



MÉDIAS ET SOCIÉTÉ

La perspective de la communication sociale

Il est possible d'étudier la relation entre les médias et la société à partir de nombreuses perspectives. Considérer le lien entre les médias et la société, c'est affirmer que la société influence l'évolution des médias et que l'évolution des médias, à son tour, agit sur l'évolution de nos sociétés. Comme les chercheurs ont contribué à montrer, au fil des ans, que les médias sont liés à l'interaction sociale, il est devenu primordial d'enseigner l'aspect social du fonctionnement des médias.

Cet ouvrage regroupe treize chapitres – rédigés par des étudiants de deuxième cycle avec leurs directeurs de recherche – qui portent sur autant d'objets explorés à partir de points de vue variés et de l'utilisation de différentes méthodes. Ces études ont comme trame de fond la communication sociale, une perspective qui a contribué à élargir le champ et à multiplier les objets jugés légitimes d'être étudiés en communication : par exemple le discours médiatique à propos des crises internationales, les journaux télévisés, les hymnes nationaux et l'identité, le Monopoly comme reflet de nos sociétés, les représentations des acteurs politiques, le cadrage dans les campagnes Web, le leadership et la personnalité, la publicité sur le Web, la gouvernance en culture, l'affichage sur les portes de bureau en tant que média, le rôle des technopédagogues et l'éducation aux médias.

Sous la direction de Jason Luckerhoff

Préface d'Yves Winkin

2016 | 280 pages
Collection Culture et publics

978-2-7605-4641-7 **28,00 \$** PAPIER

978-2-7605-4642-4 **20,99 \$** PDF

978-2-7605-4643-1 **20,99 \$** EPUB

TABLE DES MATIÈRES

- Chapitre 1** Les portes du savoir : une analyse de contenu d'un média non conventionnel
Stéphanie Gladu et Stéphane Perreault
- Chapitre 2** Régulation ou gouvernance de la culture : le cas de la convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles de l'UNESCO
Emmanuelle Coutu et France Aubin
- Chapitre 3** Publicité transportée sur le Web, émergence d'un phénomène viral : le traitement de l'information et le partage des publicités sociales chocs de sécurité routière par des webacteurs
Audrey Dupuis et Farrah Bérubé
- Chapitre 4** Militantisme à l'ère des réseaux sociaux : une analyse du cadrage dans les campagnes Internet de Greenpeace Québec
Fares Hamzaoui et Mireille Lalancette
- Chapitre 5** Leadership : une question de personnalité ?
Yaël Blanchet-Godbout et Stéphane Perreault
- Chapitre 6** Représentations des acteurs politiques en contexte de campagne électorale : « se faire tirer le portrait »
Alex Drouin et Mireille Lalancette
- Chapitre 7** Construction sociotechnique du Web 2.0 : la Tribune de Tout le monde en parle
Olivier Champagne-Poirier et Synda Ben Affana
- Chapitre 8** Monopoly et Opération : deux jeux qui en disent long sur le capitalisme
Marie-Chantal Falardeau, Lysanne Baron et Stéphane Perreault
- Chapitre 9** Discours médiatique, crises internationales et idéologie : une approche sémiotique
Pierre Pinsonnault et Yvon Laplante
- Chapitre 10** (Re)construction sociale de la réalité par les médias : adaptation du projet Television Around The World de George Gerbner à l'analyse des journaux télévisés français et québécois
Marie-Ève Carignan et Pierre Huard
- Chapitre 11** Chanter qui nous sommes : les hymnes nationaux comme indicateurs de l'identité d'un peuple
Jeanne Guèvremont, Stéphane Perreault et Donald M. Taylor
- Chapitre 12** Technopédagogue et cours en ligne : communication et collaboration
Mathieu Bouchard et Synda Ben Affana
- Chapitre 13** Six thèmes pour mieux cerner l'éducation aux médias
Marie-Chantal Falardeau, Raymond Corriveau et Normand Landry

DIRECTEUR

JASON LUCKERHOFF, Ph. D., est professeur agrégé en culture et communication au Département de lettres et communication sociale de l'Université du Québec à Trois-Rivières. Il y enseigne notamment les cours *Médias et société*, *Démarches de travail intellectuel en communication sociale* et *Communication et culture*. Il est cofondateur et codirecteur de la revue *Approches inductives*, de la collection « Culture et publics » et du Laboratoire de recherche sur les publics de la culture.

Avec la collaboration de France Aubin, Lysanne Baron, Synda Ben Affana, Farrah Bérubé, Yaël Blanchet-Godbout, Mathieu Bouchard, Marie-Ève Carignan, Olivier Champagne-Poirier, Raymond Corriveau, Emmanuelle Coutu, Alex Drouin, Audrey Dupuis, Marie-Chantal Falardeau, Stéphanie Gladu, Jeanne Guèvremont, Fares Hamzaoui, Pierre Huard, Mireille Lalancette, Normand Landry, Yvon Laplante, Jason Luckerhoff, Claude Martin, Stéphane Perreault, Pierre Pinsonnault et Donald M. Taylor.

Financé par le
gouvernement
du Canada

Funded by the
Government
of Canada

Canada



Conseil des arts
du Canada

Canada Council
for the Arts

SODEC

Québec



Distribution

Canada: Prologue inc.

Belgique: Patrimoine SPRL

France: SODIS / AFPU-Diffusion

Suisse: Servidis SA



418 657-4399

puq@puq.ca

Plus de
1 400 livres
à feuilleter



Presses
de l'Université
du Québec

PUQ.CA