

Journée d'étude

Économie des médias numériques

Vendredi 17 mars 2017

FSESJ Campus Fonderie - Amphi 4
16, rue de la Fonderie - 68093 Mulhouse

Avec des conférences de

- **Alain RALLET** *Economiste et professeur émérite à l'Université Paris-Sud*
- **Fabrice ROCHELANDET** *professeur en sciences de la communication à l'Université Sorbonne Nouvelle Paris 3, IRCAV*
- **Olivier THEVENIN** *professeur de sociologie à l'Université Sorbonne Nouvelle Paris 3, CERLIS*
- **Sabine BOSLER** *doctorante en sciences de l'information et de la communication à l'UHA, CRESAT*

Journée d'étude organisée par le laboratoire CRESAT EA 2426

Comité d'organisation : Olivier THEVENIN, Carsten WILHELM, Timothée EUVRARD

Programme

9h00 : Accueil des participants

9h30 : Début des conférences

9h30 - 10h45 **Alain RALLET**, Université Paris-Sud
Economie du web et des données personnelles

10h45 - 11h : Pause café

11h00 - 11h30 **Fabrice ROCHELANDET**, Université Sorbonne Nouvelle Paris 3
Les comportements contributifs et l'industrie audiovisuelle (crowdfunding)

11h30 - 12h00 **Olivier THEVENIN**, Université Sorbonne Nouvelle Paris 3
Sabine BOSLER, Université de Haute-Alsace
Les films de la Quinzaine des Réaliateurs et leur réception

12h00 - 12h30 *Echange de questions avec la salle*

12h30 : Fin des interventions

Argumentaire

Pourrions-nous aujourd'hui étudier les médias, et plus globalement les industries créatives, sans étudier le numérique ? L'environnement numérique actuel – gravitant autour du web – est fondamentalement un environnement médiatique, se positionnant depuis une vingtaine d'années comme le point de convergence par lequel les médias – et avec eux les pratiques culturelles et informationnelles – se réinventent. Investi par des acteurs variés aux objectifs distincts – entreprises, parties civiles, tout autant que pouvoirs publics – ses composantes technologique, économique, et réglementaire ne cessent de se définir. Cette construction permanente d'un écosystème digital multimodal s'accompagne assurément de transformations conséquentes dans les usages culturels et médiatiques des populations, soulevant en simultané des questions d'ordre économique, éthique, et juridique

dont il convient de s'emparer. Alors que les consommateurs-usagers de la culture développent de nouveaux usages, les entreprises réinventent leurs modèles d'affaires, repensent la création de valeur, son partage, sa protection. Economie des plateformes, usage des données personnelles, propriété intellectuelle d'une part ; comportements contributifs, nouvelles pratiques de sociabilité ou encore notoriété artistique de l'autre, sont autant de thématiques que cette journée d'étude se proposera d'aborder. En combinant les approches de l'économie numérique, des sciences de l'information et de la communication, et de la sociologie de la culture, il s'agira par-là de rendre compte d'un état du monde médiatico-numérique dans lequel nous vivons, et de la manière singulière dont la culture et ses usagers s'y insèrent.



Le Centre de recherches sur les économies, les sociétés, les arts et les techniques (CRESAT), créé en 1984, rassemble des chercheurs en sciences de l'information et de la communication (culture numérique, communication des organisations, communication interculturelle, media studies), histoire (histoire économique et patrimoine industriel, histoire de l'art) en géographie (géohistoire des risques, cartographie, SIG), en archivistique et en gestion qui ont fait le choix de s'intéresser à la construction des sociétés et des territoires transfrontaliers, aux acteurs et aux enjeux de l'interculturalité, à l'intelligence territoriale et à l'innova-

tion. Les travaux en Sciences de l'information et de la communication portent plus particulièrement sur la relation entre communication, identité et culture dynamisée par les évolutions de la culture numérique. Nous étudions ainsi les nouveaux usages des médias numériques, les nouvelles compétences et littératies, les méthodes dites « digitales », ainsi que les mutations de la communication organisationnelle et de ses métiers, en cherchant à saisir les enjeux socio-culturels et professionnels de la communication et des médias numériques.

