

Curriculum vitae

(Juillet 2018)

Alan Ouakrat

<https://orcid.org/0000-0002-6558-6239>

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,
Information en ligne,
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@sorbonne-nouvelle.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 sociaux numériques, 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

Revue à comité de lecture (ACL)

(2016), « Les métriques d'audience comme agents de transformation du journalisme en ligne ? », *Études Digitales*, N°2, *Le gouvernement des données*, p. 107-120. DOI : [10.15122/isbn.978-2-406-07064-1.p.0107](https://doi.org/10.15122/isbn.978-2-406-07064-1.p.0107)

(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)

(2018, 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.

(2018) (avec Arnaud Mercier et Nathalie Pignard-Cheynel), « Facebook pour s'informer ? Actualité et usages de la plateforme par les jeunes », Chapitre 5 in Mercier A., Pignard-Cheynel N. (dir.), *#info. Commenter et partager l'actualité sur Twitter et Facebook*, Paris, **éditions Fondation MSH**, p.169-197.

(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

(09/07/2018), « Le rapport de force entre éditeurs et annonceurs s'est inversé », <https://www.inaglobal.fr/presse/article/le-rapport-de-force-entre-editeurs-et-annonceurs-s-est-inverse-10249>

(27/02/2018), Le Débat du Jour, RFI, « Peut-on se passer des réseaux sociaux ? », avec Thierry Le Fur, présenté par Nathanaël Vittrant. URL : <http://www.rfi.fr/emission/20180227-peut-on-passer-reseaux-sociaux>

(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

Juin 2018 “Studying online news production, traffic and consumption in an age of social media”, **Workshop Online News and Social Media: New Research Perspectives**, 7 juin, Labex ICCA-Purdue University, Maison de la Recherche de la Sorbonne Nouvelle, Paris.

Mai 2018 “Table-ronde C : Financements publicitaires dans les médias : des enjeux démocratiques” avec V. Patrin-Leclère (Celsa), V. Lanier (SNJ), M. Reymond (Acrimed), animée par D. Schneidermann (@si), **Colloque SPIM**. De l'industrie publicitaire aux relations publiques, les outils d'influence des multinationales, 29 mai 2018, Institut des sciences de la communication (ISCC), Paris.

Avril 2018 “Enjeux et tensions autour de l'économie publicitaire des données personnelles”, **Séminaire du Laboratoire de sociologie juridique 2017-2018**, Université Panthéon-Assas. Flexibles notions. La personne. “Les données personnelles. Bienfaits et/ou méfaits ?”, sous la présidence de Cécile Peres et Dominique Fenouillet, vendredi 6 avril 2018, Université Panthéon-Assas, Salle des Conseils.

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 », ^{9^{ème}} *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 6^{ème} 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 », **13eme 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 », **Vème 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 Institut de la Communication et des Médias, UFR Arts & Médias (2017-)
 - Responsable pédagogique stages L3 (2016-)
 - Président de la commission de sélection des candidats L3 ICM (2017-)
 - Président de la commission jury d'examen L3 (2017-)
- Enseignant-référent L1 (2016-2018)
- Co-responsable avec Gêrôme Guibert de l'organisation de la Semaine Arts & Médias pour le département de l'Institut de la Communication et des Médias (2016-2017)
- 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).
- Montage formation Master 2 Communication Numérique et Analyse des Données (CNAD)
 - Tableau de soutenabilité financière
 - Maquette des enseignements (2019-2022)
 - Dossier apprentissage FormaSup