

PHI 146 – Philosophie et médias (3 cr.)

Plan de cours – automne 2013

mercredi, 16 h 00 à 18 h 50, local A3-136

Enseignant : **Steve McKay**
Bureau : A4-251
Téléphone : **819 821-8000, poste**
Courriel : steve.mckay@usherbrooke.ca

OBJECTIF

Mener une réflexion philosophique sur la communication humaine et sur la place et le statut de la communication média à l'intérieur de cette dernière. Développer une perspective critique et herméneutique sur la culture média

CONTENU

Notre réflexion sur les médias de masse et les nouveaux médias (web, médias sociaux) abordera des thèmes en lien avec les trois domaines philosophiques que sont (1) la politique, (2) l'épistémologie et la métaphysique et (3) les sciences cognitives et l'éthique.

Dans un premier temps, nous nous questionnerons sur le rôle que les médias de masse jouent dans notre société ainsi que le rôle qu'ils *devraient* jouer. Pour plusieurs, il y a un décalage entre l'idéal médiatique et la réalité qui s'explique par des causes systémiques. Il en résulte des conséquences graves pour le bon fonctionnement de nos sociétés, mais également pour l'épanouissement des individus. Si nous acceptons ce diagnostic, existe-t-il des solutions afin de réformer les médias de masse? Nous nous pencherons sur certaines propositions concrètes afin d'évaluer leur faisabilité et leur efficacité.

Les médias de masse tout comme les nouveaux médias transmettent des « messages » à ceux qui les utilisent. Le message peut être un « contenu » conceptuel, mais également d'autres types (ex. émotionnel). Il arrive fréquemment que le contenu soit présenté, explicitement ou implicitement, comme étant de « l'information » avec la prétention de véracité qui est associée à cette notion. Or, nous savons trop bien que « l'information » présentée par les médias n'est souvent pas toute la vérité et qu'elle possède plusieurs épaisseurs de sens cachés. Les médias opèrent fréquemment dans cette zone entre la vérité et le mensonge qui est épistémologiquement nébuleuse et qui soulève de nombreuses questions philosophiques. Nous en considérerons quelques-unes.

Selon une perspective traditionnelle, les médias capturent et transmettent des événements dont l'existence est indépendante du travail médiatique. Pour plusieurs, cette façon de voir les choses est naïve et erronée. En effet, ils affirment que le « regard médiatique » crée « l'évènement ». Les médias ne sont pas simplement un filtre, plus ou moins déformant, mais ils « mettent au monde »

l'évènement. Est-ce véritablement le cas ou sommes-nous face à une dérive postmoderne? Une réflexion métaphysique est nécessaire afin de clarifier cette question. Les nouveaux médias soulèvent aussi leur lot d'interrogations métaphysiques. Nous dépendons de plus en plus des outils informatiques comme Google afin de nous retrouver dans Internet. Google organise le monde virtuel selon une structure conceptuelle et ontologique dont les principes directeurs sont privés et régis par des impératifs commerciaux. L'imposition de cette métaphysique googlienne soulève des enjeux politiques clairs, mais il est également nécessaire de la questionner d'un point de vue formel, c'est-à-dire comme système métaphysique.

Finalement, le développement effréné des nouveaux médias nous confronte à un nouvel environnement informationnel et cognitif complètement inédit dont les conséquences sur notre psychologie et notre cognition sont potentiellement révolutionnaires, et même dangereuses. Nous sommes submergés par un flot continu de contenu qui nous est transmis par une foule de moyens technologiques qui sont omniprésents, immersifs et gratifiants. L'information qui se donnait à nous de manière linéaire et lente est maintenant déconstruite par la logique des hyperliens et constamment mise à jour. Selon certains, toutes ces technologies ont des effets délétères tels l'incapacité de se concentrer, la diminution de la compréhension, la réduction de la connaissance, le rétrécissement de l'horizon intellectuel des gens, l'augmentation de l'extrémisme idéologique, le narcissisme et même une reconfiguration de la subjectivité. Ces craintes sont-elles justifiées? Notre hygiène mentale est-elle en jeu? Si oui, avons-nous un devoir de veiller à sa protection? Or, comment favoriser une saine écologie médiatique? Quel est le rôle de l'état dans ce projet?

