

SYLLABUS

COM 1050 – groupe 40: Connaissance des médias.
Automne 2005 : jeudi de 9h 30 à 12h 30.

Enseignant : **Christian Edem K. Agbobli.**
Consultation : local J-3190. Tél : 270 – 8678.
Courriel : agbobli.christian@uqam.ca

I) DESCRIPTION DU COURS (selon le descripteur officiel)

Ce cours d'introduction aux médias trace d'abord un portrait d'ensemble des principales institutions et des divers acteurs sociaux impliqués dans leurs processus complexes de production et de diffusion. Questionnant ensuite le rôle social des médias, l'orientation de leurs usages dominants et « alternatifs », de même que la qualité des produits culturels qu'ils proposent à leurs publics, ce cours amorce une réflexion sur les enjeux fondamentaux liés au développement et à l'évolution récente des pratiques médiatiques au Québec en particulier, puis ailleurs dans le monde.

II) OBJECTIFS SPÉCIFIQUES

- 1) Acquérir des connaissances de base sur l'organisation des industries de la communication et de la culture.
- 2) Expliciter les facteurs d'émergence et de développement des moyens d'information et de communication.
- 3) Analyser les dimensions culturelles, économiques, politiques et structurelles des grands médias de masse et leur influence au plan social.
- 4) Apprendre à développer une réflexion et un esprit critique dans la compréhension de ces phénomènes.

III) DÉMARCHE PÉDAGOGIQUE

Le cours est offert sous forme d'exposés magistraux, d'ateliers réveils en classe. Le visionnement de documents audiovisuels constituera un autre aspect de la pédagogie du cours. La présence de conférenciers-conférencières représentera un apport à la problématique du cours. La participation des étudiantes et des étudiants aux échanges du groupe est fortement recommandée, voire essentielle à la dynamique du cours.

IV) ÉCHÉANCIER

Cours 1 – 8 septembre : Présentation du syllabus et des modalités d'évaluation; connaissance du groupe-cours.

Questions et attentes du groupe. Désignation du représentant du groupes-cours.

Cours 2 – 15 septembre : Introduction aux médias. Qu'est-ce que les médias?
Définition de différents concepts : médias, communication, culture, information, etc.

Cours 3 – 22 septembre : La situation des médias au Québec. La structure du système médiatique au Québec.

Cours 4 – 29 septembre : Réflexion sur la radiodiffusion.

Vidéo: La liberté d'expression à la radio.

Remise du résumé de lecture.

Cours 5 – 6 octobre : La télévision au Québec. Émergence et facteurs de développement.
Problématique générale.

Vidéo.

Cours 6 - 13 octobre : Analyse de presse.

Conférencier(ère): Christian Leray.

Cours 7 – 20 octobre : Médias et propagande. Comment les médias assurent-ils leur rôle de manipulation du public?

Atelier-réveil.

Cours 8 – 27 octobre : Semaine de lecture.

Cours 9 – 3 novembre : Rencontre avec les étudiantEs.

Cours 10 – 10 novembre : Ici et là-bas. La problématique de l'interface entre le Québec et le monde. Comment notre perception du monde est-elle dictée par nos médias? La place de l'international.

Vidéo: Distorsions.

Remise du résumé de lecture.

Cours 11 - 17 novembre : Internet et l'espace public. Les usages alternatifs des médias de masse.

Cours 12 – 24 novembre : Le concept d'industrie culturelle appliqué aux médias de masse.
Vidéo.

Cours 13 – 1er décembre : Industrie culturelle (suite). Débat.
Atelier-réveil.

Cours 14 – 8 décembre : La photographie comme média.
Conférencière : Josée Lambert.

Cours 15 – 15 décembre : Remise du travail final. Synthèse de la démarche réflexive réalisée pendant le cours. Fin de la session. Vive l'hiver :-)

V) TRAVAUX ET ÉVALUATION

L'évaluation tient compte des trois éléments suivants :

Ateliers en classe : 30%

Les questions des ateliers seront en lien avec des textes choisis du recueil et/ou des passages des vidéos et/ou le contenu du cours permettant l'avancement de la réflexion analytique de l'étudiant-e. Deux ateliers seront effectués.

Les 20 octobre et 1er décembre.

Résumés de lecture : 30%

Résumés écrits de deux textes obligatoires. Chaque résumé devra inclure un bref commentaire critique et compter entre une et deux pages (maximum) dactylographiées à interligne et demi. Chaque résumé compte pour 15% de la note finale.

Remise les 29 septembre et 10 novembre.

Travail de recherche : 40%

L'étudiant-e devra remettre, lors du dernier cours, une analyse critique relative au domaine des médias et des communications. Longueur du travail : 10 à 12 pages maximum, dactylographiées à interligne et demi. Ce travail compte pour 40% de la note finale.

Le travail de recherche peut être réalisé individuellement ou en équipe (deux à trois personnes). Les étudiant-e-s doivent discuter de leur projet ou de leur plan de travail lors d'une rencontre avec l'enseignant après la semaine de lecture.

