



**SOLUTIONS  
COMMUNICANTES  
SECURISEES**  
PÔLE DE COMPETITIVITE MONDIAL

## ImagiWeb

### IMAGES SUR LE WEB : ANALYSE DE LA DYNAMIQUE DES IMAGES SUR LE WEB 2.0

#### > LES OBJECTIFS

L'objectif du projet ImagiWeb est d'analyser les images (au sens des représentations) qui circulent sur le Web. Quel est leur cycle de vie ? Quels sont les mécanismes qui procèdent à la production et à la diffusion des opinions des internautes ? Comment les représentations qui se font de certains sujets/entités prennent-elles vie sur la toile ? Comment évoluent-elles ?

#### > LES AVANTAGES

Afin de pouvoir mêler une approche sociologique et sémiologique aux méthodes habituellement développées en informatique, des sociologues spécialistes des sciences politiques (laboratoire CEPEL) et des sémiologues d'EDF sont impliqués dans le projet. Autre point fort : la complémentarité des équipes (des spécialistes en TAL pour XRCE, en fouille d'opinion pour le LIA, en veille pour AMI Software, en fouille de données pour ERIC...), complémentarité déjà expérimentée lors de nombreuses collaborations antérieures.

#### > LES APPLICATIONS

Deux cas d'étude sont prévus dans le cadre du projet. Le premier est centré sur l'image de l'entreprise EDF, via une campagne de communication et la perception qu'en ont les internautes. Le deuxième concerne l'image de personnalités politiques en campagne électorale.

#### > LES LIVRABLES

Prototype complet pour extraire et suivre les images (au sens des représentations) sur le Web.



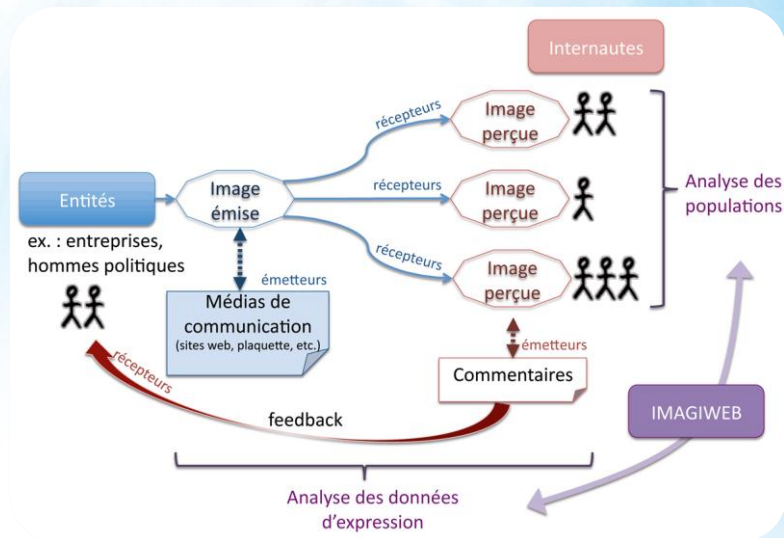


## > LES BRIQUES TECHNOLOGIQUES

Le projet comporte deux originalités majeures :

- La première réside dans le fait d'aborder conjointement un ensemble de verrous traités jusqu'ici séparément (étude des opinions, prise en compte du contexte, évolution des thématiques, analyse des réseaux sociaux, étude de la topologie du Web) autour d'un objet commun qu'est l'image (au sens de la représentation) d'entités qui peuplent le Web. L'accent est mis sur le fait qu'une même entité peut être associée à plusieurs images distinctes (parfois concurrentes) suivant le public, ainsi que sur l'aspect temporel sous-jacent à la dynamique des images.
- La deuxième originalité concerne l'implication importante, dans le projet, de chercheurs en Sciences Humaines et Sociales (SHS). Ceci est encore assez rare dans des projets informatiques de ce type. Ainsi, l'étude sur la société EDF sera réalisée avec le concours d'une sémiologue qui pourra ainsi apporter une lumière nouvelle sur les analyses automatiques fournies par les outils informatiques produits durant le projet. Quant à l'implication des sociologues du CÉPEL, elle permettra, d'une part, de mener une étude plus pertinente sur l'image des hommes politiques, et elle aidera, d'autre part, à lever des verrous scientifiques importants relatifs à des questions de représentativité des données issues du Web par la constitution de panels d'internautes.

Cycle d'émission et de réception des images traité dans le projet ImagiWeb



## > LE CONSORTIUM

- Porteur du projet : ERIC - Entrepôts, Représentation & Ingénierie des Connaissances (Université Lumière Lyon 2).
- Entreprises : AMI Software, EDF France, Xerox.
- Recherche / Académiques : Centre d'Etudes Politiques de l'Europe Latine (Université de Montpellier 1), Laboratoire d'Informatique d'Avignon SFR Agorantic (Université d'Avignon et des Pays du Vaucluse).

## > PROJET FINANCÉ PAR