Ce cours est une proposition pluridisciplinaire pour analyser la conception, la circulation et la réception des images et leurs légendes. Ainsi, l'anthropologie, la sémiotique, l'histoire, la sociologie sont autant de sciences sociales qui peuvent nous aider à répondre aux questions posées par le pouvoir des images et leurs rôles dans les sociétés qui les partagent. Les images et leurs textes demandent une observation fine de leurs auteurs, des institutions qui les publient, des publics qui les traduisent. On envisagera donc l'énonciation, l'analyse des discours, la place des récits dans nos sociétés et plus largement une approche des langages à laquelle nous invite la pragmatique. Ce cours est en lien avec les problématiques de l'axe 3 du Laboratoire CARISM (Centre d'analyse et de recherche interdisciplinaire sur les médias, EA 2293) : production et circulations médiatiques des normes sociales ; mobilisations collectives et arènes publiques. On ne saurait en effet analyser les images hors de leurs contextes politiques. L'accent cette année sera mis sur le malentendu et sur l'usage de la métaphore théâtrale en sciences sociales.

## **Master Information, communication Parcours Médias, publics et cultures numériques**

### **1<sup>ère</sup> année de Master**

#### **Mondialisation des contenus médiatiques (6401)**

- [Cloner le contenu](#)

**Code interne :** 6401

**Responsable(s) :**

- [M. Arnaud MERCIER](#)

**Programme de cours :**

(février 2022)

Après un travail de définition de la notion et un large tour d'horizon des dimensions socio-historiques de la mondialisation, le cours revient en détail sur quelques dimensions plus spécifiques comme les flux migratoires et la cohabitation interculturelle, les théories de la mondialisation culturelle ou de la transnationalisation des flux médiatiques et bien sûr les phénomènes de crispation identitaire ou de rejet générés par cette nouvelle réalité.

## **Sémiotique des images d'information et de communication (6950)**

- [Cloner le contenu](#)

**Code interne :** 6950

**Responsable(s) :**

- [M. Frédéric LAMBERT](#)

**Programme de cours :**

(février 2022)

**Calendrier – Amphi 3 – vendredi – 12h à 13h50**

Les objets analysés sont susceptibles d'être modifiés au regard de l'actualité

Ce cours est une introduction générale à la sémiologie des images d'information et de communication. Il s'organise autour de trois logiques. Celle des objets analysés (photographies et images filmées dans les contextes de la presse écrite, de la télévision, du cinéma documentaire, des arènes numériques) et de leurs genres (images d'information ou de communication, fictionnelles ou factuelles, militantes ou marchandes...). Celle de la place que l'on doit occuper pour analyser ces objets : analyse du discours des médias, analyse des formes de l'énonciation, analyse des récits médiatiques, analyse de la performativité des langages dans le cadre de la pragmatique, sémiologie et sémiotique des images... Celle enfin des problématiques plurielles auxquelles la sémiologie nous invite : le langage des images et la représentation du réel, auteur et anonymat, les formes hybrides des images et leurs généalogies, les nouveaux territoires

des rapports entre le texte et l'image dans les arènes publiques et numériques, les imaginaires de la réception produits par les institutions et les conditions de la formation d'un public. Ces questions sont aux frontières de plusieurs hypothèses portées par l'histoire de l'art, la sociologie, l'anthropologie, la philosophie, les sciences de l'information et de la communication. La sémiologie, c'est la « science des signes au sein de la vie sociale ». A ce titre, elle s'inscrit aussi dans une pensée sur le politique.

## **Communication politique (6024)**

- [Cloner le contenu](#)

**Code interne :** 6024

**Responsable(s) :**

- [M. Arnaud MERCIER](#)

**Programme de cours :**

(février 2021)

Ce cours a pour ambition de présenter les enjeux politiques associés à la régulation des médias par le pouvoir politique en France, à l'utilisation des médias traditionnels ou des plateformes numériques par le personnel politique à des fins persuasives, ou encore aux techniques de propagande politique.

## 2<sup>ème</sup> année de Master

formes d'apparition, ainsi que les arguments pour le critiquer, voire le contester.

