

- Faculté des sciences économiques
- www.unine.ch/seco

Théorie de la communication (UNIGE) (5AJ2067)

Filières concernées	Nombre d'heures	Validation	Crédits ECTS
Master en journalisme et communication	Cours: 2 ph	cont. continu	3

ph=période hebdomadaire, pg=période globale, j=jour, dj=demi-jour, h=heure, min=minute

Période d'enseignement:

- Semestre Printemps

Equipe enseignante:

Patrick Amey
No Tél. : (022.37) 98863
Catégorie : ENS
Fonction : Suppléant maître d'enseignement et recherche
Structure : DEP. DE SOCIOLOGIE
Bureau : 4212
Bâtiment : UNI MAIL
Adr géogr : BOULEVARD DU PONT D ARVE 40
1205 GENEVE
Adr courrier : UNI MAIL
1211 GENEVE 4
Adr. élect. : Patrick.Amey@unige.ch

Objectifs:

L'objectif de ce cours est de familiariser les étudiants avec des modèles et théories relatifs à la communication et aux médias, ayant une validité heuristique et des ramifications con-temporaines dans le champ de SICM, sans viser donc un parcours généalogique. Dans une première partie du cours, on traitera de la spécificité discursive de l'acte de communication (légitimation, crédibilité, ethos, pathos, etc.). Dans une deuxième partie du cours, on traitera de la notion d' « événement médiatique » envisagée sous l'angle des discours médiatiques et de la sociologie de l'information (attractivité des nouvelles, rapports entre les sources et les journalistes). Enfin, dans une dernière partie du cours, on mettra en évidence les apports heuristiques des approches socio-anthropologiques de la communication et des médias envisagés à la fois en tant qu'acte rituel d'appropriation collective (notions de « public » et de « communauté »), et dans une perspective d'usage (théorie des usages et gratifications).

Contenu:

- Systèmes et types de communication : le Web 2.0
- Communication et interactions verbales
- L'opinion publique: un construit, des limites, une méthode
- Des mesures d'audience (Web) au media planning
- Des usages et des gratifications
- L'influence des médias : approches cognitives et psychosociologiques

Forme de l'évaluation:

examen écrit, 3 heures avec 2 questions à choix
En cas d'échec, un travail équivalent sera demandé lors de la session de rattrapage

Documentation:

- Lohisse, Jean, Les Systèmes de communication Approche socio-anthropologique Paris, Armand Colin, 1998.
- Charaudeau Patrick, Les médias et l'information. L'impossible transparence du discours, De Boeck-Lna, Bruxelles, 2005.
- Dayan Daniel et Katz Eliuh, La télévision cérémonielle, PUF, Paris, 1996.
- Kerbrat Orecchioni, Catherine, Les interactions verbales (tome II), A. Colin, Paris, 1992.
- Nightingale, Virginia, The Handbook of Media Audiences, Blackwell Publishing, 2011.
- Rosengreen, Karl Eric, Communication: an introduction, London, Sage publications, 2003.

Pré-requis:

- Faculté des sciences économiques
- www.unine.ch/seco

Théorie de la communication (UNIGE) (5AJ2067)

aucun

Forme de l'enseignement:

ex-cathedra