

**Université du Québec à Chicoutimi  
Département des arts et lettres**

**Plan de cours**

**7CMM310 Dévoilement et socialisation dans les médias émergents**

Professeur : Hervé Saint-Louis, PhD  
Herve\_saint-Louis@uqac.ca  
Bureau : P4-7290  
Disponibilité : mardi 11 h — 13 h  
Téléphone : (418) 545-5011 2491

Trimestre : hiver 2021  
3 crédits  
Lundi 13 h — 15 h 45 (19 h – 21 h 45 – France)  
YouTube : [youtube.com/user/ToonDoctor](https://www.youtube.com/user/ToonDoctor)  
Zoom : <https://uqac.zoom.us/j/4482637911>

**Objectifs du cours**

Introduction à l'analyse critique de la socialisation à travers les supports médiatiques logiciels. Familiariser avec l'importance de la conception des dispositifs permettant les interactions et leur appropriation. Sensibiliser au rôle des émotions/affect dans la dynamique du dévoilement encouragée par ces plateformes médiatiques dont les médias sociaux.

**Aperçu du contenu**

Analyse de différents thèmes : les ME et la culture de la célébrité ; les ME et le divertissement ; les ME et la publicité ; l'utilisation des ME par les jeunes ; le questionnement éthique et philosophique que certaines pratiques de dévoilement soulèvent ; les questions de la communication virale, des contenus générés par les utilisateurs, les communications et les dispositifs mobiles, etc.

***L'usage du masculin a uniquement pour but d'alléger le texte.***

**Description détaillée**

À travers ce cours les étudiants découvriront comment identifier, mesurer et collecter des données sur des réseaux sociaux sélectionnés (réseaux personnels, influenceurs), gérer les crises et la réputation à partir des médias sociaux puis analyser et représenter ces données à l'aide de diverses techniques analytiques et de visualisation. Le cours vise aussi l'adoption de compétences poussées dans la gestion des médias sociaux à partir de divers outils et plateformes.

L'essor des technologies de l'information et de la communication dans les sociétés contemporaines a mis en lumière la nature interdépendante des relations ; humain-humain, humain-machine, machine-humain et machine-machine. Ce cours prépare l'étudiant à utiliser, comprendre, gérer et mettre en valeur les approches de socialisations sur les médias sociaux en passant par les théories des réseaux sociaux. L'analyse structurale des réseaux sociaux offre un point de vue avec lequel nous pouvons analyser les réseaux pour comprendre les rôles et les interactions des personnes et des techniques (bots, intelligence artificielle, algorithme) dans les médias émergents, identifier la source des problèmes existants ou potentiels, ainsi que l'échange de ressources et d'informations. Cette approche théorique nous permet de comprendre les défis des organisations et des individus faisant appel aux médias sociaux pour promouvoir un message, une marque, des services et des produits ; comment gérer l'interaction avec l'autre sur les médias émergents,

comprendre ses sentiments par l'intermédiaire de techniques, dispositifs mobiles, de procédés quantitatifs et de logiciels d'analyse.

### Méthode pédagogique

Les séances magistrales sont données en mode synchrone à partir de Zoom et en mode asynchrone à partir de YouTube. Les périodes synchrones sont aussi utilisées pour parler des travaux et poser des questions. Les séances ne sont pas enregistrées. Les périodes asynchrones sont déposées sur YouTube. L'étudiant doit avoir visionné les vidéos avant la prochaine rencontre en classe. Les étudiants seront prévenus des cours en mode asynchrone.

Lectures et séminaires dirigés, questionnements et discussions-débats, exposés magistraux, présentation de ressources audiovisuelles, études de cas, exercices en classe, travaux individuels et en équipe.

Le cours vise l'acquisition de connaissances et d'un savoir-faire. La lecture des textes soumis sert de point de départ à la réalisation d'exercices, de discussions et de travaux pratiques en classe, et fait éventuellement l'objet de contrôles.

Le cours vise à renforcer les aptitudes de fonctionnement autonomes de l'étudiant pour l'aider à fonctionner dans un cadre pédagogique et professionnel où les connaissances nécessaires doivent être obtenues sans l'aide d'un tuteur. L'étudiant doit apprendre à lire des instructions sommaires et se débrouiller, en faisant, si nécessaire, des erreurs dans ce parcours pédagogique.

**Les dates de remise des travaux, les lectures de préparation, et le contenu des sessions individuelles sont des suggestions qui peuvent changer selon des demandes et contraintes imprévues.** Le professeur vous informera de tout changement d'horaire, de remise des travaux, et de lectures.

