

Curriculum vitae

(Octobre 2017)

Alan Ouakrat

Maître de conférences en Sciences de l'Information et de la Communication
Université Sorbonne-Nouvelle (Paris 3)

UFR Arts & Médias

Département : Institut de la Communication et des Médias (ICM)
Institut de Recherche sur les Médias, la Communication, la Culture et sur le
Numérique (IRMECCEN)

Doctorat et qualification : 71^{ème} section – Sciences de l'Information et de la Communication

Axes de recherche : Publicité et marketing en ligne,
Journalisme,
Socio-économie des médias, de la culture et du numérique
Économie et sociologie des Technologies de l'Information et de la
Communication.

Contact : Université Sorbonne Nouvelle (Paris 3)
UFR Arts & Médias
13, rue Santeuil
75231 Paris Cedex 05
alan.ouakrat@univ-paris3.fr

Cursus universitaire

Doctorat ès Sciences de l'Information et de la Communication, laboratoire CARISM, Institut Français de Presse, Université Paris 2 Panthéon-Assas. Mention très honorable avec les félicitations, prix de thèse de l'Université Paris 2. CIFRE Orange Labs - SENSE (2007-2010). Intitulé de thèse : « « La publicité en ligne sur les sites de presse issus de l'imprimé. Construction du marché, logiques de fonctionnement et perspectives d'évolution », thèse soutenue le 5 décembre 2011.

Recherches en cours

- Pluralisme et qualité de l'information en ligne (ANR PIL), IMT Atlantique Brest – Université de la Rochelle, Université Paris 3 Sorbonne-Nouvelle
- L'actualité sur les réseaux sociaux (ANR Infos-RSN / Obsweb), Université de Lorraine
- L'économie publicitaire de la vidéo en ligne

Parcours professionnel enseignement & recherche

2018-2021. Coordinateur équipe Paris 3 au sein du projet ANR Pluralisme et qualité de l'information en ligne (PIL) porté par l'IMT Atlantique Brest.

2015-2016. Chercheur postdoctoral ANR Info-RSN (CREM), Université de Lorraine : Circulation et partage des informations sur les réseaux socionumériques, programme OBSWEB (Observatoire du Webjournalisme), sous la direction d'Arnaud Mercier (Pr., 71^e section) et de Nathalie Pignard-Cheynel (Mcf, 71^e section) / Chercheur associé au Centre d'Etudes et de Recherche Interdisciplinaire (CARISM), Institut Français de Presse, Université Panthéon-Assas, Paris 2.

2013-2014. Chargé de recherche en sociologie quantitative à l'Institut National de la Recherche en Informatique et en Automatique (INRIA). Contrat de recherche postdoctorale, conduite de l'enquête interdisciplinaire « Pratiques culturelles et usages de l'informatique connectée » (PRACTIC), portant sur [les usages des smartphones de populations étudiantes](#).

2011-2013. Assistant Temporaire d'Enseignement et de Recherche à l'Institut Français de Presse de l'Université Panthéon-Assas Paris II. Spécialisé en économie des médias et de la culture.

2007-2010. Ingénieur de recherche au laboratoire Sociology and Economics of Networks and Services (SENSE), Orange Labs, R&D, Issy-les-Moulineaux. Thèse en convention CIFRE.

Activités de recherche

Publications

Reuves à comité de lecture (ACL)

(2017), « Les métriques d'audience comme agents de transformation du journalisme en ligne ? », *Études Digitales*, N°2. (Numéro coordonné par Jacques Gilbert et Franck Cormerais)

(2016) (avec J. Mésangeau), « Re-socialiser les traces d'activités numériques : une proposition qualitative pour les SIC », *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, n°8.

(2015), « Du rythme d'usage du smartphone au rythme de vie : les normes temporelles informelles des pratiques d'une population étudiante », *Questions de communication*, N°27, septembre, pp.301-321.

(2015), « Une analyse sociotechnique d'un type d'usage du *bitcoin* : le crypto-marché *SilkRoad* », *Revue Banque & Droit*, n°159, janvier-février, pp.14-17

(2012), « Le ciblage comportemental, une perte de contrôle des éditeurs sur les données de l'audience », *Tic & Société*, Vol.6, N°1.

(2010) (avec J.S. Beuscart et K. Mellet), « Les régies publicitaires des sites de la presse en ligne », *Réseaux*, n°160-161 (2/3), janvier-mars, pp.133-161.

Chapitres d'ouvrages collectifs (OS)

(2017, à paraître) « Robin Mansell, une approche institutionnaliste de l'économie politique de la communication », *Tome 3. Matérialismes, Cultures et Communication*, Presses de l'École des Mines.

(2017, à paraître) (avec Arnaud Mercier et Nathalie Pignard-Cheynel), « Facebook pour s'informer ? Actualité et usages de la plateforme par les jeunes », in Mercier A., Pignard-Cheynel N. (dir.), *Partager et commenter l'info sur les réseaux sociaux*, Paris, éditions Fondation MSH.

