

Sami Zlitni & Fabien Liénard (éd.)

# **LA COMMUNICATION ELECTRONIQUE EN QUESTIONS**



Peter Lang

# Sommaire

|                                                                                                                                                                |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Préface                                                                                                                                                        |    |
| par C. Licoppe .....                                                                                                                                           | 1  |
| Communiquer à l'ère des TIC dans la société de l'information                                                                                                   |    |
| par F. Liénard et S. Zlitni .....                                                                                                                              | 3  |
| <br><i>Première partie</i>                                                                                                                                     |    |
| <i>Marketing et TIC : vers de nouvelles stratégies commerciales?</i>                                                                                           |    |
| Les figures sociétales du client mobilisées par la communication électronique des marques.                                                                     |    |
| Le cas des plateformes participatives Web                                                                                                                      |    |
| par A. Bocquet et G. Lachaud .....                                                                                                                             | 21 |
| Comment les internautes mobilisent-ils les médias sociaux et le mobile dans la relation commerciale ?                                                          |    |
| par C. Lejealle .....                                                                                                                                          | 37 |
| How Social connections among members of SNS affect perception and acceptance to Advertising on online social network communities. An Applied study on Facebook |    |
| par H. Mosaad .....                                                                                                                                            | 57 |
| Communication électronique au consommateur : la difficile diffusion des informations produits aux consommateurs                                                |    |
| par F. Jacob .....                                                                                                                                             | 73 |

*Deuxième partie**Communication électronique, médiation culturelle  
et vulgarisation scientifique*

Le code-barres 2D.

Du marketing au détournement artistico-politique

par V. Madelon.....87

Les nouveaux médias et la culture :

communication, usages et pratiques de la Gaîté-Lyrique

par N. Novello Paglianti ..... 105

Dissémination de l'information et pratiques éducatives  
des institutions culturelles de João Pessoa, capitale de la Paraíba

par E. Ferreira de Macêdo ..... 119

Tous des copieurs ? La communication électronique à l'épreuve  
de la mimesis

par D. Dula ..... 139

Stylisation de la communication électronique dans la littérature  
de jeunesse : le « français-parlé-écrit » des fictions contemporaines  
pour adolescents

par E. Gruppioni ..... 153

Communication scientifique et Internet. Le cas du catalogue  
interactif des exoplanètes de l'Observatoire de Paris

par C. Nicolae ..... 171

*Troisième partie**Les TIC au service des territoires et des acteurs publics*TIC et politiques de la ville : pour lutter contre les fractures  
représentationnelles dans les débats urbains

par S. Khainnar..... 191

Les Tic dans les stratégies politiques territoriales :  
le cas des forums de discussions des sites intercommunaux

par H. Akrab .....205

|                                                                                                                          |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Évolution des usages des TICs en lieux publics depuis vingt-cinq ans<br>par D. Thierry .....                             | 221 |
| Le Passeport compétences : simple innovation ou outil<br>de dynamisation de l'emploi local ?<br>par G. Delignières ..... | 241 |
| Expressive Digital Media and Social Relations of Gender and Class<br>par H. Bourdeloie .....                             | 253 |
| Humanités ou post-Humanités Numériques<br>par M. Holzem et J. Labiche .....                                              | 267 |

#### *Quatrième partie*

##### *Communication politique : des SMS aux réseaux sociaux*

|                                                                                                                                                                                  |     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Facebook et la révolution tunisienne. Entre la spontanéité<br>et la compréhension<br>par S. Ben Affana .....                                                                     | 283 |
| TIC et mouvement social en Tunisie : la communication mobile<br>au service de la mobilisation informationnelle<br>par Z. Dahmen-Jarrin .....                                     | 301 |
| La révolution tunisienne ou l'émergence<br>d'un nouvel espace discursif<br>par S. Zlitni et F. Liénard .....                                                                     | 321 |
| Les commentaires des lecteurs dans les versions en ligne<br>des journaux de Bahreïn : vers un nouvel espace d'expression<br>et de participation politique<br>par K. Gharbi ..... | 335 |
| La reconstruction de l'espace public turc<br>par les nouvelles technologies d'informations<br>par B. Bilge .....                                                                 | 351 |
| The Blogosphere: a New Public Sphere?<br>The Coverage of the Spanish Electoral Debate<br>par L. Valera, E. Campos et G. López .....                                              | 371 |

Les campagnes des compagnes : Mise en scène de la vie publique et  
privée. La présence sur Twitter des compagnes des leaders politiques en  
France, en Grande-Bretagne et aux États-Unis  
par A. Frame et G. Brachotte .....387