

VOUS ÊTES ICI : ACCUEIL > AXES DE RECHERCHE > AXE 4 : COMMUNICATION(S)

E-réputation et influenceurs: de nouveaux enjeux pour les organisations? Colloque Co-organisé avec l'IDETCOM de l'Université Toulouse 1 Capitole, MICA de l'Université de Bordeaux Montaigne et Elico de Sciences Po Lyon

LE 5 AVRIL 2016

de 8h30 à 17h
Terminal Croisières, Port de Québec

Ce colloque scientifique, cinquième édition, regroupe des professeurs-chercheurs de différentes universités québécoises, nord-américaines et européennes, des étudiants en communication ainsi que des professionnels experts de la communication numérique et des médias sociaux. L'événement s'inscrit dans la Semaine du Numérique de la Ville de Québec qui se tiendra du 4 au 9 avril 2016.



Contexte : Les réseaux socionumériques (Stenger et Coutant, 2011) sont une réalité qui s'impose aux organisations. Le capital symbolique que représente l'image d'une organisation est profondément marqué, voire conditionné par les réseaux/médias sociaux, terme adopté en Amérique du Nord (Lavigne, 2013). Dans notre société qualifiée de société de l'information « jamais la réputation n'a été plus cruciale que dans nos sociétés contemporaines » (Origgi, 2015, Libaert, 2010, Heiderich, Maroun, 2014). La présence sur le Web d'une organisation est de plus en plus une construction qui relève d'un enjeu stratégique (Charest, Lavigne et Moumouni, 2015). L'existence d'un site Web est souvent couplée à la présence sur des réseaux/médias sociaux avec plus ou moins de cohérence. Cette présence numérique, voulue ou subie devient un enjeu de société (Alcantara, 2015). Que l'on soit dans une logique marchande ou pas, les dynamiques à l'œuvre, dans la construction et l'analyse de l'e-réputation doivent être analysées à partir d'un regard pluridisciplinaire. L'e-réputation fait référence à des notions telles l'identité numérique, la visibilité, l'influence, les traces numériques, le droit à l'oubli numérique... Cette manifestation scientifique se propose d'interroger les phénomènes d'e-réputation et d'influence sur le Web

3 a x e s :

Axe 1 : Construction et définition des dynamiques d'e-réputation et d'influence Cet axe questionne la réalité de l'e-réputation, les constructions théoriques convoquées pour appréhender et définir ce phénomène. Il interroge également les phénomènes d'influence, la qualification des influenceurs et les relations, les dynamiques à l'œuvre entre influenceurs et e-réputation.

Axe 2 : Les pratiques et les enjeux de l'e-réputation et de l'influence Dans la perspective des relations publiques, cet axe questionne à partir de l'analyse de corpus empiriques la pluralité des influenceurs, les différentes réalités projetées de l'e-réputation dans le champ professionnel. Les communications qui interrogent des pratiques professionnelles observées, de discours ou de représentations avérées dans des champs disciplinaires tels que les sciences de l'information et de la communication, les sciences de gestion, la sociologie, sont les bienvenues.

Axe 3 : Les cadres juridiques de l'e-réputation et de l'influence Cet axe présente la définition des cadres juridiques et réglementaires de la communication digitale. Ils méritent d'être interrogés sur la base des récents jugements et politiques organisationnelles européens et nord-américains portant notamment sur la vie privée, le droit d'auteur, le droit à l'oubli, etc. corollaires de l'e-réputation dans les organisations.

Déroulement du Webinaire :
Le mardi 5 avril 2016 dès 8 h 30 au Québec et à 14 h 30 en France
Diffusé simultanément dans deux lieux au Québec comme en France, et en direct sur le Web, le Webinaire international se déroulera en deux volets :

Diffusion simultanée : de 8 h 30 à 12 h 45 au Québec; de 14 h 30 à 18 h 45 en France
La partie commune du Webinaire international réunira des universitaires et des professionnels dont l'objectif sera de présenter des repères théoriques susceptibles d'ancrer les usages et les pratiques professionnelles dans des fondements porteurs, afin d'améliorer notre compréhension de ces nouvelles façons de communiquer.

Diffusion exclusive : de 13 h 45 à 17 h 00 au Québec
La partie québécoise du Webinaire international réunira des professeurs-chercheurs québécois et européens du secteur des communications numériques, des professionnels en relations publiques et des étudiants. Les conférences, discussions et tables rondes auront comme objectif de présenter des études de cas d'usages et de pratiques professionnelles dans les médias sociaux.

* Les propositions devront être envoyées avant le 20 novembre 2015 (prolongation jusqu'au 5 décembre) par voie électronique. Les propositions devront être adressées à observatoire@com.ulaval.ca, à christophe.alcantara@univ-tlse1.fr ainsi qu'à francoise.paquienseguy@sciencespo-lyon.fr, être résumées en 1500 caractères ou signes et répondre aux exigences d'un article scientifique (repères théoriques, méthodologie et résultats attendus) ou d'une étude de cas (type d'organisation, démarche d'usage et des pratiques dans les MS, ex. description des plateformes, activités et outils utilisés dans les MS dans le cadre d'une expérience professionnelle vécue). Les conférences présentées et soumises sous forme d'articles et/ou d'études de cas seront sélectionnées par le comité scientifique et feront l'objet d'une publication collective.

C a l e n d r i e r :
7 octobre: Publication de l'appel à communication
20 novembre: Date limite de réception des propositions de conférences (1500 caractères) *Prolongation jusqu'au 5 décembre
15 décembre: Réponse aux auteurs
21 mars: Date limite pour l'envoi définitif du texte avant le colloque
5 avril : Webinaire
30 avril : Date limite pour l'envoi du texte revu pour impression
*Participation gratuite sur inscription obligatoire avant le 15 mars 2016.
Comité paritaire scientifique du webinaire : Québec :
Francine Charest, professeure adjointe, Université Laval
Alain Lavigne, professeur titulaire, Université Laval
Charles Moumouni, professeur titulaire, Université Laval

F r a n c e :
Christophe Alcantara, Maître de conférences 71ème, IDETCOM, Université Toulouse 1, Capitole
Laurence Leveneur, Maître de conférences 71ème, IDETCOM, Université Toulouse 1, Capitole
Sylvie Laval, Maître de Conférences 71ème, IDETCOM, Université Toulouse 1 Capitole
Martine Regourd, Professeure 71ème, IDETCOM, Université Toulouse 1 Capitole.
Valérie Larroche-Boutet, Maître de conférences 71ème, Lyon3, Elico EA 4147
Françoise Paquienseguy, PR 71ème, SciencesPo-Lyon, Elico EA 4147

Comité d'observateurs-participants :
Valérie Carayol, Université Bordeaux Montaigne PR 71ème Montaigne, Mica, EA 4426
Aurélien Laborde, Université Bordeaux Montaigne, MCF 71ème Mica, EA 4426

Comité d'organisation : Québec :

Francine Charest, Université Laval, Québec
Alain Lavigne, professeure titulaire, Université Laval
François Grenon, chargé de cours, Université Laval

F r a n c e

Christophe Alcantara, Université Toulouse 1 Capitole
Valérie Larroche, MCF 71ème, Lyon3, Elico EA 4147
Françoise Paquienséguy, PR 71ème, SciencesPo-Lyon, Elico EA 4147