



Un projet porté par le Social Media Club France



Appel à articles et règlement du concours (Date limite de soumission : 19 novembre)

Les [SMC Research Awards](#) (organisés par le Social Media Club, avec le soutien de la Région Ile-de-France, en partenariat avec le Celsa et l'Université Paris 3) récompensent les travaux de recherche conduits par des jeunes chercheurs (doctorants et docteurs ayant soutenu leur thèse depuis moins d'un an) en Sciences Humaines et Sociales prenant pour objet l'analyse et la compréhension des « médias sociaux » en ligne.

Un jury composé d'universitaires et de professionnels du numérique sélectionnent les meilleurs articles qui seront publicisés dans un livre blanc que le Social Media Club partagera auprès de son réseau et avec ses partenaires médias (France Culture Plus, Internet Actu, Huffington Post, Sciences Humaines...).

Parmi cette sélection, les auteurs des trois meilleurs articles se verront remettre un prix d'excellence de 2.000€ chacun, ainsi que le titre de "chercheur invité" au sein d'une entreprise membre ou partenaire du Social Media Club afin d'y présenter et éventuellement prolonger leurs travaux.

Périmètre de l'appel à article

Les médias sociaux sont ici considérés comme un ensemble de médias numériques (Internet fixe et mobile) qui utilisent des techniques de communication accessibles au grand public et facilitent les interactions sociales, notamment à travers des outils permettant aux utilisateurs d'intensifier et de systématiser les processus de création, d'échange et de partage de contenus. Les principales applications concernent les sites de réseaux sociaux, les sites de partage de contenu (vidéo, photo, liens, micro-publications, etc), les blogs ou encore les wikis.

Voici une liste illustrative, et non-limitative, des sujets qui pourront entrer dans le périmètre des *SMC Research Awards* :

Analyse des médias sociaux :

Modèles et structures économiques ; Diffusion des usages ; Design des interfaces ; Fonctionnalités de communication (mobile, géolocalisation, vidéo, etc.)

Impacts socio-économiques des médias sociaux :

- Usages marchands : marketing, e-commerce, exploitation des data, impacts sur les secteurs et les marchés économiques ;
- Transformations sociales : gestion de l'identité et de la privacy, e-réputation, sociabilités et modes de vie, genre et effets générationnels, etc. ;
- Transformations des industries culturelles et médiatiques : audience et métriques, journalisme en ligne, processus d'infomédiation sociale ;
- Espace public et numérique : participation et engagement politique, discussion et controverses, organisation des savoirs (algorithmes, Pagerank, Edgerank...);
- Education ; Santé ; ...

Règlement du concours

Les *SMC Research Awards* seront décernés à trois candidats-es s'étant distingués-es par la qualité de leur article scientifique et ayant mis en valeur les impacts socio-économiques de leurs travaux.

Seront admis-es à se porter candidat-es :

- Les doctorants en [Sciences Humaines et Sociales](#), inscrits dans une Université ou une Grande Ecole françaises.
- Les docteurs en [Sciences Humaines et Sociales](#), diplômés depuis moins d'un an par une Université ou une Grande Ecole françaises.

Les candidatures doivent être envoyées à l'adresse awards@socialmediacub.fr

La date limite de dépôt des candidatures est fixée au mardi 19 novembre à minuit.

Chaque dossier de candidature doit comporter obligatoirement les pièces suivantes :

- Article scientifique de 20 000 signes (+/- 10%). (L'article n'est pas nécessairement un papier original).
L'article devra être rédigé comme une « publication de transfert » : un effort sera attendu pour rendre le texte appréhendable par un jury mixte, composé de chercheurs et de professionnels du numérique. Le propos n'en sera pas moins scientifiquement et rigoureusement étayé.
- Un résumé de l'article de 3 000 signes résumant l'apport scientifique de l'article proposé et ses implications opérationnelles
- Curriculum Vitae (2 pages maximum)
- Le formulaire de renseignement à télécharger ici et à renvoyer dûment rempli

Un examen de recevabilité des candidatures est effectué par le comité scientifique des *SMC Research Awards* et le pôle éditorial du Social Media Club.

Les candidatures seront évaluées de manière anonyme par un jury composé à 50% de professionnels du numérique (membres ou partenaires du Social Media Club France) et à 50% de personnalités issues du milieu universitaire.

Les critères de sélection du/de la lauréat-e sont :

- la rigueur scientifique de l'article présenté,
- l'effort fourni pour mettre en valeur les impacts économiques et/ou sociaux des travaux présentés.

Le jury a la faculté de ne pas décerner le prix si aucune des candidatures présentées ne lui paraît susceptible d'être retenue. Le prix est doté d'un montant de 6 000€, soit 2 000€ pour chacun-e des trois lauréats-es.