

DOCTORAT

EN SCIENCES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION

Le Doctorat consacre une formation acquise dans la pratique de la recherche. La thèse est destinée à faire progresser la connaissance dans l'axe choisi et à développer la maîtrise de méthodes rigoureuses de raisonnement et d'expérimentation.

Le Doctorat se prépare sous l'autorité particulière d'un professeur choisi comme directeur de recherche, dans le cadre du laboratoire de recherche du CELSA, le GRIPIC (*Groupe de recherches interdisciplinaires sur les processus d'information et de communication*), équipe d'accueil de l'université Paris-Sorbonne (ÉA 1498), au sein de l'école doctorale V « Concepts et langages » de l'université Paris-Sorbonne, et conformément à la charte des thèses adoptée par l'université.

ENTRÉE

Être titulaire d'un DEA ou d'un Master 2 (obtenu avec la mention bien ou très bien) à l'issue d'un parcours de formation établissant l'aptitude à la recherche.

CHOIX DU DIRECTEUR DE RECHERCHE

L'étudiant choisit un directeur de recherche parmi les enseignants-chercheurs habilités à diriger des recherches au GRIPIC en fonction de ses thématiques scientifiques.

DURÉE DES ÉTUDES

Aux termes des textes en vigueur, la durée recommandée pour la préparation du Doctorat est de 3 ans.

LE GRIPIC

Il s'intéresse aux processus, aux dispositifs et aux phénomènes d'information et de communication dans la société. Ses méthodes privilégient l'approche des signes, des objets et des pratiques au sein de la vie sociale.

Deux démarches président aux travaux du GRIPIC, l'une réflexive (épistémologique) et l'autre appliquée aux travaux de recherche en situation. La démarche épistémologique rassemble les chercheurs dans une approche critique et distanciée des pratiques de recherche en sciences de l'information et de la communication. Pour l'approche appliquée, les chercheurs du GRIPIC fédèrent leurs travaux autour de trois axes thématiques :

- communication et organisations
- médias, politique, médiations marchandes
- cultures et communication

Le GRIPIC offre son support scientifique et sa logistique aux étudiants qui préparent le Doctorat en sciences de l'information et de la communication.

ORGANISATION DES ÉTUDES

Pendant la préparation de la thèse, les étudiants-chercheurs doivent présenter périodiquement l'état d'avancement de leurs travaux. Ils sont tenus d'assister aux conférences et séminaires du GRIPIC organisés à leur intention, ainsi qu'aux séminaires de recherche :

- **Séminaires de Doctorat** : les doctorants présentent régulièrement leurs travaux scientifiques devant l'assemblée des professeurs et des doctorants.
- **Séminaires de lecture** : travaux collectifs autour d'œuvres et d'auteurs de référence pour la discipline (R. Barthes, M. Foucault, L. Marin, M. de Certeau, W. Benjamin, etc.).
- **Cours doctoraux**, donnés par les professeurs des différentes disciplines de l'École doctorale V (philosophie, linguistique, sociologie, communication, musique et musicologie) : les doctorants doivent suivre plusieurs cours pendant les 3 années de préparation à la thèse.

FINANCEMENT

Pour aider les étudiants-chercheurs, des partenariats sont possibles : contrats de recherche, conventions CIFRE (conventions industrielles de formation par la recherche), etc.

Les étudiants inscrits en Doctorat depuis moins de 6 mois ou en Master recherche peuvent solliciter le bénéfice d'allocations de recherche d'une durée de 3 ans dans le cadre du contrat doctoral. Le nombre de ces allocations est fixé annuellement par l'université.

→ EXEMPLES DE CONVENTIONS CIFRE

EDF : sur les évolutions sociétales

Orange : sur le message multimédia mobile (MMS)

Euro RSCG C&O : sur le rôle des tendances dans la construction des valeurs d'une communauté

→ EXEMPLES DE THÈSES SOUTENUES

L'archipel du dialogue. De l'image du texte à l'anthropologie de la communication.

Communication et statistiques publiques. Représentations dominantes.

Une forme télévisuelle travaillée par le produit culturel : « l'émission de plateau en tension entre unité et fragmentation ».

La robe, le verbe et la plume : approches rhétoriques et communicationnelles de la parole judiciaire dans les cours d'assises françaises et dans leurs représentations télévisuelles.

L'histoire saisie par le management. Entre pratiques du passé et exercice du pouvoir managérial. L'exemple du Groupe Caisse d'Épargne.

Autoriser une pratique, légitimer une écriture, composer une culture : les conditions de possibilité d'une critique littéraire participative sur Internet. Étude éditoriale de six sites amateurs.

Les médias en kits pour promouvoir « la diversité ». Étude de programmes européens de formation aux médias destinés à « lutter contre les discriminations » et « promouvoir la diversité ».

Les partenariats entre organisations économiques et associatives : des espaces communicationnels hybrides entre divergences et convergences.

Territoire virtuel, identité réelle : la plasticité identitaire sur Internet.

Des vietnamités numériques ? Étude des imaginaires sociaux dans les échanges entre les Vietnamiens nationaux et les Vietnamiens diasporiques.

Corps à corps urbains. Vers une anthropologie poétique de l'anonymat parisien.

Le « médiamagasin » une métaphore pour penser la mutation du design d'environnement.

La construction de l'image présidentielle dans la presse satirique : vers une grammaire de l'humour. Jacques Chirac dans l'hebdomadaire français *Le Canard enchaîné* et Carlos Menem dans le supplément argentin *Sátira/12*.

→ EXEMPLES DE THÈSES EN COURS

Le discours médiatique en Arabie Saoudite après les événements du 11 septembre 2001.

Le politicien comme marque. Le réenchantement du politique par la consommation.

Évolution sociétale des consommateurs et société civile

Le portrait du « couple franco-allemand » : une galerie entre deux rives.

Le patrimoine littéraire à l'œuvre hors du livre.

Des médias de masse traditionnels à l'espace public de l'Internet : construction et circulation médiatiques du représentant politique au sein des dispositifs numériques participatifs.

L'influence du management sur les dissonances observées en matière de communication dans les grandes entreprises du secteur des télécommunications - L'exemple d'Orange.

De l'industrie culturelle à la fabrique de soi : enjeux identitaires des productions culturelles sur le web contemporain.

L'image de la femme à l'épreuve des projecteurs : danse, défilés et presse.

Le fait divers télévisé : poétique d'un « être » médiatique.

La sculpture médiatique du corps.

Dire l'expérimentation animale en France : entre risque et opportunité pour les entreprises de la recherche biomédicale.

L'affirmation d'une figure médiatrice de l'intervention politique : le cas des discours de l'Unesco sur les relations entre les cultures.

La « pratique didascalique » : pour une théorie contextuelle de la communication.

RESPONSABLE DE FORMATION

Emmanuel SOUCHIER, professeur des universités, directeur du GRIPIIC

Directeurs de recherche :

Nicole d'ALMEIDA, professeur des universités

Karine BERTHELOT-GUIET, professeur des universités

Françoise BOURSIN, professeur des universités

Yves JEANNERET, professeur des universités

Véronique RICHARD, professeur des universités

Emmanuel SOUCHIER, professeur des universités

Adeline WRONA, professeur des universités

Coordinatrice administrative et pédagogique

Odile CORTINOVIS

VIE ASSOCIATIVE**Bureau des élèves :**

activités culturelles, humanitaires et sportives

Junior entreprise :

nombreuses missions dans tous les domaines de l'information et de la communication

LES PROGRAMMES DÉTAILLÉS SONT DISPONIBLES
SUR LE SITE INTERNET WWW.CELSA.FR

