

Curriculum vitae

(mars 2019)

Guillaume Sire

Maître de conférences à l'Université Toulouse 1 Capitole
Co-responsable de l'Unité Régionale de Formation à l'Information Scientifique et Technique
Institut de Droit de l'Espace, des Territoires, de la Culture et de la Communication (EA 785)

Chercheur associé : Centre d'Analyse et de Recherche Interdisciplinaires sur les Médias (EA 2293)

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

Axes de recherche : Gouvernance d'Internet
Moteurs de recherche
Science, technique et société

Contacts : Université Toulouse 1 Capitole
2, rue du doyen Gabriel Marty
31 042 Toulouse cedex
guillaume.sire@ut-capitole.fr

Sommaire

PUBLICATIONS	2
COMMUNICATIONS.....	6
AUTRES ACTIVITES DE RECHERCHE.....	11
ENSEIGNEMENTS.....	12
DIPLOMES	16
EXPERIENCES PROFESSIONNELLES	16

Publications

Ouvrages

Sire G. (2019), *Le diable est une méthode. Petit traité d'éthique à l'encontre des Pharisiens*, Nice, Ovidia, 134 p.

Les moteurs de recherche, Paris, La Découverte, coll. « Repères », 2016, 128 p.

Google, la presse et les journalistes. Analyse interdisciplinaire d'une situation de coopération, Bruxelles, Bruylant/Concurrences, coll. « Sciences Politiques », 2015, 424 p.

Ouvrages collectifs

Legavre J.-B., Rieffel R. (2017), *Les 100 mots des sciences de l'information et de la communication*, Paris, PUF, coll. « Que sais-je ? ».

La gratuité, à quel prix ? (avec Joëlle Farchy et Cécile Méadel), Paris, Presse de l'Ecole des Mines, 2015, 132 p.

L'auteur au temps du numérique, sous la direction de Cécile Méadel et Nathalie Sonnac, 2012, Paris, Editions des archives contemporaines, 175 p.

Direction de numéro

Décoder des programmes — *Réseaux*, 2017, n°206.

La Toile négociée — *French Journal for Media Research*, 2016, n°6.

Articles dans revues à comité de lecture

Sire G. (2019), « Une histoire technopolitique du code HTML (1991-1999) », *Le Temps des Médias*, n°32.

Sire G. (2018), « Web sémantique : les politiques du sens et la rhétorique des données », *Les Enjeux de l'Information et de la Communication – Dossier 2018 Production des données*, « Production de la société ». Les Big Data et algorithmes au regard des Sciences de l'information et de la communication

Sire G., Cossu J.-V., Sonet V. (2018), « Un modèle éditorial du troisième type Adossement de l'accès numérique à l'acquisition des supports physiques dans l'industrie du DVD : le cas de Vodkaster », *Questions de communication*, n°33, p. 251-266

Laurent V., Badouard R., Mabi C., Méadel C., Sire G. (2018), « Les outils numériques gouvernementaux au service de la loi: le design de la plateforme République Numérique », *Terminal*, n°122.

« Analyse du processus de normalisation du code HTML5 et de la controverse "Encrypted Media Extensions" », *Réseaux*, 2017, n°206, p. 37-60.

« Les sciences sociales orientées programme État des lieux et perspectives » (avec Cécile Méadel), *Réseaux*, 2017, n°206, p. 9-34.

« Un modèle éditorial du troisième type. Adossement de l'accès numérique à l'acquisition des supports physiques dans l'industrie du DVD : le cas de Vodkaster » (premier auteur, avec Jean-Valère Cossu et Virginie Sonet), *Question de communication*, à venir.

« L'esprit du temps et la stratégie de l'anémone. Comment et pourquoi l'entreprise Google communique-t-elle les données relatives aux requêtes effectuées sur son moteur ? », *Cahiers de la documentation*, 2017/2, p. 8-16.

