

3^e cycle - études doctorales
Master recherche, Doctorat
année universitaire 2012-2013

Préparation à l'admission en Master recherche
en sciences de l'information et de la communication

Admission en master recherche

Le Master recherche est administré par un Conseil scientifique et pédagogique (présidé par le directeur de la formation) qui détermine les modalités d'admission, de contrôle des connaissances et de délivrance de diplômes.

La spécificité Master recherche option recherche et développement réside dans sa professionnalisation. Il a pour objectif de former les étudiants aux métiers de la recherche académique et théorique aussi bien qu'à la recherche appliquée, qu'elle soit publique ou privée.

Conditions d'inscriptions

Les candidats ont à justifier de 240 crédits ECTS, d'un Master 1 ou d'un diplôme de niveau Bac + 4 admis en équivalence (obtenu avec au moins 13 de moyenne). Toute demande de dérogation (titres étrangers ou français) est soumise à la commission pédagogique du Master recherche.

Processus d'admission

1. Admissibilité : rédaction d'un projet de recherche

L'appréciation porte non seulement sur l'intérêt et l'originalité du projet mais également sur les qualités rédactionnelles du document présenté. De 8 à 10 pages, ce projet rédigé doit parvenir en quatre exemplaires.

2. Admission : entretien

Les candidats admissibles sont invités à commenter leur projet de recherche devant la commission d'admission. Cet entretien permet au jury d'apprécier l'intérêt scientifique du sujet de recherche ainsi que les qualifications et les motivations du candidat pour la poursuite d'études

et de recherches en Sciences de l'information et de la communication.

Cas particulier des étudiants titulaires de diplômes étrangers

Les candidats devront avoir effectué quatre ou cinq ans d'études et avoir déjà réalisé un travail de recherche conséquent, sanctionné par un diplôme obtenu avec au moins 13 de moyenne. Les candidats non francophones doivent fournir une attestation de réussite à un test de connaissance de la langue française :

DALF ou DELF niveau supérieur, TCF ou TEF niveau 4, ou cours niveau A de Civilisation Française, ou diplôme d'études françaises 1^{er} ou 2nd degré. S'ils ne peuvent fournir une attestation, ces étudiants doivent subir, préalablement aux épreuves d'admissibilité, 2 tests de culture française : un texte dicté (durée de l'épreuve : 45 minutes environ) qui permet d'apprécier le niveau grammatical et linguistique ainsi que la compréhension et la connaissance de la langue française et une épreuve de contraction de texte (durée de l'épreuve : 3 heures).

Sujets des concours précédents

A l'attention des étudiants non-francophone et non titulaires des tests de langue requis

- 2004 Jouets, mythologies, Roland Barthes (2 pages)
- 2005 Mirages du progrès technologique, Victor Scadigli, Le Monde Diplomatique, juin 1993 (2 pages)
- 2006 Daniel Bougnoux, « La science au risque des médias », Le Monde Diplomatique, septembre 1995 (1 page)
- 2007 Roy Harris, La sémiologie de l'écriture (2 pages)
- 2009 L'ordre du discours, Michel Foucault
- 2010 « Une discipline et l'université française », Yves Jeanneret et Bruno Ollivier, Hermès n° 38, 2004

Bibliographie indicative commentée

Cette bibliographie est avant tout un outil de travail destiné aux candidats souhaitant se présenter aux épreuves d'admissibilité du Master recherche. Sont indiqués, en premier lieu, des ouvrages généraux ou des articles écrits par des auteurs devenus « classiques » dans la discipline et proposant une ouverture didactique sur les champs de recherche des Sciences de l'information et de la communication. En second lieu, sont proposés des ouvrages ou des articles classés par rubriques et visant à répondre aux besoins plus spécifiques du projet de recherche devant s'inscrire dans l'un des axes retenus par le Centre de recherches du CELSA.

Enfin, il est conseillé à tous les candidats de lire au moins l'un des ouvrages de méthodologie proposés à la fin de cette bibliographie, dans la mesure où la présentation de leur projet de recherche devra s'efforcer de respecter les grandes étapes de toute recherche en sciences sociales. Les services de la bibliothèque sont destinés en priorité aux étudiants, enseignants et personnels du CELSA.