### Type de cours

Cours obligatoire dans le programme de Baccalauréat en communication interculturelle et médiatique (6515) concentration médias émergents.

### Livres et matériels

#### Matériaux obligatoires (disponibles à la COOPSCO)

Lemieux, V., & Ouimet, M. (2004). *L'analyse structurale des réseaux sociaux*. Québec : Presses de l'Université Laval.

Mercklé, P. (2016). *Sociologie des réseaux sociaux*. Paris : La découverte.

Guare, J. (Écrivain), & Schepisi, F. (Réalisateur). (1993). *Six Degrees of Separation* [Film]. USA.  
**Vous devez vous procurer un enregistrement légal de ce film. Il n'est pas disponible sur Netflix Canada, mais peut-être commandé sur Amazon.ca ou la Fnac.**

#### Lectures recommandées

Charest, F., Alcantara, C., Lavigne, A., & Moumouni, C. (Éds.). (2017). *E-Reputation et influenceurs dans les médias sociaux : nouveaux enjeux pour les organisations*. Québec : Presse de l'Université du Québec.

Degenne, A., & Forsé, M. (2004). *Les réseaux sociaux* (éd. 2e édition). Paris, France : Armand Colin.

Degenne, A., Grossetti, M., & Bidart, C. (2011). *La vie en réseau : Dynamique des relations sociales*. Paris : Presses universitaires de France.

Doorley, J., & Garcia, H. F. (Éds.). (2015). *Reputation Management: The Key of Successful Public Relations and Corporate Communication*. New York: Routledge.

### Autres lectures

Les autres lectures et documents seront mis sur le site Moodle du cours au fur et à mesure.

### Évaluations

Date	Évaluations	Pondération
18-jan	Quiz sur Hootsuite	10 %
1-fév	Quiz sur Facebook pour entreprises	10 %
15-fév	Présentation et critique du profil LinkedIn	10 %
22-fév	Analyse du film <i>Six degrés de séparation</i>	10 %
22-mar	Exercice pratique de gestion de crise	10 %
26-avr	Projet synthèse (analyse de sentiments, données relationnelles et visualisation)	25 %
3-mai	Examen final	25 %

« Conformément à une résolution adoptée le 27 avril 2016 par le conseil de l'Unité d'enseignement en linguistique et langues modernes, aucun report d'examen ne sera accepté, à moins de conditions exceptionnelles (accident, maladie, décès d'un proche) dûment attestées. »

Conformément à une résolution adoptée à l'unanimité le 22 septembre 2006 par l'assemblée du département des arts et lettres, les cotes se répartissent selon le barème suivant :

<b>A+</b>	de 95 à 100	4,3	<b>B+</b>	de 84 à 86	3,3	<b>C+</b>	de 74 à 76	2,3
<b>A</b>	de 90 à 94	4,0	<b>B</b>	de 80 à 83	3,0	<b>C</b>	de 70 à 73	2,0
<b>A —</b>	de 87 à 89	3,7	<b>B —</b>	de 77 à 79	2,7	<b>C —</b>	de 67 à 69	1,7
<b>D+</b>	de 64 à 66	1,3	<b>E</b>	59 et moins		<b>I</b>	Incomplet	
<b>D</b>	de 60 à 63	1,0				<b>S</b>	Satisfaisant	

### Remise des travaux

Les travaux à l'exception des travaux multimédias, tous les travaux sont soumis sur Moodle en format Acrobat. Le mode de citation est APA 6e édition Adaptation française du style bibliographique APA 6e édition par Marc Couture, professeur à la TELUQ.

Une pénalité de 10 % par jour (incluant les jours fériés) est appliquée à tout travail remis après la date de soumission après minuit. Après **quatre jours suivant la date de remise** (incluant les fins de semaines et jours fériés), tout travail non remis n'est plus corrigé et se mérite un zéro. Les travaux doivent être en format Acrobat. Le nom du fichier doit inclure le nom de l'étudiant et être soumis directement sur Moodle et non par courriel. Le professeur se réserve le droit de donner une extension, mais les étudiants ne peuvent en demander. Les demandes d'extension de remise de travaux ne seront pas acceptées. Un délai **d'au moins 30 jours** est souvent nécessaire avant le retour des notes et commentaires sur les travaux.

### **Quiz sur Hootsuite 10 %**

Quiz sur l'utilisation de Hootsuite basé sur la formation en ligne effectuée avant le cours et la mise en pratique des approches élaborées en classe à des études de cas.

### **Quiz sur Facebook pour entreprises 10 %**

Quiz sur l'utilisation de Facebook Creative Studio (création et gestion de pages, outils de publicité).