« Beyond "Points of Control": logics of digital governmentality » (avec Romain Badouard et Clément Mabi), *Internet Policy Review*, 2016, 5(3).

« Le pouvoir normatif de Google. Analyse de l'influence du moteur sur les pratiques des éditeurs », *Communication & Langages*, n°188, 2016, p. 91-105.

« Mediation as a Boundary-Object, Dispositif as a Boundary-Concept » (avec Romain Badouard et Clément Mabi), *Tecnoscienza*, 7(1), 2016, p. 116-121.

« Ce que coder veut dire : y a-t-il un langage de programmation ? Plaidoyer pour une approche sociolinguistique du code », *French Journal for Media Research*, 2016, n°6.

« La professionnalisation des référenceurs aux prises avec le changement permanent », (avec Jean-Claude Domenget), *Communication et professionnalisation*, n°4, 2016.

« N'achevez pas René Girard », *Hermès*, n°75, 2016, p. 158-161.

« La Toile Négociée, les mouches et les araignées », *French Journal for Media Research*, 2016, n°6.

« Inciter, contraindre, encadre Trois logiques de gouvernementalité numérique » (avec Romain Badouard et Clément Mabi), *French Journal for Media Research*, 2016, n°6.

« Cinq questions auxquelles Google n'aura jamais fini de répondre », *Hermès*, n°73, 2015, p. 201-208.

« La conception de l'actualité par Google », *Le Temps des Médias*, n°24, 2015, p. 209-224.

« Inclusion exclue : le code est un contrat léonin. Enquête sur la valeur technique et juridique du protocole robots.txt », *Réseaux*, n°189, 2015, p.187-214.

« Dans les ramures de l'arbre hypertexte, Analyse des incitations générées par l'opacité du moteur Google » (avec Bernhard Rieder), *French Journal for Media Research*, 2015, n°3.

« Conflicts of Interest and Incentives to Bias: A Microeconomic Critique of Google's Tangled Position on the Web » (avec Bernhard Rieder), *New Media & Society*, 2014, 16 (2).

« Référencement et référencement : cachez ces pratiques que je ne saurais voir », *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo*, 2014, vol. 3, n°1.

« Google et les éditeurs de presse en ligne, une configuration négociée et négociable », *About journalism*, Vol.2, n°1. 2013, p. 88-101.

Actes de colloques internationaux publiés dans des revues à comité de lecture

« Pour une étude interdisciplinaire des relations de pouvoir : comment la théorie de l'acteur-réseau enrichit le point de vue communicationnel » - Colloque international jeunes chercheurs : « L'interdisciplinarité en SIC » à l'Université de Toulouse II - Le Mirail (2012), *Question de Communication*, 2015.

« La Multi-Une : comment les sites de presse en ligne s'adressent au lecteur potentiel », Colloque international sur la presse en ligne : *Vers un néo-journalisme ? Redéfinition, extension ou reconfiguration d'une profession*. Université catholique de Louvain (UCL) et Facultés Universitaires Notre-Dame de la Paix, 3-4 octobre 2012, *Recherches en Communication* n°39, 2014, p. 75-89.

Chapitres d'ouvrages

Sire G. (2017), « Tout ça pour ça ? Titres fonctionnels et égocentrisme hypertexte », in. Legavre J.-B. & Rieffel R., *Le web dans les rédactions de presse écrite. Processus, appropriations, résistances*, Paris, Pepper – L'Harmattan, p. 99-120.

Sire G. (2016), « Google et l'esprit des lois latino-européennes, Retour sur trois cas emblématiques : Belgique, Allemagne, France », *Annuaire français des relations internationales*.

Rapports / Etudes

« *Le péril jeune* ». *Acquisitions des films et des séries : pratiques et usages chez les 20-30 ans*, sous la direction de Nathalie Sonnac, 2014.

Working papers

« Google and the Online Advertising Market, Two Competition Concerns » (avec Thibault Sire)

Recensions

« Qu'est-ce que la e-réputation ? », sur l'ouvrage : Alloing C. (2016), [E]réputation. Médiation, calcul, émotion, *Ina Global*, 2016.