(2013), « [La consommation d'information en ligne : un cadrage quantitatif](#) », in Joüet J. et R. Rieffel (sous la direction de), *S'informer à l'ère numérique*, Presses Universitaires de Rennes, p.159-192

(2012), « [Le concept des modèles d'affaires : éléments de définition et état de l'art](#) », in Benghozi P.J. (sous la direction de), *Contenus culturels numériques et modèles d'affaires innovants*, **Ministère de la Culture et de la Communication**. Actes du séminaire Contenus Numériques et Modèles d'Affaires Innovants. GIS Culture & Numérique, Octobre, pp.111-117.

(2009), « [Innovation in online news access and distribution](#) », The Summer School Student Abstracts, in Carpentier Nico, Pille Pruulmann-Vengerfeldt, Richard Kilborn, Tobias Olsson, Hannu Nieminen, Ebba Sundin, Kaarle Nordenstreng (eds.), *Communicative approaches to politics and ethics in Europe. The intellectual work of the 2009 ECREA European Media and Communication Doctoral School*, Tartu University Press, p.358.

Actes de colloque (ACT)

(2014), « [Une défiance justifiée envers la collecte automatisée de données sur smartphones ? L'acceptabilité sociale des méthodes numériques pour étudier les usages des technologies numériques connectées](#) », Actes du **16e colloque CREIS-Terminal**, Nantes, 3-4 avril, 9p. :

Autres Publications (AP)

Lettre professionnelle

(2009), « Le *premium* ou la valorisation complexe de la qualité éditoriale », *Usages & Valeur*, n°35, lettre professionnelle R&D France Télécom-Orange, Juillet, pp.8-10.

Etude

(2017) (with Schäfer M.S. and S. Kristiansen), "New Players and Old: Volume of Coverage and Themes", in Painter J. et al. *Something Old, Something New: Digital Media and the Coverage of Climate Change*, Reuters Institute for the Study of Journalism, Department of Politics and International Relations, University of Oxford, pp.47-62.

Blog

(2016), « [Security measures and civil action: an analysis of online media coverage at #COP21](#) », **Media Watch Blog**, *Climate Matters Researching science and climate communication*, 4 décembre, Hamburg

Médias

(29/03/2017), Mercier A., A. Ouakrat et N. Pignard-Cheynel, « Voici comment les jeunes français consomment de l'information sur Facebook », **Slate.fr**, Rubrique Tech & Internet : <http://www.slate.fr/story/142307/jeunes-consomment-information-facebook>

(30/03/2017), Interview avec Arnaud Mercier dans l'émission **Le Quotidien**, TMC, présentée par Yann Barthès : <https://www.tf1.fr/tmc/quotidien-avec-yann-barthes/videos/quotidien-premiere-partie-30-mars-2017.html>

Communications

- Juillet 2016** "Politics of the market: advertising, power and political economy of communication", *International Association for Media and Communication Research (IAMCR) Conference*, July 27th-31th 2016, Leicester, United Kingdom.
- Juin 2016** Projet sur les histoires de la communication « Une histoire de l'économie dans les SIC, de la pluridisciplinarité à l'interdisciplinarité », *XXème Congrès de la SFSIC*, 8, 9 & 10 Juin 2016, Metz
- « Proposition théorique pour une socioéconomie du numérique, de la culture et des médias », *XXème Congrès de la SFSIC*, « Temps, temporalités et information-communication », Axe 1 : Penser le temps et les temporalités : théories et méthodes, 8, 9 & 10 Juin 2016, Metz
- Mai 2016** "Headlines of French Results. New Players in the provision of environment and science information", **Conference in Oxford (UK)**, Friday 13, Reuters Institute For Study of Journalism (RISJ), St Catherine's College, Oxford, United Kingdom.
- Workshop MediaClimate in Helsinki (Finland)**, May 4th-May 7th
- Mars 2016** « Le média comme marque », *9ème Assises internationales du journalisme*, « Le prix de l'information », 9-11 mars 2016, Tours (invité)
- Février 2016** « Les usages du mobile pour s'informer », *Les 6ème Entretiens du Webjournalisme*, 26 février, Metz.
- « Resocialiser les traces d'activités numériques : une proposition qualitative pour les SIC », avec Julien Mésangeau (McF, Université Sorbonne-Nouvelle, MCPN-CIM), *Journée d'études ISCC*, « Sémiotique et méthodes quantitatives », 5 février, Paris.
- Janvier 2016** « Dénaturaliser l'usage du smartphone dans la vie quotidienne. Retours sur une enquête auprès d'une population de jeunes étudiants », **Séminaire ESPE-DANE**, Nancy, 13 janvier. Invité pour animer un atelier (invité)
- Octobre 2015** « L'attention aux métriques de l'audience dans les rédactions web », **Journée d'études CARISM**, « Le journalisme aux prises de la demande », 22 octobre, Institut Français de Presse, Université Panthéon-Assas (Paris 2).
- Janvier 2015** « L'écran de poche dans la vie quotidienne d'une population étudiante. Une sociologie du temps équipée d'une méthode numérique », **Séminaire Réseaux informatiques et recomposition des frontières sociales**, EHESS, 13 janvier. (invité)
- Avril 2014** **16e colloque CREIS-Terminal** : « Données collectées, disséminées, cachées. Quels traitements ? Quelles conséquences ? », Nantes, 3-4 avril.