PLANIFICATION DU COURS

Dates	Description du contenu
4 septembre 2013	Prise de contact. Les enjeux philosophiques liés aux médias. Bref historique du développement des médias jusqu'à aujourd'hui
11 septembre 2013	Réflexion politique et éthique sur le rôle des médias de masse. À quoi devraient-ils servir? Trois fonctions des médias dans la société contemporaine.
18 septembre 2013	Le modèle idéaliste des médias. Libéralisme et capitalisme comme les conditions nécessaires et suffisantes pour des médias efficaces.
25 septembre 2013	Lippmann et la critique du modèle idéaliste. La gestion de l'opinion publique et le rôle des médias.
2 octobre 2013	Les médias de masse comme outil de domination politique et culturelle. Le modèle de la propagande Chomsky-Herman. La critique de l'École de Francfort d'Adorno et Horkheimer. Remise du contrôle de lecture (15%)
9 octobre 2013	Peut-on transformer les médias de masse pour qu'ils jouent plus adéquatement leur rôle? Réformes, défis et limites.
16 octobre 2013	Semaine de relâche.
23 octobre 2013	Examen (25%)
30 octobre 2013	Vérité, mensonge et « bullshit ». Le discours médiatique, son interprétation et son contenu épistémique.

6 novembre 2013	Réalité et fiction : métaphysique et médias de masse. L'existence de l'évènement et le regard médiatique.
13 novembre 2013	Métaphysique et nouveaux médias. Google, ses algorithmes et l'ontologie du cyberspace.
20 novembre 2013	Psychologie, cognition et nouveaux médias. Craintes et espoirs.
27 novembre 2013	Psychologie, cognition et nouveaux médias. Craintes et espoirs.
4 décembre 2013	Remise du commentaire (25%)
11 décembre 2013	Hygiène mentale et médias. Responsabilités individuelles et responsabilités collectives. Liberté individuelle et paternalisme.
18 décembre 2013	Examen final (30%)

MODALITÉS DE L'ÉVALUATION DU COURS (examen, dissertation, commentaires de textes, etc.)

Le cours comporte 4 évaluations : un contrôle de lecture (15%), deux examens (25% et 30%) et un commentaire (30%). Référez-vous à l'échéancier afin de connaître les dates de remise et d'examens. Je me réserve le droit de faire des modifications à l'échéancier selon ce que j'observerai en classe. Les modifications auront toujours pour objectif premier de favoriser votre réussite.

Critères d'évaluation

Le contrôle de lecture cherche à évaluer votre compréhension d'un texte dont la lecture est obligatoire dans le cadre du cours. Il s'agit de questions à court développement qui portent sur des éléments conceptuels traités dans le texte. Les examens visent à déterminer votre compréhension et votre capacité d'interpréter de façon critique la matière présentée en classe et celle contenue dans les textes à lire. En plus de l'exactitude factuelle et de la pertinence de l'analyse, la clarté et la concision de vos réponses seront également évaluées. Le commentaire est un travail qui vous permettra de prendre position sur une question philosophique en lien avec les médias de masse. Vous serez évalué sur votre capacité de présenter clairement la problématique, développer votre position d'une manière rigoureuse ainsi que d'entrer en dialogue avec des auteurs que nous avons examinés en classe. Comme toujours, l'exactitude factuelle et la qualité générale de l'expression seront les critères d'évaluation.

MATÉRIEL REQUIS

*Recueil de textes (Adorno, Bourdieu, Baudrillard, Chomsky, Dewey, Habermas, Hegel, Herman, Kahneman, Kant, Lippmann, McLuhan, Ramonet, Virilio, etc.)

*Carr, N. (2011) *Internet rend-il bête?* Paris : Robert Lafont. (Disponible à la librairie universitaire)

*Chomsky, N. et McChesney, R. W. (2004) *Propagande, médias et démocratie*. Montréal : Écosociété. (Disponible à la librairie universitaire).

*Frankfurt, H. (2006) *De l'art de dire des conneries (On Bullshit)*. Paris : 10/18.