Les ouvrages généraux et les manuels d'initiation peuvent être consultés dans d'autres bibliothèques, par exemple :

- . la Bibliothèque Publique d'Information (BPI) au Centre Beaubourg (<http://www.bpi.fr>)
- . la Documentation Française (29 quai Voltaire 75007 Paris) (<http://www.ladocfrancaise.gouv.fr>)
- . la Bibliothèque Sainte-Geneviève (Place du Panthéon 75005 Paris) (<http://panoramix.univ-paris1.fr/bsg>)
- . la Bibliothèque Centrale de l'IRESO-CNRS (Institut de Recherches et d'Études sur les Sociétés Contemporaines, 59 rue Pouchet 75017 Paris)
- . la Bibliothèque Nationale de France - BNF (11 quai François Mauriac 75013 Paris) (<http://www.bnf.fr>)

Pour les étudiants de province, il est possible de repérer une bibliothèque ou un service de documentation local via le site <http://www.sudoc.abes.fr>. Il existe également des librairies spécialisées dans le domaine de la communication et des entreprises (notamment la librairie Tekhnê, 5 rue des Carmes 75005 Paris, <http://www.tekhn.com>).

La bibliographie sélective proposée ci-dessous peut être étoffée en interrogeant FRANCIS, banque de données bibliographique du CNRS couvrant le champ des sciences humaines et sociales. FRANCIS peut être interrogée sur le site <http://www.inist.fr/PRODUIT/francis.php> ou en bibliothèque universitaire (sur CD Rom).

1. Ouvrages généraux

Initiation aux sciences de l'information et de la communication

ALMEIDA (Nicole d'). - *Les promesses de la communication*. - Paris : PUF, 2001. - 262 p.

Ce livre analyse la dimension institutionnelle des organisations qui, au-delà des biens et des services, produisent un ordre temporel, social et symbolique spécifique. Il est consacré à l'entreprise « récitante » initiatrice de messages et de médias et à l'entreprise « récitée » installée au cœur de l'espace public médiatisé.

BALLE (Francis). - *Médias et Société*. 13^e édition. - Paris : Montchrestien, 2007. - 794 p.

Ce livre pose la question des relations entre les médias et les pouvoirs ainsi que celle de l'influence de ces relations sur le monde d'aujourd'hui et de demain.

BARTHES (Roland). - *L'aventure sémiologique*. - Paris : Seuil, 1985. - 359 p. (Coll. : Points, essais.)

Cet ouvrage réunit les textes de Roland Barthes fondateurs pour la sémiologie. Sont réunis notamment : Elements de sémiologie, l'Ancienne Rhétorique, et l'Introduction à l'analyse structurale des récits.

BARTHES (Roland). - *Mythologies*. - Paris : Seuil, 1970 (1^{re} édition 1957). - 247 p. (Coll. : Points.)

« Notre vie quotidienne se nourrit de mythes : le catch, le striptease, l'auto, la publicité, le tourisme... qui bientôt nous débordent. Isolés de l'actualité qui les fait naître, l'abus idéologique qu'ils recèlent apparaît soudain. Roland Barthes en rend compte ici avec le souci - formulé dans l'essai sur le mythe aujourd'hui qui clôt l'ouvrage - de réconcilier le réel et les hommes, la description et l'explication, l'objet et le savoir »

BERTHELOT (Jean-Michel). - *Les vertus de l'incertitude. Le travail de l'analyse dans les sciences sociales*. - Paris, 1996 PUF, 271p.

BOUGNOUX (Daniel). - *Introduction aux sciences de la communication*. Nouvelle édition - Paris : La Découverte, 2001. - 128 p. - (Coll. : Repères, 309.) (Cote CELSA : A.3036)

BOURE (Robert). - *Les origines des sciences de l'information et de la communication, regards croisés*. - Paris : Presses Universitaires du Septentrion, 2002. -184 p.

FOUCAULT (Michel). - *L'ordre du discours*. - Paris : Flammarion, 1970. - 84 p. (Coll. Blanche.)

FOUCAULT (Michel). - *L'archéologie du savoir*-Paris : Gallimard, Bibliothèque des sciences humaines, 1969.

