



Version française suivra

CALL FOR PAPERS

Global Media Journal -- Canadian Edition

Volume 2, Issue 1 (2009)

Ethics, New Media, and Social Networks

Guest Editors:

Dr. Mahmoud Eid, University of Ottawa
Dr. Stephen J. A. Ward, University of Wisconsin-Madison

The last two decades have witnessed a rapid transformation of traditional media into new media that encompasses digital, computerized, and networked information and communication technologies. This shift has raised concerns and discussions around the positive and negative implications of the new media, and other issues such as: control of information, volume and speed of communication, Habermasian democratic public sphere, and the global influence of media conglomerates. Marshall McLuhan's theoretical research on communication technologies has enriched the historical understanding of social change. He argued that the dominant medium in a given time relatively shaped the way we perceived and understood the world around it; hence, we cannot understand a given technological experience without studying its social setting.

Social networking sites, video-sharing sites, wikis, blogs, among many others, have evolved as a result of Web 2.0 concepts and new media technologies. Millions of people around the globe, through social networking (internal, external, or mobile), are recently building online local, regional, and global communities to communicate their shared interests and activities, disseminate information, and interact through a variety of web-based tools. The use of new media and social networks (e.g. MySpace, Facebook, LinkedIn, Habbo, Twitter, Nexopia) has implications for society, culture, and politics that has encouraged researchers to investigate a variety of related issues such as: social identity, privacy, distance learning, social capital, socio-psychological effects of the web, misuse of cyberspace, Diaspora, social status, and access to information. There have been also numerous incidents of misconduct that have led to negative and harmful situations, such as: political deception of constituents, suicide, libel and breach of privacy, cyber-crimes, and so on.

Ethics and responsibility are fundamental to the effective performance of communication. They should go hand-in-hand with the freedom of new media and social networking use. This issue will

focus on the relationship between ethics, new media, and social networks, covering a variety of themes and cases from global and North American perspectives. It welcomes analytic, critical, empirical, or comparative submissions that discuss the most recent debates and discourses about, but not limited to, the following topics:

- ethical/unethical uses of social networks
- technoethics
- business ethics
- media codes of ethics
- privacy of information
- political marketing and the use of social networks
- government policies and regulations of the Internet
- diasporic communities on the web
- digital, electronic, and interactive media
- media digitization and convergence
- new media copyrights and intellectual property rights
- media and social change
- social, cultural, and political dimensions of new media

The Global Media Journal -- Canadian Edition (<http://www.gmj.uottawa.ca/>) welcomes high-quality, original submissions on related topics to the above theme. Submissions are expected to develop communication and media theories, report empirical and analytical research, present critical discourses, apply theories to case studies, and set out innovative research methodologies. The Journal is bilingual (English and French) open-access online academic refereed publication that aims to advance research and understanding of communication and media in Canada and around the globe.

- Deadline:** August 1st, 2009
- Submissions:** Papers (5,000 to 7,500 words), review articles of more than one book (2,500 to 3,000 words), and book reviews (1,000 to 1,200 words).
- Method:** All manuscripts must be submitted electronically as Word Document attachments, directly to Dr. Mahmoud Eid (meid@uottawa.ca).
- Guidelines:** Available at: http://www.gmj.uottawa.ca/for-authors_e.html
- Decision:** September 30th, 2009
- Publication:** November 15th, 2009



APPEL À CONTRIBUTION

Global Media Journal -- Édition canadienne

Volume 2, Numéro 1 (2009)

Étiques, nouveaux médias, et réseaux sociaux

Rédacteurs invités:

Dr. Mahmoud Eid, Université d'Ottawa
Dr. Stephen J. A. Ward, University of Wisconsin-Madison

Les dernières deux décennies ont été témoin d'une transformation rapide des médias traditionnelles vers les nouveaux médias, qui englobent les technologies de l'information et de la communication numériques, informatisées et en réseaux. Ce changement a soulevé des soucis et des discussions entourant les implications positives et négatives des nouveaux médias, ainsi que d'autres enjeux tels que: le contrôle de l'information, la quantité et la rapidité de la communication, la sphère publique démocratique Habermasienne et l'influence mondiale des conglomerats de média. La recherche théorique de Marshall McLuhan sur les technologies de la communication a enrichi la compréhension historique du changement social. D'après lui, le moyen dominant à un temps précis façonne, de façons relatives, la manière dont nous percevons et comprenons le monde qui nous entoure. Par conséquent, nous ne pouvons pas comprendre une expérience technologique sans étudier son contexte social.