« Françoise Paquien séquy et Mathilde Miguet , Le lectorat numérique aujourd'hui : pratiques & usages. Résultats d'enquête 2011-2013, Paris, Editions des archives contemporaines, 2015, 102 p. » et « Fabrice Pirolli (dir.), Le livre numérique au présent. Pratiques de lecture, de prescription et de médiation, Dijon, Editions universitaires de Dijon, 2015, 136 p. », *Le Temps des médias*, 2015, n°26.

Autres articles

Sire G. (2018), « Droit d'auteur : l'Europe a raison de soutenir la presse », *Les Echos* (idées/débats), 2 juillet 2018.

Sire G. (2018), *Réelle*, Editions de l'Observatoire, 320 p.

Sire G. (2018), « Les trois visages du web sémantique », *Cahiers de la documentation*, 2018/1, p. 31-37.

Sire G. (2017), « Lutte fratricide dans les coulisses du web », *INA Gobal*, novembre 2017.

Sire G. (2017), « L'esprit du temps et la stratégie de l'anémone. Comment et pourquoi l'entreprise Google communique-t-elle les données relatives aux requêtes effectuées sur son moteur ? », *Cahiers de la documentation*, 2017/2, p. 8-16.

« Facebook, YouTube, Twitter : hébergeurs ou éditeurs ? », *INA Global*, octobre 2016.

« A qui profite le label Google Fact Check? », *INA Global*, octobre 2016.

« Films et séries : les bonnes idées de Vodkaster », *Revue Européenne des Médias et du Numérique*, n°36, 2015, p. 38-40.

« Publicité en ligne : Google peut-il cumuler les métiers ? », *INA Global*, avril 2015.

« Jusqu'où écrire pour Google ? », *INA Global*, avril 2015.

« La possibilité d'un biais », *Mondes Sociaux*, avril 2015.

« Google, géant indivisible », *INA Global*, mars 2015.

« Le devoir d'optimiser », *Méta-media*, n°8, automne-hiver 2014-2015.

« Google, meilleur ennemi de la presse en ligne », *Revue Européenne des Médias et du Numérique*, n°30-31, 2014, p. 92-97.

« Sur Internet, le message *fait* le média », 2014, *Réminiscence*, n°1.

« Position de thèse », *Le Temps des Médias* n° 22, 2014.

Communications

Organisation colloques

« Diversité(s) et médias », Toulouse, IDETCOM, 6 février 2019

« Journalisme et plateformes : de la symbiose à la dépendance », Toulouse, LERASS, 23-25 janvier 2019

« Du bien commun aux biens communs », Clermont-Ferrand, 5 octobre 2018

Organisation panels

Sire G. (2018), « Architecture, design et algorithmes : demain, la créativité sous contrôle ? », 21ème congrès de la SFSIC, Paris Nord, 13 juin 2018.

Plantin J.-C., Sire G. (2018), « Power and Communication in a Controlled Internet », 68th Annual ICA conference, Prague, Czech Republic, 24-28 May 2018

Communications à colloque avec comité de lecture

13th Giganet (Global Internet Governance Academic Network) symposium, Paris 15 novembre 2018, Not the 'New Oil' Data Governance and the Internet. Titre de l'intervention : "Semantic infrastructures and the privatization of meaning"

« Etudier les programmes en sciences sociales », 21ème congrès de la SFSIC, Paris Nord, 13 juin 2018.

« Encrypted Media Extensions : the W3C dilemma », 68th Annual ICA conference, Prague, Czech Republic, 24-28 May 2018

Avec Jean-Claude Domenget, « La professionnalisation des référenceurs aux prises avec le changement permanent », *Entre ruptures et continuités, prescription et émancipation : les dynamiques de la professionnalisation de la communication*, Colloque international RESIPROC, 28 et 29 mai 2015, Université de Sherbrooke, campus Longueuil, Québec, Canada.