JEANNERET (Yves). - *L'Affaire Sokal ou la querelle des impostures*. - Paris : PUF, 1998. - 288 p. - (Cote CELSA : A.2769)

L'affaire Sokal, un cas spectaculaire de la mise en cause des « intellectuels » par un physicien, manifeste particulièrement bien les principes, les procédures, mais aussi les croyances et les fantasmes qui accompagnent la communication des savoirs dans la société. Loin de prendre part à cette querelle, l'auteur en analyse par le menu les origines, les enjeux et les formes, dans une étude qui met à profit les différentes composantes, documentaires, rhétoriques, méthodologiques, sociologiques des sciences de l'information et de la communication.

JEANNERET (Yves). – *Penser la trivialité : volume 1, La vie triviale des êtres culturels*. – Paris : Hermès Science Publications, 2008. – 266 p. (Coll. Communication, médiation et co.)

MAIGRET (Eric). – *Sociologie de la communication et des médias*. – Paris : Armand Colin, 2003. – 288 p. – (Cote CELSA : B.3596)

Ouvrage qui propose une lecture synthétique des principaux courants qui, de l'analyse de la réception des médias aux Cultural Studies, ont proposé une analyse des phénomènes de communication en termes de logiques sociales. Mise en évidence des postures théoriques et des conceptions de la communication en jeu dans les différents paradigmes sociologiques, réflexion sur les rapports entre sociologie et communication.

MIEGE (Bernard). – *La pensée communicationnelle*. – Grenoble : PUG, 1995. – 122 p. – (Cote CELSA : B.2549)

Le parcours qu'effectue ce livre à travers les étapes ayant institué la pensée communicationnelle, en tant que réflexion spéculative et production scientifique, tente de répondre aux deux questions suivantes : quel champ de réflexion la notion de pensée communicationnelle recouvre-t-elle ? S'agit-il d'un nouveau courant de pensée ou d'une interdiscipline légitimant les sciences de l'information et de la communication comme champ scientifique à part entière au sein des sciences humaines ?

NEVEU (Erik). – *Une société de communication ?* 4^e édition. – Paris : Montchrestien, 2006. – 160 p. – (Cote CELSA : A.2475)

Dans cet ouvrage court mais dense, probablement le plus synthétique dans le domaine des sciences de la communication, Erik Neveu retrace les grands courants de la pensée communicationnelle avant de s'interroger, dans une finalité critique, sur les formes prises actuellement par la communication et ses technologies.

OLLIVIER (Bruno). – *Les sciences de la communication, théories et acquis*. – Paris : Armand Colin, 2007. – 288 p. – (Coll. : U.)

SOUCHIER (Emmanuel), « *L'image du texte. Pour une théorie de l'énonciation éditoriale* », Les Cahiers de médiologie, n° 6, décembre 1998.

VERON (Eliséo). – *La sémiologie sociale*. – Paris : Presses universitaires de Vincennes, 1987.

Une approche sémiologique désormais classique qui explicite l'idée de contrat de communication et fournit une grille de lecture efficace des processus langagiers.

WINKIN (Yves). – *Anthropologie de la communication : de la théorie au terrain*. – Nouvelle édition. – Paris : Seuil/Bruxelles : De Boeck Université, 2001. – 332 p. – (Coll. : Points Essais n° 448.) (Cote CELSA : A.3034)

WOLTON (Dominique). – *Penser la communication* (suivi d'un glossaire et de deux index). – Paris : Flammarion, 1998. (Champ 413). – (Cote CELSA : A.2851)

« Les sciences de l'information et de la communication - Savoirs et pouvoirs » Hermès n° 38 (CNRS éditions) - Numéro coordonné par Yves Jeanneret et Bruno Ollivier.

2. Ouvrages spécifiques

Classés à partir des axes de recherche du GRIPIC

COMMUNICATION ET ORGANISATIONS

Ressources humaines et communication

AMBLARD (Henri), BERNOUX (Philippe), HERREROS (Gilles), LIVIAN (Yves-Frédéric). – *Les nouvelles approches sociologiques des organisations*. – Paris : Seuil, 1996. – 253 p.

Cet ouvrage propose un panorama et une actualisation des théories et des méthodologies en sociologie des organisations. Il présente ainsi les approches stratégiques, culturelles et identitaires, les conventions, les traductions, l'innovation. Clair et illustré, cet ouvrage est une introduction vivante et utile à ce champ.

