

Programme national de recherche Industries culturelles et créatives (PEPR ICCARE)

Appel à communication

Journées d'accélération de l'ICCARE-LAB – Secteur Audiovisuel

Capter, mesurer, et réguler l'attention ?

Dialogues entre recherches et pratiques professionnelles

Facilitateurs du secteur Audiovisuel :

Patrick Le Callet (Université de Nantes) patrick.lecallet@univ-nantes.fr

Stéphanie Peltier (La Rochelle Université) stephanie.peltier@univ-lr.fr

Géraldine Poels (INA) gpoels@ina.fr

<https://pepr-iccare.fr/audiovisuel/>

Date et lieu :

19 ou 20 novembre 2026 (*date à définir*)

Paris (*lieu à définir*)

1. Description

Dans un environnement saturé d'images, de sons et de données, l'attention apparaît de plus en plus comme une ressource rare, convoitée et marchandisée, au cœur des transformations contemporaines de l'audiovisuel. Héritière des travaux d'Herbert Simon (1971) sur la « pénurie d'attention » dans un contexte d'abondance informationnelle, l'« économie de l'attention » désigne l'ensemble des dispositifs techniques, économiques et symboliques qui visent à capter, orienter, mesurer et monétiser l'attention des publics.

Toutefois, l'attention ne se réduit pas à un simple objet de captation ou d'exploitation. Elle constitue aussi un levier majeur d'innovation, permettant d'améliorer les technologies audiovisuelles, d'enrichir les formes narratives, de renforcer l'accessibilité et de concevoir des expériences plus respectueuses des capacités cognitives et émotionnelles des individus. Les avancées récentes en neurosciences, psychologie cognitive, sciences de l'interaction et intelligence artificielle ouvrent la voie à une compréhension plus fine de l'attention comme processus multimodal, dynamique et situé, intégrant perception, cognition, émotion et action.

Le secteur audiovisuel – cinéma, télévision, plateformes de streaming, vidéo en ligne, podcasts, dispositifs immersifs – est au cœur de ces nouveaux régimes attentionnels.

Il articule choix éditoriaux, formats narratifs, architectures algorithmiques de recommandation, modèles d'affaires, métriques d'engagement et expériences de réception. Ces dimensions sont aujourd'hui étroitement liées aux protocoles de mesure de l'attention et des émotions (eye-tracking, analyse du regard et de l'écoute, capteurs physiologiques, données comportementales, environnements immersifs), ainsi qu'à leur modélisation algorithmique (modèles attentionnels, multimodaux, émotionnels ou adaptatifs).

Dans ce contexte, plusieurs questions se posent : comment définir et mesurer l'attention et l'engagement émotionnel de manière rigoureuse et éthique ? Quels dispositifs techniques, narratifs ou réglementaires existent ou restent à inventer pour guider l'attention sans la sur-solliciter ? Comment les modèles algorithmiques peuvent-ils être mobilisés non seulement pour optimiser la performance économique, mais aussi pour améliorer la lisibilité des contenus, la qualité de l'expérience, l'inclusion des publics neuroatypiques ou vulnérables, et la diversité des formes audiovisuelles ? Quelles conséquences cognitives (notamment avec le développement de l'IA générative et des images synthétiques/ « fausses »), économiques (concentration médiatique, plateformes), sociales et sanitaires (en particulier sur la santé mentale des jeunes) ces transformations induisent-elles ? Quelles politiques publiques et quels cadres éthiques pour encadrer l'empreinte cognitive et émotionnelle des écrans ?

1.1. Objectif

Cette journée d'accélération propose d'interroger l'attention comme enjeu central et transversal de la production, de la circulation, de la réception et de la réglementation des contenus audiovisuels, à la croisée de plusieurs disciplines : informatique, neurosciences, psychologie, sociologie, économie, sciences de gestion, droit, sciences de l'information et de la communication, études cinématographiques et médiatiques et de professionnel·les du secteur. Il s'agira de mettre en dialogue analyses scientifiques, développements technologiques et retours d'expérience afin d'éclairer des transformations contemporaines des formats, des interfaces, des usages et des politiques de l'attention dans l'audiovisuel.

Les propositions pourront notamment porter sur :

- **Dispositifs et formats** : architectures de plateformes, algorithmes de recommandation, UX/UI, IA générative, formats courts/longs, modélisation de l'attention et des émotions, expériences immersives et/ou interactives
- **Mesure et modélisation de l'attention et des émotions** : protocoles expérimentaux, eye-tracking, analyse audiovisuelle multimodale, signaux physiologiques, modèles algorithmiques et attentionnels, validation et biais des mesures.

- **Narration et création audiovisuelle** : écriture et mise en scène guidées par l'attention, design sonore, émotions et engagement, nouvelles formes de storytelling adaptatif, écran contextuel, intelligent et adaptatif.
- **Santé mentale et cerveau** : charge cognitive, multitâche, fatigue attentionnelle, effets des notifications et de la sur-sollicitation audiovisuelle, prévention et conception responsable
- **Modèles économiques et gestion** : métriques d'attention, indicateurs d'engagement, publicité, abonnements, stratégies de programmation et de personnalisation
- **Usages et inégalités attentionnelles** : pratiques des publics (binge-watching, formats courts et verticaux, expérience distribuée, expérience fragmentée, multi-écrans, sobriété numérique), visibilité/invisibilité, attention neuroatypique, enjeux de genre, de classe, de génération et d'inclusion.
- **Régulations et éthique** : protection des publics, encadrement de la publicité, politiques publiques et des algorithmes, initiatives de « design attentif » et de slow media et médias responsables.

Des contributions s'inscrivant dans d'autres perspectives (comparatives, historiques, méthodologiques) sont également bienvenues.

2. Modalités

2.1. Modalités de participation des contributeur·ices

Cette journée d'accélération aura lieu sur place (les propositions de communication en présentiel seront privilégiées) et sont ouvertes aux contributeur·ices et des doctorant·es de toutes les disciplines en lien avec la thématique.

Les communications sont également ouvertes aux professionnel·les des ICC (artistes, producteurs, programmeurs, techniciens, responsable de réseaux ...).

Les propositions devront restituer clairement la construction de la problématique, la méthodologie adoptée et les principaux résultats.

2.2. Procédure de soumission des communications

Les propositions doivent être adressées avant le lundi 15 juin 2026 via le formulaire d'inscription en indiquant « Proposition JA ICCARE Secteur Audiovisuel » dans le titre du document word.

Les propositions de communication doivent comporter impérativement :

- titre (180 caractères maximum, espaces compris) ;
- 5 mots-clés ;
- nom de(s) auteur·rices, institution(s) de rattachement, adresse(s) courriel, modalité de présentation (en présentiel ou à distance) ;
- résumé de la proposition en 2.000 caractères maximum, espaces compris ;
- bibliographie.

Les propositions doivent suivre la norme suivante : police Times New Roman, 11 points, interligne 1,15.

2.3. Évaluation des propositions

Les propositions de communication seront examinées par un comité scientifique. Les critères suivants seront utilisés pour évaluer les propositions :

- a) Pertinence de la proposition au regard du thème de la journée d'étude ;
- b) Clarté de la problématique et des objectifs ;
- c) Contributions de la recherche à l'avancement des connaissances scientifiques et pratiques.

2.4. Calendrier

Date limite de réception des propositions : lundi 15 juin 2026 à 8h.

Les auteur·ices seront notifié·es de l'acceptation ou du refus de leur proposition au plus tard le 21 septembre 2026.

La journée d'accélération aura lieu en novembre 2026 à Paris (date et lieu préciser ultérieurement).