

**CRM732 COMMUNICATIONS ET ÉTHIQUE**  
**(3 crédits)**

**PRÉALABLE :** aucun

**Nombre limite :** 25 étudiantes ou étudiants

---

---

**DESCRIPTEURS :**

**Objectifs :** Acquérir des moyens d'analyser les grands débats sociaux reliés aux communications publiques, dans une perspective d'éthique appliquée et d'éthicologie; procéder à l'examen des recherches actuelles dans le domaine, en s'initiant à différentes approches méthodologiques qui placent l'éthique au confluent de la morale sociale, des lois et réglementations et des pratiques.

**Contenu :** Étude des fondements théoriques, philosophiques et juridiques, qui sous-tendent l'éthique des communications. Analyse des modalités d'exercice, des contraintes et des responsabilités dans le domaine des communications publiques, sous l'éclairage des grands débats sociaux actuels (violence, respect des droits fondamentaux, responsabilité sociale des médias, désinformation, téléinformatique, etc.). Examen des principales approches utilisées dans les recherches actuelles.

---

**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](http://www.usherbrooke.ca/dep-com/etudiants-actuels)).

## **CRM732 COMMUNICATIONS ET ÉTHIQUE**

### **Objectifs spécifiques**

Le séminaire vise à permettre aux étudiants et étudiantes de se familiariser avec les fondements théoriques, méthodologiques et épistémologiques des problèmes liés à l'éthique des communications dans la sphère publique. Outre les fondements philosophiques et juridiques, l'approche passe aussi par l'analyse de cas à l'aide de grilles spécifiques ainsi que par l'application à différents domaines relatifs aux discours de la sphère publique (entre autres l'information, les relations publiques, le journalisme, la publicité, les interventions politiques, etc.). Le séminaire vise également à permettre aux étudiants et étudiantes de prendre connaissance des principales recherches actuelles dans le domaine et d'explorer un certain nombre d'outils méthodologiques en rapport avec des problèmes concrets se posant dans la société contemporaine.

### **Contenu**

Le cours se divise en trois étapes (modules), portant chacune sur un aspect particulier. Les rencontres se déroulent toutes selon un même scénario, soit un exposé de la professeure sur les dimensions théoriques, méthodologiques ou épistémologiques reliées au thème abordé, suivi de l'étude d'un cas précis servant d'exemple concret, qui sert de déclencheur à un échange entre les participant-e-s du séminaire à partir de certains textes choisis. Chaque étudiant-e doit participer activement à la discussion chaque semaine et poursuivre le travail en effectuant les exercices, les lectures et les travaux requis.

1. Fondements théoriques, lexique et définitions (Concepts)
2. Analyse et réflexion critique (applicables aux domaines d'activité en communications publiques : publicité, relations publiques, journalisme, communication politique, etc.) (Méthodologie)
3. Recherches actuelles et applications (Médias et Applications)

### **Approche pédagogique**

Exposés magistraux et discussions à partir de textes choisis. Participation active aux séminaires. Lectures obligatoires et facultatives. Étude de cas. Préparation et présentation d'une analyse de cas.

Une double approche est utilisée dans ce cours, combinant les dimensions théorique et empirique. La théorie fait l'objet d'exposés, de lectures, de retours sur les textes (quiz) et de questions d'examen. L'observation, la discussion, l'analyse d'un cas et la réflexion permettent l'application des concepts théoriques à des objets concrets.

Un site web est mis à la disposition des étudiant-e-s. On y trouve plusieurs éléments nécessaires au cours. Le code d'accès sera donné lors du premier cours. Ce code doit demeurer confidentiel : l'accès au site est réservé aux étudiant-e-s du séminaire. On voudra bien respecter les droits d'auteur du matériel déposé dans ce site.

## CRM732 COMMUNICATIONS ET ÉTHIQUE

### **Évaluation**

- Travail individuel/observation d'un cas et description (10%)
- Analyse d'un cas à l'aide de la grille de Potter modifiée (25%)
- Présentation orale de l'analyse de cas (10%)
- Travail de fin de session/essai critique (30%)
- Fiches de lecture et comptes rendus oraux (15%)
- Participation aux échanges en classe (10%)

### **Lecture obligatoire**

Un recueil de textes fait partie des documents requis. On peut se le procurer au local de la photocopie à la Faculté (A4-151).

La lecture de l'ouvrage *Éthique de l'information. Fondements et pratiques au Québec depuis 1960* (PUM, 202) de Armande Saint-Jean est obligatoire. Le livre est disponible au Centre de documentation et à la bibliothèque. On peut s'en procurer un exemplaire à prix réduit en s'adressant à l'auteur.