ALTER (Norbert). – *Sociologie de l'entreprise et de l'innovation*. – Paris : PUF, 1996. – 214 p.

N. Alter analyse les jeux d'acteurs confrontés dans l'entreprise au flux permanent d'innovations produisant à la fois engagement et lassitude, remise en ordre et déviance. Les différences d'investissement, les rôles ambivalents, les conflits de temporalité mis en valeur rejoignent des questions fondamentales de sociologie contemporaine.

BOLTANSKI (Luc), CHIAPELLO (Eve). – *Le nouvel esprit du capitalisme*. – Paris : Gallimard, 1999. – 843 p. – (Coll. : NRF Essais.)

Cet ouvrage ample et ambitieux cherche à traquer les changements idéologiques qui accompagnent la modernisation des entreprises, la mondialisation et la financiarisation du capitalisme. Les auteurs s'appuient sur la littérature de management destinée à mobiliser les cadres. Cette idéologie qui sert le capitalisme, lui trace en même temps des limites. Les auteurs ne cachent pas leur engagement par une relance de la critique inventive.

CASTEL (Robert). – *La montée des incertitudes : travail, protections, statut des individus*. – Paris : Seuil, 2009. – 457 p. (Coll. : La couleur des idées.)

CASTEL (Robert). – *Les métamorphoses de la question sociale : une chronique du salariat*. – Paris : Fayard, 1995. – 488 p. – (Cote CELSA : B.2499)

L'auteur tente de montrer que la véritable « question sociale » en 1995 n'est pas celle de l'exclusion, mais celle de l'érosion des protections et de la vulnérabilisation des statuts, avant de conclure par une série de propositions visant à « sauver les naufragés de la société salariale », une société désormais marquée par « le siveau de l'aléatoire ». L'intérêt majeur de cet ouvrage réside dans sa mise en perspective historique, sa mise en valeur de la rigidité des contraintes imposées par le lien salarial à la communauté des salariés ainsi que sa déconstruction méthodique, à la lumière de plusieurs disciplines, de la notion de salariat

CROZIER (Michel), FRIEDBERG (Erhard). – *L'acteur et le système*. – Paris : Seuil, 1977. – 512 p. – (Cotes CELSA : A.1776=A.1820=A.1821)

Il s'agit d'un ouvrage théorique de référence, abondamment commenté, discuté et renégocié par la communauté des sociologues. Il a donné naissance à l'un des grands paradigmes de la sociologie française et universelle contemporaine : l'analyse stratégique.

Son atout majeur est d'illustrer les propositions conceptuelles des auteurs par leur longue expérience professionnelle de conseil auprès des entreprises et administrations publiques. Son contenu théorique reste difficile d'accès et demande beaucoup d'attention de la part du lecteur.

DENOUN (Philippe) (dir.). - *Identité et culture en entreprise*. - Paris : Publications de l'Université de Paris VII, 1995. - 278 p. - (Cote CELSA : B.2540)

Cet ouvrage, riche de la collaboration de consultants et de chercheurs (tels que Alain Etchegoyen, Renaud Sainsaulieu, Philippe Bernoux, André Laurent), apporte un nouvel éclairage sur les fonctions classiques de l'entreprise à savoir la communication, la finance, le management et la stratégie. L'entreprise est ici considérée comme un « espace communautaire » à deux dimensions : l'identité et la culture. Ces dimensions constituent le levier stratégique de toute entreprise.

LE GALL (Jean-Marc). - *La gestion des ressources humaines*. - Paris : PUF, 1992. - 130 p. - (Coll. : *Que sais-je ?* n° 2646.) (Cote CELSA : A.2151)

Directeur des ressources humaines de la CNAVTS, l'auteur fait ici une présentation très claire et synthétique, servie par un style très vivant, de la fonction « Ressources humaines » dans l'entreprise. Cette présentation s'effectue en trois temps : la connaissance de cette fonction (analyse statistique, analyse stratégique, analyse juridique), son instrumentation (gestion de l'emploi et des rémunérations) et le développement des compétences qu'elle implique (formation professionnelle, mobilisation et communication interne).