### **Analyse du film *Six Degrés de séparation* 10 %**

Analyse du film *Six Degrees of Separation* (Guare, 1993) visionné individuellement avant la classe. L'analyse porte sur les théories introduites en classe sur les réseaux sociaux. L'exercice se déroule durant les heures de classe. Il est suggéré à l'étudiant de visionner le film juste avant le cours pour bien s'en souvenir et expliquer les concepts et les idées des réseaux et des petits mondes.

### **Présentation et critique du profil LinkedIn 10 %**

L'étudiant présente son profil LinkedIn produit pour bien gérer sa réputation et explique comment son réseau personnel est constitué. L'étudiant participe aussi dans la critique des profils de ses pairs.

### **Exercice pratique de gestion de crise 10 %**

L'étudiant doit trouver la solution pour résoudre une crise médiatique fictive ou inspirée se déroulant sur un média social. L'étudiant doit appliquer les théories et pratiques de gestion de crise sur média social.

### **Projet synthèse (analyse de sentiments, données relationnelles et visualisation) 25 %**

En se basant sur tous les apprentissages du cours, l'étudiant génère l'analyse de réseau des communications sur médias sociaux d'une entité de son choix en situation de pandémie. Le projet intègre des analyses qualitatives (analyses de situation et de situation), et quantitatives (analyse de réseau, analyse de sentiments, visualisation des données, et construction de base de données relationnelles avec plusieurs logiciels).

### **Examen final 25 %**

Un examen donné en classe sur les lectures et contenus abordés en classes (diapositives, des discussions, des lectures, et tout autre support tel que les vidéos YouTube). L'examen teste la compréhension des contenus par leur utilisation dans des cas figures théoriques et pratiques nécessitant l'usage de l'analyse critique, du raisonnement et de la logique. Il y a un mélange de questions à choix multiple, de questions vraies ou fausses, de conception de diagrammes, et de questions à développement.

## **Quelques règles et certaines attentes**

### **1. Droit d'auteur et propriété intellectuelle du matériel**

L'ensemble du contenu rendu disponible dans le cadre de ce cours est protégé par la [Loi sur le droit d'auteur](#) et la Politique relative aux droits d'auteur de l'UQAC. Il est destiné à l'usage des étudiants dans le cadre de leur formation universitaire et ne doit pas être utilisé pour d'autres fins. Pour ce faire, les étudiants peuvent le consulter et, lorsque disponible au téléchargement, en faire une copie uniquement pour leur usage personnel.

Le contenu ne peut autrement être téléchargé ou copié, il ne peut pas non plus être reproduit, publié à nouveau, affiché, transmis, communiqué, diffusé, distribué, adapté ou modifié par quelque moyen.

De plus, comme mentionnée dans le manuel de gestion de l'UQAC, toute communication ou diffusion par l'entremise des TIC comme les ordinateurs portables, les cellulaires, les téléphones intelligents, les tablettes numériques, etc., ne peut être faite sans la permission de l'enseignant ([https://www.uqac.ca/direction\\_services/secretariat\\_general/manuel/3/083.pdf](https://www.uqac.ca/direction_services/secretariat_general/manuel/3/083.pdf)).

Ainsi, l'enregistrement sonore ou visuel d'une activité synchrone par les étudiants est strictement interdit à moins d'obtenir au préalable une autorisation écrite du professeur.

## **2. Politique contre le harcèlement et la violence**

### Principes généraux

- L'Université du Québec à Chicoutimi s'est dotée d'une politique afin de prévenir et de faire cesser le harcèlement et la violence ;
- L'université favorise un milieu propice à la dignité et à l'estime de tous les membres de la communauté ;
- L'Université désavoue toute forme de harcèlement et de violence parce qu'ils constituent une atteinte aux droits de la personne ;
- Tous les membres de la communauté universitaire ont droit à un milieu de travail et d'études exempt de harcèlement et de violence.

### Application de la politique

- Toute forme de harcèlement et de violence est prohibée ;
- Tout membre de la communauté universitaire a le devoir de s'approprier la présente politique et de saisir le Comité institutionnel contre le harcèlement et la violence, le responsable du Bureau de réception des plaintes ou les personnes-ressources de toute situation qu'il juge en contravention de la présente politique.

## **3. Les courriels**

Ne pas avoir pris connaissance d'un courriel n'est pas une excuse pour déroger de vos obligations.

Je n'accepte que les courriels provenant de votre compte à l'UQAC. Vous recevrez une réponse à votre courriel dans les 96 h suivant sa réception, dans la mesure du possible. De plus, si je suis en déplacement ou si vous m'écrivez pendant la fin de semaine, le temps d'attente pour un retour sera plus long.