*Matériel en ligne.

BIBLIOGRAPHIE

Adorno, T.W. (2003) *Modèles critiques*. Paris : Payot.

Adorno, T.W. et Horkheimer, M. (1974) *La dialectique de la Raison*. Paris : Gallimard.

Baudrillard, J. (1981) *Simulacres et simulation*. Paris : Galilée.

Beller, J. (2006) *The Cinematic Mode of Production: Attention Economy and the Society of the Spectacle*. Dartmouth: Dartmouth University Press.

Bourdieu, P. (1997) *Sur la télévision*. Paris : Liber/Collège de France.

Chomsky, N. et Herman, E.S. (2008) *La fabrication du consentement*. Marseille : Agone.

Dewey, J. (2005) *Le public et ses problèmes*. Paris : Gallimard (Folio).

Gorman, L. et McLean, D. (2009) *Media and Society into the 21st century: a historical introduction*. Malden: Wiley-Blackwell

Habermas, J. (1988) *Espace public*. Paris : Payot.

Hegel, G.W.F. (2012) *Phénoménologie de l'esprit*. Paris : Garnier-Flammarion.

Jackson, M. (2009) *Distracted*. Prometheus Books.

Kahneman, D. (2011) *Thinking, Fast and Slow*. Canada : Doubleday Canada.

Kant, E. (2006) *Critique de la raison pure*. Paris : Garnier-Flammarion.

Kant, E. (1993) *Fondements de la métaphysique de mœurs*. Paris : Livre de Poche.

Klingberg, T. (2009) *The Overflowing Brain: Information overload and the limits of working memory*. Oxford : Oxford University Press.

Lippmann, W. (1922) *Public Opinion*. New York : Free Press/MacMillan.

Lippmann, W. (2008) *Le public fantôme*. Démopolis.

McChesney, R. W. (2004) *The problem of the media*. Monthly Review Press.

McChesney, R.W. (2013) *Digital Disconnect : How Capitalism is Turning the Internet Againsts Democracy*. The New Press.

McChesney, R. W. et Pickard, V. (2011) *Will the Last Reporter Turn out the Lights: The collapse of journalism and what can be done to fix it*. New York : The New Press.

McLuhan, M. (1993) *Pour comprendre les médias*. Bibliothèque Québécoise.

Mill, J.S. (1990) *De la liberté*. Paris : Gallimard (Folio).

Morton, A. (2013) *Bounded Thinking: Intellectual virtues for limited agents*. Oxford : Oxford University Press.

Pariser, E. (2011) *The Filter Bubble: What the Internet is Hiding from You*. Penguin.

Platon (2002) *La république*. Paris: Garnier-Flammarion.

Postman, N. (2005) *Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business*. New York : Penguin.

Prior, M. (2007) *Post-Broadcast Democracy: How Media Choice Increases Inequality in Political Involvement and Polarizes Elections*. Cambridge : Cambridge University Press.

Ramonet, I. (2001) *La tyrannie de la communication*. Paris : Gallimard (Folio).

Ramonet, I. (2013) *L'explosion du journalisme*. Paris : Gallimard (Folio).

Rawls, J. (2009) *Théorie de la justice*. Paris : Seuil (Point).

Sunstein, C. (2011) *Going to Extremes: How like Minds Unite and Divide*. Oxford : Oxford University Press.

Sunstein, C. (2008) *Infotopia : How Many Minds Produce Knowledge*. Oxford : Oxford University Press.

Sunstein, C. (2009) *On Rumors : How Falsehoods Spread, Why we Believe Them, What Can Be Done*. New York : Farrar, Straus and Giroux.

Virilio, P. (1977) *Vitesse et politique*. Paris : Galilée.

POLITIQUES ET RÈGLEMENTS

1. Conformément à la politique départementale de la qualité de la langue qui s'inscrit dans le cadre de l'article 11 du *Règlement facultaire d'évaluation des apprentissages*, une valeur pouvant aller jusqu'à 10 % d'une note pour un travail peut être réservée à l'appréciation de la qualité de la langue.
2. Conformément à l'article 8.1.2b du Règlement des études, toute forme de plagiat sera sanctionnée.