<http://www.cresat.uha.fr/>

CUMEN

Culture des médias numériques

Le projet CUMEN « Cultures des médias / numériques – étude internationale, transfrontalière et interculturelle » a pour objectif d'élaborer et appliquer un outillage interculturel pour étudier les usages des médias et des outils de communication dans une optique transfrontalière.

Avec les résultats, il vise à développer un référentiel de la culture des médias numériques concernant notamment les jeunes adultes, cible initiale, et qui va pouvoir être étendu à d'autres populations.

Bon nombre de problématiques se dégagent d'ores et déjà, qui sont nombreuses et centrales pour nos sociétés sur-médiatisées et « datafiées » : l'autonomie des usages ; la gestion

du temps entre travail, loisir et médias ; les résistances à certains usages (télévision, réseaux sociaux...) ; la « media fatigue » ; la gestion des données privées ; la compétence d'usage ; l'éducation aux médias ; la consommation culturelle ; la place et l'évolution des médias numériques ; la sociabilité et les médias numériques ; la confiance (dans l'information/ dans les échanges/ dans l'offre de services).

CUMEN réunit des chercheurs de plusieurs universités, dont l'Université de Haute-Alsace, de l'Université de Freiburg, de l'Université de Bâle, de l'université technique de Ilmenau et de l'Université d'Etat de Californie.

<http://fonderie-infocom.net/>

Les intervenants

Alain Rallet est économiste et professeur émérite à l'Université Paris-Sud. Il est membre du laboratoire d'économie-gestion RITM (Réseaux Innovation Territoires Mondialisation) de l'Université de Paris-Sud et directeur adjoint de l'Institut de la Société Numérique (ISN) du Campus de Paris Saclay. Ses recherches portent sur l'économie numérique : impact des TIC sur les organisations, commerce électronique, nouveaux modèles d'affaires dans les écosystèmes numériques... Il s'intéresse plus particulièrement aujourd'hui à deux grandes questions de l'économie du web : le rôle joué par l'exploitation des données personnelles dans le financement de l'économie numérique et les problèmes de régulation posés par cette exploitation, l'impact du web 2.0 sur les industries traditionnelles et la dynamique d'émergence ou de non émergence de nouveaux services numériques.

Fabrice Rochelandet est professeur en sciences de la communication à l'Université Sorbonne Nouvelle Paris 3 et membre du laboratoire IRCAV. Il effectue des recherches sur l'économie numérique et l'articulation entre le changement technologique, les règles juridiques et les usages des TIC. Habilité à diriger des recherches en économie, il a publié différents travaux, en particulier sur la protection des données personnelles et l'économie du droit d'auteur, mais également sur les usages de l'Internet et les pratiques culturelles, les comportements contributifs et l'industrie audiovisuelle (crowdfunding).

Olivier Thévenin est professeur de sociologie à l'Université Sorbonne Nouvelle-Paris 3. Ses recherches s'inscrivent dans le domaine de la sociologie des arts, de la culture et des médias. Elles ont pour objectif d'analyser la notoriété et la reconnaissance artistique en questionnant des objets et des terrains relevant des arts et des industries culturelles (cinéma et audiovisuel notamment). Ses travaux portent également sur l'étude des publics du théâtre, des musées et des festivals de films, ainsi que sur les articulations entre les pratiques de sociabilité, les pratiques de communication à distance et les pratiques culturelles et de loisir.

Sabine Bosler est doctorante en sciences de l'information et de la communication à l'Université de haute-Alsace et membre du laboratoire CRESAT. Ses recherches portent principalement sur la culture et la littéracie numérique des jeunes dans les régions de l'espace rhénan.