Si la réponse à votre courriel prend plus de trois lignes à l'écrire, venez me voir lors des heures de disponibilité ou appelez-moi au bureau.

Si la réponse à votre question se trouve dans le plan de cours, dans Moodle, dans le site web de l'UQAC ou dans tout autre support médiatique facilement accessible, je me réserve le droit de vous répondre avec un mot indiquant le lieu où se trouve l'information.

## **4. Retards et départ avant la fin du cours**

Les entrées et sorties fréquentes dérangent le professeur et les autres étudiants. Si vous devez partir plus tôt, veuillez avertir le professeur en avance. Si vous arrivez en retard ou devez partir plus tôt, s'il vous plaît, veuillez le faire le plus discrètement possible.

## **5. Qualité du français**

Selon la procédure relative aux règles de présentation et de rédaction des travaux des étudiants du manuel de gestion de l'UQAC (CET-5160), une pénalité sera déduite de la note finale pour les déficiences linguistiques pouvant aller entre 5 % et 20 %.

Dans le cadre du cours, nous allons déduire un maximum de 10 % de la note du travail final pour les fautes orthographiques, grammaticales et syntaxiques (voir le manuel de gestion de l'UQAC [3.1.1-012] pour une définition de ces termes).

## **6. Infractions de nature académique**

Conformément à la politique institutionnelle, tout acte de plagiat ou de fraude dans un cours peut entraîner l'annulation d'un élément d'évaluation ou l'échec du cours. Les actes de plagiat ou de fraude peuvent même entraîner la suspension ou l'exclusion de l'étudiant de l'UQAC (CAD-8462). Sont considérés comme plagiat,

les actes suivants : obtenir ou tenter d'obtenir les réponses de quelqu'un pendant un examen ou participer à un échange de réponses ; utiliser totalement ou en partie un texte d'autrui en le faisant passer pour sien ou sans en indiquer les références ; participer, tenter de participer à une substitution de personnes lors d'un examen ou d'un travail faisant l'objet d'une évaluation ; posséder ou utiliser pendant un examen tout document ou matériel non autorisé.

### Bibliographie

- Banque de développement du Canada. (2018). *Médias sociaux — Guide pour les entrepreneurs*. Ottawa : Banque de développement du Canada.
- Beauvisage, T., Beuscart, J.-S., Couronné, T., & Mellet, K. (2011). Le succès sur Internet repose-t-il sur la contagion ? Une analyse des recherches sur la viralité. *Tracés. Revue de Sciences humaines* (21). doi:<https://doi.org/10.4000/traces.5194>
- Bubendorff, S., Rizza, C., & Prieur, C. (2019). *Réseaux sociaux numériques et spatio-temporalité de l'information en gestion de crise*. Paris : Institut Mines-Télécom-TELECOM Paris Tech.
- Charest, F., Alcantara, C., Lavigne, A., & Moumouni, C. (Éds.). (2017). *E-Reputation et influenceurs dans les médias sociaux : nouveaux enjeux pour les organisations*. Québec : Presse de l'Université du Québec.
- Degenne, A., & Forsé, M. (2004). *Les réseaux sociaux* (éd. 2e édition). Paris, France : Armand Colin.
- Degenne, A., Grossetti, M., & Bidart, C. (2011). *La vie en réseau : Dynamique des relations sociales*. Paris : Presses universitaires de France.
- Doorley, J., & Garcia, H. F. (Éds.). (2015). *Reputation Management: The Key of Successful Public Relations and Corporate Communication*. New York: Routledge.
- Facebook. (2020). *Pages d'aide pour les entreprises*. Récupéré sur Facebook for Business : <https://www.facebook.com/business/help>
- Facebook Blueprint. (2018, Décembre 12). *Création d'une Page Facebook*. Récupéré sur Facebook Blueprint : <https://www.facebookblueprint.com/student/activity/177303-creation-d-une-page-facebook#>
- Facebook Blueprint. (2018, Septembre 10). *Faites la promotion de votre entreprise depuis votre Page Facebook*. Récupéré sur Facebook Blueprint : <https://www.facebookblueprint.com/student/path/186878-faites-la-promotion-de-votre-entreprise-depuis-votre-page-facebook>
- Facebook Blueprint. (2018, Juin 8). *Présentation des Pages Facebook*. Récupéré sur Facebook Blueprint : <https://www.facebookblueprint.com/student/activity/177310-presentation-des-pages-facebook#>
- Guare, J. (Écrivain), & Schepisi, F. (Réalisateur). (1993). *Six Degrees of Separation* [Film]. USA.
- Hootsuite Platform Training. (2019). *Hootsuite Academy*. Récupéré sur Hootsuite : <https://education.hootsuite.com/courses/platform-training>
- Lechaptois, C. (2013, janvier 12). *Groupe, réseau et socialisation*. Récupéré sur Centre de Ressources en Économie Gestion : <https://creg.ac-versailles.fr/Groupe-reseau-et-socialisation>
- Lemieux, V., & Ouimet, M. (2004). *L'analyse structurale des réseaux sociaux*. Québec : Presses de l'Université Laval.
- Maurel, S., Curtoni, P., & Dini, L. (2008). L'analyse des sentiments dans les forums. *Atelier Fouille des données d'opinions 2008* (pp. 9-21). Fontainebleau : Actes FODOP' 08.
- Mercklé, P. (2016). *Sociologie des réseaux sociaux* (éd. Troisième édition). Paris : La découverte.
- Saint-Louis, H. (2020). *Analyse des communications sur médias sociaux de la Fédération internationale de l'automobile en période de pandémie 2020-2021*. Université du Québec à Chicoutimi, Saguenay.
- Saint-Louis, H. (2020, October 28). Le « meme », une arme de résistance pour les Afro-Américains. *The Conversation*. Récupéré sur <https://theconversation.com/le-meme-une-arme-de-resistance-pour-les-afro-americains-145277>
- Tanghe, H., & Gibert, P.-O. (2017). L'enjeu de l'anonymisation à l'heure du big data. *Revue française des affaires sociales*, 1 (4), 79 -93. doi:<https://doi.org.sbioproxy.uqac.ca/10.3917/rfas.174.0079>