Les sites web de réseautage social, les sites de partage de vidéos, les wikis et les blogues, entre autres, ont évolué en raison des concepts du Web 2.0 et des technologies de nouveau média. À l'aide du réseautage social (interne, externe et portable), des milliers de personnes à travers le monde construisent des communautés locales, régionales et mondiales en ligne afin de communiquer leurs champs d'intérêt et activités communs, de diffuser de l'information et d'interagir à travers une variété d'outils sur le Web. L'utilisation des nouveaux médias et des réseaux sociaux (par exemple, MySpace, Facebook, LinkedIn, Habbo, Twitter, Nexopia) a des conséquences pour la société, la culture et la politique, ce qui encourage les chercheurs à étudier une variété de questions subséquentes, telles que: l'identité sociale, la protection de la vie privée, l'apprentissage à distance, le capital social, les effets sociopsychologiques du Web, les abus du cyberspace, la diaspora, le statut social et l'accès à l'information. Il y a eu également plusieurs incidents de mauvaises conduites qui ont mené à des situations négatives et nocives, comme la tromperie politique envers les électeurs, le suicide, la diffamation et la violation de la vie privée, des cybercrimes, et ainsi de suite.

L'éthique et la responsabilité sont essentielles à la performance efficace de la communication. Ils vont de soi avec la liberté d'utilisation des nouveaux médias et des réseaux sociaux. Ce numéro mettra l'accent sur la relation entre l'éthique, les nouveaux médias et les réseaux sociaux, en couvrant une variété de thèmes et de cas d'une perspective mondiale et nord-Américaine. Il accueille des soumissions analytiques, critiques, empiriques ou comparatives qui abordent les débats et les discours les plus récents qui incluent les sujets suivants, sans en exclure d'autres:

- l'utilisation éthique/immorale des réseaux sociaux
- l'éthique technologique
- l'éthique d'affaires
- codes de déontologie des médias
- la protection des renseignements personnels
- le marketing politique et l'utilisation des réseaux sociaux
- les politiques gouvernementales et la régulation d'Internet
- les communautés de diasporas sur le Web
- les médias digitaux, électroniques et interactifs
- la numérisation et la convergence des médias
- les droits d'auteurs et les droits de la propriété intellectuelle des nouveaux médias
- les médias et le changement social
- les dimensions sociales, culturelles et politiques des nouveaux médias

Global Media Journal -- Édition canadienne (<http://www.gmj.uottawa.ca/>) accueil des soumissions originales et de hautes qualités abordant des sujets connexes au thème précisé ci-dessus. Les soumissions devront contribuer au développement des théories de communication et des médias, dresser un rapport des recherches empiriques et analytiques, formuler un discours critique, appliquer des théories à des études de cas et proposer une méthode de recherche innovatrice. Cette revue est une publication bilingue (en anglais et français), à libre accès et revue par un comité de lecture qui vise à faire progresser la recherche et la compréhension de la communication et des médias au Canada et à travers le monde.

Date d'échéance: 1er août 2009

Soumissions: Articles (5,000 à 7,500 mots), compte rendu de plusieurs livres (2,500 à 3,000 mots) et compte rendu d'un livre (1,000 à 1,200 mots).

Méthodes: Tous les manuscrits devront être envoyés par courriel en pièce jointe dans un document Word à l'attention de Dr. Mahmoud Eid (meid@uottawa.ca).

Consignes: Disponible au: http://www.gmj.uottawa.ca/for-authors_f.html

Décision: 30 septembre 2009

Publication: 15 novembre 2009