

Les réseaux sociaux numériques




De 9h30 à 17h - 55, rue Saint-Germain - 27 000 Evreux - 02 32 29 15 70 - Secrétariat du département GEA

Matin : séminaire réservé aux chercheurs

9h-9h30

Accueil

salle du conseil

Séminaire interne au laboratoire animé

par Charles-Edouard Houllier-Guibert et Renaud Garcia-Bardidia (université de Rouen)

salle du conseil

9h30-11h30

Camille Alloing (Université de Poitiers)

Je clique, tu cliques, nous cliquons : mais pour quoi faire ?

Les questions de communications numériques et de sociabilités connectées, au travers de divers objets et pratiques organisationnelles (e-réputation, émotions, community management, crowdfunding) sont mis en contexte afin d'empêcher de mettre en boîte, comme le font les acteurs marchands de l'Internet par leurs discours ; les industries du numérique et leur captation de données ; les plateformes et leurs algorithmes ; plus généralement les différentes formes d'économies propres au web (attention, réputation...).

11h30-12h

Echanges et débats

12h15-13h45

Déjeuner

salle G 24

Après-midi : amphithéâtre ouvert à tous

amphithéâtre 3 - bâtiment G

Animation : Charles-Edouard Houllier-Guibert maître de conférences en stratégie et territoire à l'IUT d'Evreux

13h45-14h15

Camille Alloing

maître de conférences en sciences de l'information et de la communication à l'IAE de Poitiers

Travailler dans une économie numérique des émotions

Les principaux ressorts d'un « web affectif » montrent comment une potentielle économie des émotions numériques influe sur les compétences attendues des étudiantes et étudiants, futurs professionnels connectés.

14h15-14h45

Bastien Louessard

docteur en sciences de l'information et de la communication à l'université Paris 13 – post-doc au labex ICCA

Statuts et mode de rémunération des créateurs de vidéos sur youtube : le cas de la fiction

La création de vidéos sur YouTube connaît un essor important tant en volume qu'en reconnaissance, offrant une visibilité et des opportunités de professionnalisation significatives. En dépit des discours enthousiasmés sur les success-stories, les créateurs font face à l'incertitude, incarnée par la forte diversité des statuts et de modes de rémunération.

14h45-15h15

Loraine Peters

docteure en science de l'information et de la communication à l'université Paris-Sorbonne – post-doc au NIMEC

Circulation des discours sur les réseaux sociaux et hashtags : exemples issus des communications marchandes et solidaires

La circulation des discours sur les réseaux sociaux est observée via l'usage des hashtags mais aussi la manière dont les internautes reprennent et s'approprient les contenus qui circulent sur le web (citations, détournements, créations). Trois exemples de hashtags sont examinés : #commeunefille (Always) ; #ditesleavecNutella et #FirstWorldProblems (ONG Water is Life).

Animation : Alice Sohier

maître de conférences en marketing à l'IUT d'Evreux

15h45-16h15

Maxime David

doctorant en marketing à l'université du Havre

La quête du healthy chez les jeunes adultes : le cas des vidéos « routine » sur Youtube

En quelques années, le "healthy" est devenu un phénomène de société, notamment sur les médias sociaux. Ce style de vie, combine une alimentation saine à une pratique sportive régulière, dans une optique de bien-être et d'amélioration de sa santé, ce que les vidéos "routines" présentent sur Youtube.

16h15-16h45

Arnaud Mabirevice-président Développement des usages du numérique,
Enseignement supérieur et recherche à Evreux Porte de Normandie**Smart City : Les projets de développement des usages numériques d'Evreux Portes de Normandie**

La transformation digitale ne concerne pas uniquement les entreprises. Les collectivités territoriales doivent également réaliser des efforts pour rendre la ville plus intelligente, plus communicante, tout en réduisant les inégalités sociales et territoriales.

16h45-17h

Renaud Garcia-Bardidia

professeur des universités en marketing à l'IUT d'Evreux

Synthèse et conclusion

Première image proposée par Google France en janvier 2019 quand on tape « réseaux sociaux numériques »