PIOTET (Françoise), SAINSAULIEU (Renaud). - *Méthodes pour une sociologie de l'entreprise*. - Paris : FNSP, 1994. - 384 p. - (Cote CELSA : B.2505)

L'outil proposé par les auteurs est celui du guide d'analyse sociologique centré sur une réalité collective spécifique de la production. Chaque guide situe le problème social de la vie au travail et apporte des grilles de présentation des résultats issus d'enquêtes pour reconstituer les éléments spécifiques du problème social vécu dans l'entreprise. Il s'agit de mettre en valeur les faits sociaux qui façonnent la communauté de travail et de comprendre le potentiel d'action collective de production des entreprises.

SAINSAULIEU (Renaud). - *L'identité au travail*. - Paris : FNSP, 1977. - 486 p. - (Cote CELSA : B.1041)

Un ouvrage long et dense mais difficilement contournable. Résultat ambitieux de la maturation progressive d'une recherche menée sous la direction de Michel Crozier au Centre de Sociologie des Organisations (Université Paris V), sa construction traduit une évolution théorique allant des schémas classiques du conditionnement et de la référence culturaliste au rapprochement des modèles de normes, à la lumière d'approches disciplinaires croisées : sociologie, psychanalyse, psychosociologie, etc.

Organisations, institutions et acteurs dans l'espace public

ALMEIDA (Nicole d'). - *La société du jugement*. - Paris : Armand Colin, 2007. - 252 p.

Ce livre analyse les nouveaux pouvoirs de l'opinion et les modalités souvent imprévues de son intervention. Il dresse les contours de la réputation qui structure la vie des individus, des groupes et des organisations.

BEAUDOIN (Jean-Pierre). - *Être à l'écoute du risque d'opinion*. - Paris : éd. d'organisation, 2001. - 205 p. (Cote CELSA A 3236)

CASSIN (Barbara). (sous la direction de). - *Le plaisir de parler*. - Paris : Minuit, 1986.

Dans cet ouvrage collectif, plusieurs auteurs évoquent les formes historiques, anciennes et contemporaines, du dialogue et de la rhétorique

LECOURT (Dominique). - *Prométhée, Faust, Frankenstein, les fondements imaginaires de l'éthique*. - Paris : Les Empêcheurs de tourner en rond, 2003. - 88 p.

HABERMAS (Jurgen). - *L'espace public. Archéologie de la Publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise* (1962). - Paris : Payot, 1993. - 324 p. - (Cote CELSA : B.2632)

Véritable « classique » des sciences de l'homme et de la société, cet ouvrage analyse la genèse et l'évolution de la sphère publique bourgeoise. L'auteur s'attache notamment à faire ressortir le rôle des communications de masse dans la transformation des rapports entre sphère publique et sphère privée. Souvent cité, mais rarement étudié, cet ouvrage constitue pourtant un préalable à la compréhension de l'une des problématiques dominantes dans le champ des recherches sur la communication sociale et politique.

LYOTARD (Jean-François). - *La condition post-moderne*. - Paris : Minuit, 1979.

Un livre essentiel dans la compréhension des processus narratifs et de la nature des récits produits par les institutions.

SAINSAULIEU (Renaud) dir. - *L'entreprise : une affaire de société*. - Paris : Presse de Sciences PO, 1992. - 352 p.

MEDIAS, POLITIQUE, MEDIATIONS MARCHANDES

Médias et journalisme

CHEVALIER (Yves). - *Do you speak television? Apprentissages médiatiques et compétences sociales*, Louvain : Ed. EME, (Coll. "Echanges") 2006.

CHAMPAGNE (Patrick). - *Faire l'opinion : le nouveau jeu politique*. - Paris : Minuit, 1990. - 322 p. - (Cote CELSA : A.2093)

Dans ce livre très documenté, l'auteur, sociologue d'inspiration critique, montre comment le développement des technologies de la communication appliquées à la connaissance de l'opinion peut être préjudiciable à la vie démocratique. A cet effet, il définit un champ politico-médiatique au sein duquel journalistes et hommes politiques sont associés dans une relation de connivence dont la démocratie n'est pas la principale bénéficiaire. Les thèses développées sont contestées mais gagnent à être mieux connues.

JOST (François). - *Introduction à l'analyse de la télévision*, (2e édition). - Paris : Ellipses, 2004.

LAVOINNE (Yves). - *Le langage des médias*. - Presses universitaires de Grenoble, 1997. 142 p. - (Coll. La communication en plus ; 4.)

