



**Presses
de l'Université
du Québec**



MÉDIAS SOCIAUX

Enjeux pour la communication

S'informer, se divertir, créer, échanger, commenter, partager : aujourd'hui, ces gestes s'effectuent avec les médias sociaux. Facebook, Twitter, LinkedIn, Wikipedia, YouTube, Instagram... tous ces dispositifs (et bien d'autres encore !) permettent aux usagers d'intervenir directement dans la production et la diffusion de contenus médiatiques, à titre professionnel ou personnel. Mais quel est le poids réel des médias sociaux dans le tissu relationnel et, plus largement, dans l'ensemble de la dynamique sociale ?


Ce livre invite à observer les usages des médias sociaux, dans des contextes précis, afin de questionner le phénomène sous les angles éthique et politique. Après un examen des fondements épistémologiques et théoriques liés à l'émergence des médias sociaux, une première partie offre un aperçu des enjeux éthiques entourant l'utilisation de Facebook. Elle est suivie d'un segment traitant des formats de socialisation que permettent les interactions en ligne, puis des perspectives politiques de ces interactions en observant notamment le contexte médiatique relié aux événements du printemps arabe. Une dernière partie porte sur l'utilisation des médias sociaux à des fins professionnelles au prisme de l'éthique. Cet ouvrage nous permet de porter un regard critique et argumenté sur ce phénomène des médias sociaux qui continue de prendre de l'ampleur.


**Sous la direction de
Serge Proulx,
Mélanie Millette
et Lorna Heaton**

Collection Communication

2012 | 282 pages | 29 \$

978-2-7605-3413-1

978-2-7605-3414-8  PDF

978-2-7605-3415-5  EPUB

DISPONIBLE EN LIBRAIRIE



PUQ.CA

LES AUTEURS

SERGE PROULX, sociologue, est professeur titulaire à l'École des médias de l'Université du Québec à Montréal (UQAM) et professeur associé à Télécom ParisTech (Paris).

MÉLANIE MILLETTE, doctorante en communication à l'UQAM, est coordinatrice du Laboratoire de communication médiatisée par ordinateur (LabCMO).

LORNA HEATON est professeure agrégée au Département de communication de l'Université de Montréal.

Distribution

Canada : Prologue inc.
Belgique : Patrimoine SPRL
France : SODIS / AFPU-Diffusion
Suisse : Servidis SA
Afrique : Action pédagogique pour l'éducation et la formation

Les Presses de l'Université du Québec reconnaissent l'aide financière du gouvernement du Canada et du Conseil des Arts du Canada par l'entremise du Fonds du livre du Canada pour leurs activités d'édition. Elles remercient également la Société de développement des entreprises culturelles (SODEC) pour son soutien financier.

 **Presses
de l'Université
du Québec**

Tél. : 418 657-4399
Courriel : puq@puq.ca



pressesUQ

TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION

Serge Proulx, Mélanie Millette et Lorna Heaton

- L'irruption des médias sociaux : enjeux éthiques et politiques
Serge Proulx
- Le parler privé-public des réseaux sociaux d'Internet
Dominique Cardon

SURVEILLANCE, VISIBILITÉ ET PRÉSENCE EN LIGNE SUR FACEBOOK

- Penser l'éthique du numérique : entre morale et domination
Nicolas Auray
- L'« affichage de soi » comme puissance d'agir : contrôle social et enjeux éthiques à l'heure de l'hyperconnectivité
Dominique Carré et Robert Panico
- Luttres pour la reconnaissance de groupes associatifs : l'usage de Facebook par deux ONG de l'île Maurice
Mary Jane Kwok Choon et Serge Proulx

INTERACTIONS EN LIGNE ET FORMATS DE SOCIALISATION

- Facebook, quand tu nous tiens...
Annabelle Klein
- Collaborer dans un univers immersif : interactions sociales et nouvelles formes de communication
Philippe Bonfils et Sylvie Parrini Alemanno
- Les enjeux des conversations sur les réseaux sociaux numériques : un jeu d'échange
Élodie Crespel

PERSPECTIVES POLITIQUES

- Les mouvements sociaux, les technologies médiatiques et le pouvoir
Normand Landry
- Facebook en Tunisie avant 2011 : vers une transition démocratique
Sana Barhoumi
- Le genre : dimension ignorée de la fracture numérique ?
Le cas du plan d'action régional Picardie en ligne 2.0
Hélène Bourdeloie et Virginie Julliard

ÉTHIQUE, DÉONTOLOGIE PROFESSIONNELLE ET MÉDIAS SOCIAUX

- La déontologie journalistique et les réseaux sociaux : l'encadrement de l'utilisation de Twitter par les institutions du journalisme québécois
Renaud Carbasse
- De l'impératif de visibilité aux enjeux éthiques : les usages de Twitter par des professionnels du Web
Jean-Claude Domenget
- Quelle éthique pour les relations publiques s'exerçant à travers les médias sociaux ?
Josianne Millette
- Joindre une conversation sans y avoir été invité : les normes éthiques informelles des acteurs commerciaux pour l'envoi de réponses non sollicitées sur Twitter
Claudine Bonneau