### Contenu et échéancier (peuvent-être modifiés)

Semaine	Date	Thèmes	Sujets	Évaluations	Points
1	11-jan	Introduction	Plan de cours ; l'affect et les émotions ; discussion projet de synthèse (Lechaptois, 2013) (Lemieux & Ouimet, 2004, pp. 5-13)		
2	18-jan	Gestion média	Introduction aux médias sociaux ; éthique (Mercklé, 2016, pp. 71-93) (Hootsuite Platform Training, 2019)	Quiz sur Hootsuite	10 %
3	25-jan	Analyse réseau	Analyse de réseau social ; la théorie des petits mondes ; la base de données relationnelles (Mercklé, 2016, pp. 3-19) (Lemieux & Ouimet, 2004, pp. 27-41, 99-101)		
4	1-fév	Gestion média	Gestion de la réputation (Lemieux & Ouimet, 2004, pp. 15-26) (Facebook Blueprint, 2018, p. a) (Facebook Blueprint, 2018, p. b) (Facebook Blueprint, 2018, p. c) ; laboratoire bâtir son profil LinkedIn	Quiz Facebook Creative Studio	10 %
5	8-fév	Analyse réseau	Capital social, les réseaux personnels et autres théories (Mercklé, 2016, pp. 37-70)		
6	15-fév	Gestion média	Stratégie et implémentation de gestion de médias sociaux (Banque de développement du Canada, 2018)	Présentation et critique du profil LinkedIn	10 %
7	22-fév	Analyse réseau	Graphes et topologies (Mercklé, 2016, pp. 20-35) (Guare, 1993) (Lemieux & Ouimet, 2004, pp. 43-53)	Analyse du film <i>Six Degrés de séparation</i>	10 %
	1-mar	Semaine de relâche			
8	8-mar	Gestion média	Développement des communautés ; gestion des magasins d'applications cellulaires (Lemieux & Ouimet, 2004, pp. 55-95)		
9	15-mar	Analyse réseau	Introduction aux logiciels d'analyse de réseau social Ora et NodeXL		
10	22-mar	Gestion média	La gestion de crise sur média social (Bubendorff, Rizza, & Prieur, 2019)	Exercice pratique de gestion de crise	10 %
11	29-mar	Gestion média	La préparation du travail de synthèse (Saint-Louis, 2020, p. modèle de travail) (Facebook, 2020)		
	5-avr	Congé de Pâques			
12	12-avr	Analyse réseau	L'analyse de sentiments ; laboratoire sentiment viz et SocioViz (Maurel, Curtoni, & Dini, 2008)		
13	19-avr	Analyse réseau	La viralité et le meme ; l'importation de données de recherche par NodeXL (Beauvisage, Beuscart, Couronné, & Mellet, 2011) (Saint-Louis, 2020, p. article)		
14	26-avr	Intel. art. et confidentialité	Interaction machine-humain, anonymisation des données (Mercklé, 2016, pp. 95-107) (Tanghe & Gibert, 2017)	Remise du projet synthèse	25 %
15	3 mai	Examen final			25 %