• Pour ce travail d'analyse critique, la discussion devra porter sur les éléments suivants :

- a) le choix du sujet;
- b) les objectifs de communication de la recherche;
- c) la formulation de la question centrale sur laquelle reposera la recherche ainsi que la formulation d'une ou deux hypothèses, soit une ou des propositions qu'il vous faudra discuter et défendre tout au long du travail de recherche et qui permettent de développer votre logique d'argumentation;
- d) les résultats de la recherche qui visent à démontrer l'existence ou l'absence d'une idéologie ou d'enjeux culturels, politiques, économiques dans le sujet (émission, magazine ou rubrique) choisi.

• Figurent ci-dessous quelques exemples de sujets qui, dans le domaine des médias, peuvent être l'objet d'une recherche et d'une analyse critique (liste non exhaustive) :

1. Magazines d'éducation et/ou de culture (Indicatif Présent, Le Point, Enjeux, Les Francs-Tireurs, Points chauds, Il va y avoir du Sport, etc.)
2. Émissions de divertissement (Loft Story, Star Académie, Tout Le Monde en Parle, Véro, Star System, Flash, Le Bachelor, etc.)
3. Émissions ou rubriques d'information (les téléjournaux, les billets d'humeur, les caricatures, etc.)
4. Vente directe (publicité, infomerciale, etc.)

N.B. : i) la présence de tous est recommandée.

1 point sera enlevé pour chaque absence.

ii) Le travail de recherche se fera individuellement ou en équipe de 2 ou 3. L'implication dans le travail d'équipe est une CONDITION SINE QUA NON pour l'obtention de la note de l'équipe. Ainsi, un contrat-type sera donné à chaque équipe. Si un des membres de l'équipe n'effectue pas le travail requis par l'équipe, il perd **5 points** de la note reçu en fonction de l'inflexion individuelle et des directives données en classe.

iii) Les résumés et les ateliers se feront individuellement.

iv) **1 point** sera enlevé par jour de retard dans la remise des travaux (résumé de lecture et travail final).

Critères d'évaluation :

La notation sera effectuée selon la grille d'évaluation proposée par le département.

• Qualité de la présentation et respect des règles universitaires de présentation et des règles universitaires en matière de méthodologie : travaux brochés, identifiés, pages de garde (nom des étudiant-e-s, sigle et intitulé du cours, dates, etc.), sommaires, bibliographies, pagination, notes de bas de page, etc.

• **Toutes les citations (documentaires ou issues d'entrevues) doivent être transcrites textuellement et identifiées par des notes de bas de page.** La citation courte (pas plus de trois lignes) est insérée dans le texte entre guillemets. La citation longue est détachée du texte et dactylographiée, sans guillemets, à interligne simple en retrait de cinq frappes de chaque côté du texte principal.

• Il est **formellement interdit de déposer des travaux dans le casier de l'enseignant au département des communications.** Tous les travaux doivent être remis à l'enseignant **en mains**

propres pendant la période de cours, soit le jeudi matin de 9h 30 à 12h30 dans le local de cours.

- À la fin de la session, le travail final doit être remis à l'enseignant avec une **enveloppe dûment timbrée et adressée** de manière à être retourné à un membre de l'équipe, une fois l'évaluation complétée.

- Chaque cours comporte des enseignements qui permettent de bien saisir toutes les composantes des problématiques abordées et qui favorisent par conséquent la bonne réalisation des travaux exigés par l'enseignant. La présence assidue au cours est donc fortement recommandée.

- **L'évaluation des travaux écrits porte sur les critères suivants :**

1. Cohérence et respect de l'exercice :
 - a) intégration des contenus abordés pendant les cours;
 - b) qualité des sources de renseignements, précision et compréhension des sources citées;
 - c) qualité et rigueur des méthodes de travail, des aptitudes analytiques et critiques;
 - d) clarté et originalité argumentaires.
2. Qualité de la présentation du travail : page de présentation, sommaire, bibliographie, pagination, citations, notes de bas de page, etc.
3. Qualité de l'écriture : clarté, efficacité, cohérence.
4. Qualité générale du français : vocabulaire, grammaire, orthographe, syntaxe.

- **Le Cahier de méthodologie de l'Université du Québec à Montréal**, dont plusieurs copies sont disponibles à la bibliothèque centrale de l'UQAM, est un guide pratique qui a pour fonction d'aider à tout moment les étudiant-e-s à bien réaliser l'ensemble de leur travaux universitaires - via des outils et des méthodes de travail appropriés - et ce en respectant les normes universitaires de base. Il décrit les principales composantes des divers travaux universitaires, dont celles relatives aux travaux du présent cours COM 1050 - Connaissance des médias.

En conséquence, dans le cadre de ce cours, nous recommandons la lecture des chapitre suivants, lesquels serviront à encadrer notre évaluation des travaux :

- Chapitre 4 : La recherche documentaire
- Chapitre 6 : Le résumé de livre
- Chapitre 9 : Le travail de recherche
- Chapitre 10 : La rédaction de textes
- Chapitre 11 : La présentation matérielle des travaux écrits
- Chapitre 13 : Travail d'équipe, exposé, débat

Document obligatoire (disponible à la COOP): Un recueil de textes (COM 1050)