- Mars 2014** « Les smartphones pour étudier les rythmes de vie ? Une enquête interdisciplinaire et exploratoire sur les usages de l'informatique connectée dans la vie quotidienne », **13^{ème} colloque international AISLF**, Lille, 26-27 mars.
- Sept. 2013** « La collecte automatisée des données, une facilité ? Réflexions sur la conception d'une enquête interdisciplinaire sur les usages des terminaux mobiles connectés », **V^{ème} Congrès de l'Association Française de Sociologie**, RT20 Méthodes, 5 Septembre, Nantes.

Autres activités liées à la recherche

Organisation événement scientifique

Colloque « Marques, publicité et création audiovisuelle », Maison de la Recherche Université Sorbonne-Nouvelle Paris 3, 8 et 9 février 2018.

Journée d'études, "Le journalisme aux prises avec la demande", Institut Français de Presse, 22 octobre 2015, Université Panthéon-Assas (Paris 2).

Affiliations à des sociétés savantes

Membre de la Société Française des Sciences de l'Information et de la Communication (**SFSIC**)
Membre de l'International Association for Media and Communication Research (**IAMCR**).
Ex-membre de l'Association Française de Sociologie (**AFS**).

Évaluations – Expertises scientifiques

Revue de l'organisation responsable (ROR)

Expert auprès du Conseil Régional de Nouvelle-Aquitaine pour le projet *Économie des plateformes et mutations du travail et des organisations* (NUTRA).

Audition Blockchain - France Stratégie, Blockchains : l'éclairage des sciences sociales, 18 mai 2017. Titre de l'intervention : « Sous la cryptographie, la politique ? Cryptomarchés, idéologie et confiance distribuée ».

Blog

Technologies numériques connectées : <http://alanouakrat.fr>

Activités d'enseignements

2017-2018

L3. « Marketing & Communication » (TD, 24h), « Situations et supports de communication » (communication d'entreprise) (TD, 24h).

M1. « Marketing & Communication » (TD, 24h), « Analyse de contenus web » (TD, 24h), Séminaire de mémoire : Économie des médias et de la communication numérique (48h).

M2. Marketing et Publicité en ligne (CM, 24h, M2 Communication des Entreprises et des Institutions) ; Socioéconomie des Médias (CM, 24h, M2 Journalisme Culturel).

2016-2017

L1. « Communication & Image : Marques & Organisation » (TD, 24h).

L3. « Marketing & Communication » (TD, 24h), « Situations et supports de communication » (communication d'entreprise) (TD, 24h).

M1. « Marketing & Communication » (TD, 24h), « Analyse de contenus web » (TD, 24h), Séminaire de mémoire : Économie des médias et de la communication numérique (48h).

M2. Marketing et Publicité en ligne (CM, 24h, M2 Communication des Entreprises et des Institutions) ; Socioéconomie des Médias (CM, 24h, M2 Journalisme Culturel).

2015-2016

L3 Pro. « Socio-économie des médias en ligne et du numérique », TD (15h), IUT de Lannion.

2014-2015

M2. « Modèles d'affaires de l'économie des médias et du numérique » (CM, 24h), SciencesCom (Audencia Group), Nantes.

2013-2014

Formation continue. « Initiation à l'économie des médias » (CM, 16h), IUT de Troyes (Université de Reims), DUT Services et Réseaux de Communication, spécialisation Web et Multimédia

M2. « Modèles d'affaires de l'économie des médias et du numérique » (CM, 24h), SciencesCom (Audencia Group), Nantes.

M1. « Economie des médias et de la culture à l'ère numérique », CM (24h), SciencesCom (Audencia Group), Nantes ;

2011-2013

ATER, Institut Français de Presse, Université Panthéon-Assas, Paris 2

L3. « Ateliers Recherche d'Information », TD (18h x 4) / « Economie des médias et du numérique », TD (18h x 3)

M1. « Mondialisation des industries du divertissement », Enseignement Méthodologique (20 h x 2) / « Pratique de l'Economie des Médias », Enseignement Méthodologique (20h x 2) / « Médias et relations internationales », Séminaire d'initiation à la recherche (20h x 2).

Responsabilités administratives

- Responsable pédagogique L3
- Responsable pédagogique stages L3
- Enseignant-référent L1
- Co-responsable avec Gérôme Guibert de l'organisation de la Semaine Arts & Médias pour le département de l'Institut de la Communication et des Médias
- Comités de sélection recrutement MCF 71 à l'IUT de Metz et MCF 71 à l'IUT Grenoble 1 (campagne de recrutement synchronisée MCF 2017).