LOCHARD (Guy) et SOULAGES (Jean-Claude). - *La Communication télévisuelle*. - Paris : Armand Colin, 1998.

Une synthèse sur le média le plus étudié par les sciences de l'information et de la communication, qui permet,

au-delà d'une connaissance des particularités et diversités des télévisions, une réflexion sur les différents niveaux d'organisation de tout dispositif médiatique contemporain.

MARTIN-BARBERO (Jesus), *Des médias aux médiations*, (1997) traduit par Georges Durand, Paris : CNRS Editions, 2002.

QUERE (Louis), *Des miroirs équivoques. Aux origines de la communication moderne*, Paris : édition Aubier Montaigne, 1982.

RIEFFEL (Rémy). - *Sociologie des médias*. - Ellipses, 2001. - 176 p. (Cote CELSA B 3293)

VITALIS (André), TETU (Jean-François) et alii. - *Médias, temporalité et démocratie*. - Rennes : Editions Apogée, 2000. - 269 p.

Communication et politique

BONGRAND (Michel). - *Le marketing politicien*. - Paris : Bourin, 2006. - 240 p.

Ecrit par l'un des premiers concepteurs du marketing politique à la française, cet ouvrage condense les apports de plusieurs décennies de pratique professionnelle. Il ne doit pas être abordé comme un outil de recherche théorique mais plutôt comme une synthèse des savoirs empiriques sur la question. Après une tentative de positionnement de la fonction marketing dans l'organisation du politique, l'auteur essaie de saisir l'originalité de cette démarche et montre comment s'est peu à peu constitué un véritable corps professionnel des conseillers en communication politique.

CHARAUDEAU (patrick). - *Le discours politique : Les masques du pouvoir*. - Paris : Vuibert, 2005. - 255 p.

COTTERET (Jean-Marie). - *Gouverner c'est paraître. Réflexions sur la communication politique*. 2^e édition. - Paris : PUF, 1997. - 136 p. - (Cote CELSA : A.2599)

L'auteur réfléchit sur l'évolution de la légitimité politique, qui ne résulte plus seulement de l'élection, mais de la capacité à communiquer des hommes politiques. Cette aptitude leur permet d'acquiescer et de garder le pouvoir, qui "appartient aux plus apparents". Mais ces règles du "jeu cathodique" bouleversent la donne, et modifient le discours des acteurs : c'est pourquoi J.-M. Cotteret propose une réflexion sur les moyens d'adapter la vie politique en fonction de ces changements.

GERSTLÉ (Jacques). - *La communication politique*. - Paris : Armand Colin, 2004. - 296 p.

JOST (François), MUZET (Denis). - *Le Téléprésident : Essai sur un pouvoir médiatique*. - Paris : éditions de l'Aube, 2008. - 180 p.

MAAREK (Philippe). - *Communication et marketing de l'homme politique*. 3^e éd. - Paris : Litec, 2007. - 466 p. (Coll. : Carré droit.)

REBOUL (Olivier). - *Introduction à la rhétorique*. - Paris : PUF, 1998. - 256 p. (Coll. Premiers cycles.)

Communication et médiations marchandes

BAUDRILLARD (Jean). - *La société de consommation*. - Paris : Gallimard, 1986 (1^e édition, 1968). - 320 p. (Coll. : Folio, essais.)

BAUDRILLARD (Jean). - *Le système des objets*. - Paris : Gallimard, 1978 (1^e édition, 1968). - 294 p. (Coll. : Tel.)

BOUTAUD (Jean-Jacques). - *Sémiotique et communication. Du signe au sens*. - Paris : l'Harmattan, 1998. - 312 p.

COCHOY (Franck). - *Une histoire du marketing*. - Paris : la Découverte, 1999 - 391 p.

FLOCH (Jean-Marie). - *Identités visuelles*. - Paris : PUF, 1995. - 224 p. (Cote CELSA : B.2547)

Cet essai, écrit par l'un des collaborateurs de Julien Greimas au sein du groupe de recherches sémio-linguistiques, offre une analyse sémiotique de six « identités visuelles » (Chanel, IBM, Waterman, Habitat, Opinel, Michel Bras) appartenant à notre culture matérielle et dont le point commun consiste en une même manière de se « bricoler » (au sens donné par Levi-Strauss) à partir de signes préexistants.