### **Sémiotique des publics : penser les publics de l'art contemporain (SEM-SEMIOTIQUE)**

- [Cloner le contenu](#)

**Code interne :** (SEM-SEMIOTIQUE)

**Programme de cours :**

(mars 2022)

Madame le professeur Flore DI SCIULLO

### **Sémiotique des publics : penser les publics de l'art contemporain**

Ce cours se donne pour objectif de croiser les méthodes et les corpus pour s'exercer à l'analyse communicationnelle de l'art contemporain, de ses publics, et des discours qui l'entourent. Campagnes de promotion, discours des artistes, médiations orales ou écrites, critiques dans la presse généraliste ou spécialisée, œuvres d'art : autant d'objets qui questionnent quant aux catégories discursives mobilisées pour parler de l'art contemporain et le faire circuler dans l'espace social. Ce sont ces catégories et les représentations collectives auxquelles elles renvoient que nous analyserons, en tentant de se concentrer autant sur les représentations *dans* les œuvres d'art contemporaines que les implications sociétales *de* celles-ci. C'est le va-et-vient entre l'imaginaire social et celui des artistes qui nous intéressera. Nous verrons aussi comment l'art contemporain, soumis à des injonctions économiques et médiatiques de plus en plus fortes, est pris dans une dialectique entre médiation et médiatisation, qui vient démultiplier ses



## **Master Information, communication Parcours Usages du numérique, innovation, communication (UNIC)**

**1<sup>ère</sup> année de Master**

### **Mondialisation des contenus médiatiques (6401)**

- [Cloner le contenu](#)

**Code interne : 6401**

**Responsable(s) :**

- [M. Arnaud MERCIER](#)

**Programme de cours :**

(février 2022)

Après un travail de définition de la notion et un large tour d'horizon des dimensions socio-historiques de la mondialisation, le cours revient en détail sur quelques dimensions plus spécifiques comme les flux migratoires et la cohabitation interculturelle, les théories de la mondialisation culturelle ou de la transnationalisation des flux médiatiques et bien sûr les phénomènes de crispation identitaire ou de rejet générés par cette nouvelle réalité.

### **Sémiotique des images d'information et de communication (6950)**

- [Cloner le contenu](#)

**Code interne : 6950**

**Responsable(s) :**

- [M. Frédéric LAMBERT](#)

**Programme de cours :**

(février 2022)

**Calendrier – Amphi 3 – vendredi – 12h à  
13h50**

Les objets analysés sont susceptibles d'être modifiés au regard de l'actualité

Ce cours est une introduction générale à la sémiologie des images d'information et de communication. Il s'organise autour de trois logiques. Celle des objets analysés (photographies et images filmées dans les contextes de la presse écrite, de la télévision, du cinéma documentaire, des arènes numériques) et de leurs genres (images d'information ou de communication, fictionnelles ou factuelles, militantes ou marchandes...). Celle de la place que l'on doit occuper pour analyser ces objets : analyse du discours des médias, analyse des formes de l'énonciation, analyse des récits médiatiques, analyse de la performativité des langages dans le cadre de la pragmatique, sémiologie et sémiotique des images... Celle enfin des problématiques plurielles auxquelles la sémiologie nous invite : le langage des images et la représentation du réel, auteur et anonymat, les formes hybrides des images et leurs généalogies, les nouveaux territoires

des rapports entre le texte et l'image dans les arènes publiques et numériques, les imaginaires de la réception produits par les institutions et les conditions de la formation d'un public. Ces questions sont aux frontières de plusieurs hypothèses portées par l'histoire de l'art, la sociologie, l'anthropologie, la philosophie, les sciences de l'information et de la communication. La sémiologie, c'est la « science des signes au sein de la vie sociale ». A ce titre, elle s'inscrit aussi dans une pensée sur le politique.

## **Communication politique (6024)**

- [Cloner le contenu](#)

**Code interne :** 6024

**Responsable(s) :**

- [M. Arnaud MERCIER](#)

**Programme de cours :**

(février 2021)

Ce cours a pour ambition de présenter les enjeux politiques associés à la régulation des médias par le pouvoir politique en France, à l'utilisation des médias traditionnels ou des plateformes numériques par le personnel politique à des fins persuasives, ou encore aux techniques de propagande politique.