

médiatiques (Sorbonne Nouvelle Paris 3), elle a publié plusieurs articles portant notamment sur les jeux et les divertissements télévisuels et les stratégies des marques télévisuelles sur les réseaux socio-numériques.

Quelques publications :

- Leveneur, Laurence (2019), "[Entre mutations et résistances : les chaînes de télévision face aux agrégateurs de contenus. Le cas de la chaîne numérique MyTF1/Xtra](#)", dans Chambat-Houillon, Marie France et Barthes, Séverine (dir.), Mutations de la télévision, revue Télévision n°10, CNRS éditions.
- Leveneur, Laurence (2017) « [Tweets et humour : le cas du Gorafi](#) ». Revue Mise au point- Cahiers de l'Affecav, n°9, mis en ligne le 2 mai 2017, <https://journals.openedition.org/map/2293>
- Leveneur, Laurence (2016) « Les jeux télévisés face à la convergence numérique : de l'écran à l'interface ludique ? » In : D'un écran à l'autre : les mutations du spectateur : Actes du Colloque international, 21-23 mai 2014, Institut National de l'Audiovisuel, Paris INA / L'Harmattan. Series "Les médias en actes" Paris I S B N 9 7 8 - 2 - 3 4 3 - 0 9 3 0 2 - 4
- Leveneur, Laurence (2016) « La gestion de leur e-réputation par les chaînes de télévision françaises ». In Jérôme Ferret et José Luis Pinuel Raigada (eds.) : [La construcción de la reputación on-line y su vulnerabilidad. Comunicación Social](#). Salamanca ISBN 978-8415544883
- Leveneur, Laurence (2013) « Existe-t-il un service public de l'audiovisuel en ligne ? Le cas de France 2 », in Les enjeux de l'information et de la communication (14/2). p. 185-199. URL : <http://lesenjeux.u-grenoble3.fr/2013-dossier/Leveneur/index.html>
- Leveneur, Laurence (2013) « Marques télévisuelles et réseaux sociaux : vers un renouvellement des stratégies identitaires des chaînes généralistes françaises ? » In Laurichesse Hélène (Dir.), La stratégie de marque dans l'audiovisuel, Armand Colin. Series "Recherche" ISBN 978-2200285449

[Daniel Péliissier](#) travaille sur la communication organisationnelle et plus particulièrement sa digitalisation avec une vision externaliste et critique. Il apporte aussi une attention particulière à la méthodologie constitutive des connaissances scientifiques. Comme enseignant, les liens entre recherche et enseignement lui paraissent fondamentaux à interroger et mettre en pratique.

Q u e l q u e s p u b l i c a t i o n s :

- Péliissier, D. ; « [Les dimensions communicationnelles du recrutement](#) », Hermès la Revue n°82, Dossier « Nouvelles voies/voix de la recherche en communication », 2018, p. 154-159
- Péliissier, D. ; « [Paradoxes de la communication numérique de recrutement, le cas des banques entre marque employeur et isomorphisme numérique](#) », Communication et Organisation, n°53, Dossier « Digitalisation et recrutement : perspectives informationnelles et communicationnelles », 2018, p. 39-51
- Péliissier, D. ; « Observer les observateurs : adaptation de la méthode de l'autoconfrontation simple et complexité de la navigation internet », Recherches Qualitatives, Hors-série, numéro 22, 2016, p. 2 4 - 4 1 .

R é s u m é d e l e u r i n t e r v e n t i o n :

Avec l'appui du Département des Services à la Recherche, les chercheurs de l'IDETCOM impliqués dans l'organisation du séminaire ont pu travailler sur une bibliothèque composée de 600 références bibliographiques, issues des champs des sciences de l'information et de la communication, des sciences de gestion, et des sciences juridiques pour l'essentiel. Ces ressources ont été compulsées et analysées afin d'en faire ressortir dans un premier temps différentes définitions des commentaires numériques, et de circonscrire au mieux le terrain de recherche. Elles ont également permis de déterminer les tendances, selon les disciplines, liées aux corpus étudiés, aux termes employés, aux méthodologies convoquées, et aux types de problématiques traitées. Ce travail vise à vérifier s'il existe des impensés autour des commentaires numériques et des organisations que le groupe de travail constitué pourrait explorer en priorité dans le cadre d'un projet de recherche à venir.

Partager cette page

[imprimer en PDF](#)

Plus d'information

[Programme du séminaire \(pdf\)](#)

[Blog du séminaire](#)

[Affiche](#)

- [Coronavirus](#)
- [Contact](#)
- [Mentions légales](#)
- [Plan du site](#)

Université Toulouse Capitole
2, rue du Doyen-Gabriel-Marty
31042 Toulouse Cedex 9 - France
Tél. : 05 61 63 35 00
Fax : 05 61 63 37 98
www.ut-capitole.fr

En appuyant sur le bouton "j'accepte" vous nous autorisez à déposer des cookies afin de mesurer l'audience de notre site. Ces données sont à notre seul usage et ne sont pas communiquées. Consultez notre [politique relative aux cookies](#) J'accepte Je refuse