FLOCH (Jean-Marie). - *Sémiotique marketing et communication, Sous les signes les stratégies*. - Paris : PUF, 1995. - 233 p.

PENINOU (Georges). - *Intelligence de la publicité*. - Paris : Laffont, 1972. - 303 p. - (Cotes CELSA : A.0647=A.1461, usuel=A.1490=1743=A.1744)

Un détour d'obligation par la sémiologie. La construction de l'ouvrage est originale, les illustrations photographiques ne manquent pas. A partir de son expérience personnelle de grammairien et de sémioticien, l'auteur se livre à une double tentative de clarification et de classification des messages véhiculés par la publicité contemporaine.

CULTURES ET COMMUNICATION

Industries culturelles du texte, littérature et communication

COMPAGNON (Antoine). - *La seconde main ou le travail de citation*. - Paris : Seuil, 1979.

FLICHY, Patrice. - *L'imaginaire d'Internet*. - Paris : La Découverte, 2001. - (Sciences et société). - 272 p.

JACOB (Christian) (dir.). - *Des Alexandries II*. - Paris, Bibliothèque Nationale de France, 2003, 310 p.

SOUCHIER (Emmanuel). - « *Mémoires – outils – langages. Vers une société du texte ?* ». - Communications et Langages, n° 139, 2004, p.41- 52.

ZALI (Anne). - *L'aventure des écritures*. - Bibliothèque Nationale de France, 1999.

Signes, objets et pratiques de communication infra-ordinaires

FABBRI (Paolo). - *Le tournant sémiotique*. - Paris : Hermès Lavoisier, coll. Forme et sens, 2008.

BOUTAUD (Jean-Jacques), VERON (Eliseo). - *Sémiotique ouverte, itinéraires sémiotiques en communication*. - Paris : Hermès Lavoisier. - (coll. Forme et Sens, 2007.

GOODY (Jack). - *La raison graphique, la domestication de la pensée sauvage*, Paris : Les éditions de Minuit, 1979.

PEREC (Georges). - *L'Infra-ordinaire*. - Paris : Seuil, 1989.

Écrits d'écran, écrits de réseaux

DOUEIHI (Milad). – *La Grande Conversion Numérique*. – Paris, Seuil, La librairie du XX^e siècle, 2008.

FLICHY (Patrice). – *L'innovation technique*. – Paris : La Découverte, 1995. – 255 p. – (Cote CELSA : B.2549)

Il s'agit d'un ouvrage épistémologique qui étudie l'innovation technique dans une perspective pluridisciplinaire. Sociologie, ethnométhodologie, analyse micro-économique, philosophie et sciences cognitives sont mobilisées afin de cerner le phénomène au travers de ses multiples facettes. L'auteur termine son voyage dans l'univers des sciences humaines par la conclusion suivante : « L'histoire de la technique et des usages se construit selon trois lignes entremêlées, celle du hasard, de la nécessité et du vouloir humain, individuel et collectif ».

JEANNERET (Yves), TARDY (Cécile). – *L'écriture des médias informatisés*. – Paris : Hermès - Lavoisier, 2007. – 222 p. – (Coll. Systèmes d'information et organisations documentaires.)

JEANNERET (Yves). *Y a-t-il (vraiment) des technologies de l'information ?* - Villeneuve d'Ascq : Presses Universitaires du Septentrion, 2000. – 135 p.

Ce livre se détache des discours habituels sur "la révolution des technologies de l'information" pour étudier les propriétés observables, les effets culturels et la dimension imaginaire des "médias informatisés". Partant de quelques questions essentielles posées par la médiation des savoirs et la définition de la notion d'information, le livre repère des problématiques, distingue des niveaux d'analyse et indique des méthodes pour saisir la réelle nouveauté possible de ces objets, du point de vue de la marge d'initiative qu'ils peuvent offrir aux acteurs, sans masquer les contraintes qu'ils exercent sur les processus de communication.

SOUCHIER (Emmanuel). – « *L'écrit d'écran, pratiques d'écriture et informatique* ». – Communications et Langages, n° 107, 1-1996, p.105- 119.

3. Ouvrages de méthodologie

AMOSSY (Ruth). – *L'argumentation dans le discours*, (2^e édition). – Paris : Armand Colin, Cursus, 2006.

