

**COM 245 IMPACTS DES MÉDIAS
(3 crédits)**

ANCIEN SIGLE : CRM 326 Impacts des médias

PRÉALABLE : COM 130 Théories de la communication **ou**
CRM 141 Fondements de la communication

Nombre limite : 70 étudiantes ou étudiants

DESCRIPTEURS :

Objectifs : S'initier aux principales théories qui cherchent à rendre compte de l'impact et de l'influence des médias.

Contenu : Panorama des grandes approches théoriques qui ont marqué le domaine de la recherche en communication médiatique. Évolution des modèles et des cadres d'analyse en fonction de l'intégration, de l'utilisation et de l'appropriation des technologies émergentes en communication par les individus.

AUTRES INFORMATIONS GÉNÉRALES

Pour vérifier si cette activité pédagogique est offerte à la présente session, consulter l'horaire sur le site du Département de communication à la rubrique Étudiants actuels (www.usherbrooke.ca/dep-com/etudiants-actuels).

COM 245 IMPACTS DES MÉDIAS

Objectifs spécifiques

Ce cours vise à donner à l'étudiante ou l'étudiant un aperçu global des principales théories dans le domaine de la communication médiatique et à lui permettre de se familiariser avec les principaux paradigmes de la recherche sur l'étude des médias.

Ce cours présente les principales théories, postulats et modèles qui ont marqué l'évolution de la discipline. On y présente également le contexte dans lequel se sont développés les grands courants de la recherche sur la communication médiatique au niveau international.

Dans ce cours, l'étudiant ou l'étudiante est amené à :

- saisir les particularités de l'étude de la communication médiatique par rapport aux autres domaines d'étude dans les sciences de la communication;
- se familiariser avec les principaux concepts et les principaux cadres d'analyse que proposent les théories sur la communication médiatique;
- s'interroger sur le rôle et l'influence des médias dans sa vie et dans celle de la société tout entière;
- critiquer les différentes approches théoriques.

Précisions sur le contenu

- Les théories américaines : le paradigme des effets, communication et réseaux d'influence, l'approche fonctionnaliste : l'approche des *Uses & Gratifications*, la reformulation du paradigme des effets, le déterminisme technologique, etc.
- Les théories européennes : critique de la culture de masse, théorie critique et approches marxistes, la sémiologie, le courant des *cultural studies*, études de réception, sociologie des usages, etc.

Approche pédagogique

Cours magistraux.

Évaluation

Deux contrôles écrits en classe

Un travail écrit individuel d'analyse à remettre à la fin de la session.

Bibliographie

Une bibliographie sélective sera distribuée au premier cours.