Séminaires doctoraux thématiques 2023-2024 | Faculté de communication

AUTOMNE 2023

FCM913A – La communication à l'épreuve de la crise écologique

Professeur : Oumar Kane

La question écologique a acquis une centralité incontournable dans l'économie générale des sociétés contemporaines. Elle est devenue à ce point déterminante qu'elle tend à réorganiser l'ensemble des modes de légitimité, permettant à certains égards de la considérer à la suite de Marcel Mauss comme un « fait social total ».

Ce cours offre la possibilité de parcourir certains enjeux de ce nouveau territoire que constitue la communication environnementale en se donnant comme fil directeur la manière dont la dimension communicationnelle est fondamentalement interrogée et mise à contribution à différents niveaux et échelles.

L'intégration dans la discussion d'acteurs non humains qui se voient parfois octroyer le statut de sujets ou patients éthiques sera une partie importante du cours qui, tout en demeurant fermement arrimé à la dimension communicationnelle, s'en servira comme un prisme pour décomposer certains des enjeux centraux de notre conjoncture écologique présente.

Trois éléments principaux guideront ce processus réflexif sur la définition des objectifs assignés au séminaire :

1. Un travail collectif qui engage l'ensemble du groupe (communauté) sur son devenir relativement à un projet précisément circonscrit;
2. La centralité de la dimension communicationnelle;
3. Une réflexivité critique systématique sur la détermination d'un commun, les solutions de rechange possibles et les effets concrets de ces « oublis ».

FCM913C – Consommation : social, communication, marchandisation

Professeur : Benoit Cordelier

L'objectif de ce cours est de proposer une exploration du phénomène de consommation et de communication marchande/marketing, considéré comme une extension du premier, d'approcher la consommation à travers des autrices et auteurs fondamentaux de la philosophie, de la sociologie, de l'anthropologie et de la sémiotique en tant que canons de l'interdiscipline qu'est la communication.

La consommation n'est pas qu'un acte économique. Elle exerce sur nous un puissant effet d'attraction et contribue à nous définir individuellement et collectivement. En ce sens, elle est centrale dans nos sociétés et en conditionne des développements sur les plans matériel, relationnel et donc communicationnel. Elle participe à l'élaboration de notre identité et de notre vivre-ensemble d'une perspective hédonique et affectuelle; elle est le véhicule d'enjeux de pouvoir où la consommation est domination comme aliénation ou, à l'inverse, un signe (improbable ?) de libération.

Seront explorées :

1. Les bases de l'analyse moderne de la consommation comme fait social;
2. L'étude des pratiques quotidiennes;
3. La consommation génératrice de sens;
4. La fragmentation du métarécit moderne en postmodernité;
5. L'approche pragmatique de la consommation et de l'échange marchand.

FCM913S – Analyse du discours public – NOUVEAU

Professeur : Olivier Turbide

Ce séminaire a pour objectif de familiariser les personnes étudiantes avec les présupposés épistémologiques, théoriques et méthodologiques de la notion de discours et avec les principaux concepts et approches en analyse du discours (analyse de discours à la française, analyse des interactions, Critical Discourse Analysis).

Sur le plan théorique, il s'agira ainsi de développer une réflexion critique sur l'articulation entre les rapports sociaux de pouvoir, l'individu et les différentes pratiques discursives. Sur le plan empirique, les personnes étudiantes seront amenées à acquérir des compétences précises pour la description et l'interprétation de discours oraux, écrits et multimodaux issus de différents genres (médiatiques, publics, numériques).

HIVER 2024

FCM913D – Document, documenter, documentaire : cinémas et autres constructions visuelles du réel

Professeure : Viva Paci

Ce séminaire vise à interroger les formes actuelles des cinémas du réel et des pratiques visuelles qui dialoguent avec le paradigme des images en mouvement. Force est de constater que la forme d'expression documentaire est très présente aujourd'hui :

- Cinéma
- Images en mouvement interactives sur le Web
- Présence de contenus documentaires dans l'espace muséal
- Exposition de documents dans les pratiques de l'art actuel
- Médiation de la forme du reportage dans l'illustration
- Formes mixtes d'égoportraits, ou d'interprétations de l'actualité, dans la communication médiatique en ligne

Les déclinaisons multiples de ce qui demande à être considéré selon une « lecture documentarisante » sont très nombreuses et traversent les territoires de plusieurs médias. Par « documentaire », nous entendons aujourd'hui, en études cinématographiques et dans les champs connexes, une panoplie de modalités de constructions de l'image qui réfèrent à la complexité du « réel ». L'enjeu n'est plus désormais la représentation d'un contenu véridique, mais plutôt le processus expérientiel que le point de vue de la création, et l'œuvre audiovisuelle qui en résulte, activent sur ce réel.

Par exemple, ce qui était normalement caché dans la mise en scène d'une image peut maintenant être au centre de la médiation esthétique. En effet, dans beaucoup d'œuvres, la performance dans l'image même du film de la réalisatrice et du réalisateur devient de plus en plus importante – et assume même un gage de vérité –, au point de faire proliférer les cas autobiographiques au sein des pratiques documentaires. La réutilisation d'images d'archives, quant à elle facilitée par les usages et la circulation numériques, joue avec son ancrage à ce qui a eu lieu, mais, en même temps, l'archive est davantage mobilisée pour être d'emblée interrogée.

Ce sont finalement les manifestations de la construction documentaire – multiples, riches, problématiques et parfois paradoxales – qui seront à l'étude.

Le cadre de ce séminaire se dessinera en échange avec les études cinématographiques et intermédiales, les médias numériques, l'historiographie et la culture visuelle.

FCM913R – Les objets culturels et médiatiques : enjeux théoriques et méthodologiques – NOUVEAU

Équipe professorale : Anouk Bélanger et Martin Lussier

Ce séminaire propose de réfléchir aux façons dont certains objets culturels et médiatiques incarnent, expriment et contribuent à des rapports, des environnements et des contextes sociaux. Ils ne sont pas neutres ou dénués de sens, mais jouent un rôle dans la formation et la transformation du social, comme des dynamiques culturelles et médiatiques.

Que l'on pense à des productions médiatiques cultes, célébrités, icônes, scènes culturelles, dispositifs de jeux vidéo, courants musicaux, marques ou marchandises qui nous accompagnent au quotidien, des objets matériels, médiatiques et symboliques sont traversés par des enjeux singuliers permettant de (re)penser la communication, la culture et certains rapports sociopolitiques. Ceux-ci stockent en eux les dynamiques complexes de pratiques émergentes et de nouvelles ères médiatiques.

doctorat-communication.uqam.ca

Des questions ? Écrivez-nous : communication.doctorat@uqam.ca.