BARDIN (Laurence). – *L'analyse de contenu*. – Paris : PUF : 2007. – 320 p. – (Coll. : Quadrige) (Cotes CELSA éditions précédentes : A3124 = A.2936 = A.2583 = A.1577)

BEAUD (Michel). – *L'art de la thèse : comment préparer et rédiger une thèse de Doctorat, un mémoire de DEA ou de Maîtrise ou tout autre travail universitaire*. – Paris : La Découverte, 1985. – 159 p. – (Cotes CELSA : B.1323=B.2287)

BEAUD (Stéphane), WEBER Florence). – *Guide de l'enquête de terrain : produire et analyser des données ethnographiques*. – nouv. éd. - Paris : La Découverte, 2003. – 356 p. - (Guides repères.) (Cote CELSA : B.3436)

BONVILLE (Jean de). – *L'analyse de contenu des médias : de la problématique au traitement statistique*. - De Boeck Université, 1999. – 451 p. (Cote CELSA : B.3023)

FERREOL (Gilles), DEUBEL (Philippe). – *Méthodologie des sciences sociales*. – Paris : Colin, 1993. – 191 p.

FRISCH (Françoise). – *Les études qualitatives*. - Paris : Editions d'organisation, 1999. – 182 p. (Cote CELSA : A.2862)

GRAWITZ (Madeleine). – *Méthodes des sciences sociales*. 11^e édition. – Paris : Dalloz, 2000. – 1104 p. - (Précis Dalloz.) (Cote CELSA : A.3019)

HERZLICH (Claudine), SINGLY (François de). – *Réussir sa thèse en sciences sociales*. – Paris : Nathan, 2002.- 121 p. (Cote CELSA : A.3354)

KRIEG-PLANQUE (Alicie). – *La notion de "formule" en analyse de discours*. – Besançon : Presses universitaires de France-Comté, 2009.

LAMBERT (Frédéric). – *L'écriture en recherche*. – Lille : Parcours SIC Editions, 2008.

LAURENT (François). – *Les études de marché : comprendre le client*. – Paris : éd. d'organisation, 2001. – 311 p. – (Cote CELSA B 3193)

MACE (Gordon), PETRY (François). – *Guide d'élaboration d'un projet de recherche en sciences sociales*. 3^e éd. - Bruxelles : De Boeck Université, 2000. – (Méthodes en sciences humaines.) (Cote CELSA : B.3174)

MICHEL (Jean-Luc). – *Le mémoire de recherche en information-communication*. – Paris : Ellipses, 1999. – 92 p. (Cote CELSA : B.2952)

ROUYERAN (Jean-Claude). – *Le guide de la thèse, le guide du mémoire : du projet à la soutenance. Règles et traditions universitaires, techniques d'aujourd'hui : traitement de texte, cédérom, internet*. - Paris : Maisonneuve et Larose, 1999. - 249 p. (Cote CELSA : A.2859)

VAN CAMPENHOUDT (Luc), QUIVY (Raymond). – *Manuel de recherche en sciences sociales*. – Paris : Dunod, 3^e éd., 2006. – 272 p. – (Coll. Psycho Sup.) (Cote CELSA précédente édition : 3216). - Paris : Bordas, 1988. - 274 p. – (Cote CELSA : B.1835).

Recherches récentes en Sciences de l'information, convergences et dynamiques. - Actes du colloque Mics-Lerass, 21-22 mars 2002, Toulouse. - Paris ADBS, 2002. - 418 p. (coll. sciences de l'information, série Recherches et documents.)

Les recherches en information et communication et leurs perspectives : histoire, objet, pouvoir, méthodes. - Actes du XIII^e Congrès national des sciences de l'information et de la communication, sous la direction de Françoise Bernard et Yves Jeanneret. - Paris : SFSIC, 2002. - 488 p.

Revue Sciences Humaines, n° 11 (novembre 1991).- Dossier : « Qu'est-ce que la science ? »

Revue Sciences Humaines, n° 129 (juillet 2002). - « La fabrique de l'information » par Erik Neveu, Marc Lifits, Jean-Claude Ruano-Borbalan, Jean-François Tétu (entretiens), Patrice Flichy (Rencontre), p. 21 à 41.