Avec Romain Badouard et Clément Mabi, « Numérique et gouvernementalité, les technologies entre possibles et contraintes », XIXème Congrès de la SFSIC, *Penser les techniques et les technologies, apports des Sciences de l'Information et de la Communication et perspectives de recherches*, Université de Toulon, juin 2014.

« Incertitude technique et incitations économiques : pourquoi la presse partage ses revenus avec Google », Séminaire de recherche : *Médias en ligne*, GERMédias, SciencesPo / médialab / SFSIC, Paris, 19 mai 2014.

Avec Nikos Smyrnaio, « The News According To Google: How Does Algorithmic Infomediaion Frame the Work of French Journalists ? », ECREA 2014, Journalism Studies Section Conference, *Journalism in Transition: Crisis or Opportunity?*, 27-29 mars 2014, Thessalonique, Grèce.

« Pouvoir sur, pouvoir de faire faire, pouvoir de faire et pouvoir faire », 5^{ème} Congrès de l'Association Française de Sociologie (AFS), *Les dominations*, 2-5 Septembre 2013, Nantes — Réseau Thématique 37 (Médias).

« Tenants, aboutissants et limites du pouvoir exercé par Google sur les éditeurs de presse. Etude de l'initiative ACAP », Journées doctorales de la Société française des Sciences de l'Information et de la Communication (SFSIC), 30-31 mai 2013, CNAM Paris.

« La microéconomie pour réassembler le social, proposition théorique et exemplification » – 6e Doctoriales du GDR CNRS « Economie & Sociologie », février 2013, Campus Paris Jourdan, ENS-CMH.

« La légitimation du journaliste sur le web, enquête sur les méthodes de *search engine optimization* employées par la rédaction du magazine l'Etudiant », Colloque international à Roubaix : *Communiquer dans un monde de normes*, 7-9 mars 2012.

« L'actualité au prisme des moteurs de recherche », 4^{ème} Congrès annuel de l'Association Française de Sociologie (AFS), *L'innovation*, 5-8 juillet 2011, Grenoble — Réseau Thématique 37 (Médias).

« Proposition d'un outil méthodologique pour observer le comportement d'un algorithme de recherche vis-à-vis de l'information d'actualité », Doctorales de l'Université Catholique de Louvain-la-Neuve (UCL), 24-25 mai 2011.

Communications et conférences (invité)

« La science et la langue des sourds », Colloque *Diversité(s) et médias*, Université Toulouse 1 Capitole, organisé par l'IDETCOM, 5 février 2019.

« Les médias de vieux parlent-ils aux jeunes », Festival international de journalisme de Couthures, 13 juillet 2018

« Pour une éthique orientée programme », séminaire de la Commission de réflexion sur l'Éthique de la Recherche en sciences et technologies du Numérique d'Allistene (CERNA), INRIA, Paris, 14 mai 2018.

« Analyse critique du rôle et du statut des moteurs de recherche », [*Pour une éducation critique aux médias en contexte numérique*](#), Séminaire CEMTI (ED 401 — Sciences Sociales — Université Paris 8), 9 mars 2018.

« Ouvrir les programmes en SHS : pourquoi et comment faire ? », Séminaire *Ecritures, Pratiques et Interactions Numériques*, Laboratoire Costech, UTC Compiègne, 8 février 2018.

Journée « Structurations, formes et enjeux des médiatisations du politique » (discutant), IUT Castres, 19 janvier 2018.

« Les sciences sociales orientées programme », LERASS, 11 janvier 2018.

« Moteurs de recherche et controverses », Séminaire Médiapolis, LERASS, 15 décembre 2017.

« Ces questions auxquelles les moteurs de recherche ne répondront jamais », Association belge de documentation – Bibliothèque royale de Belgique, 8 décembre 2016

« Hiérarchie automatique, histoire et enjeux », Séminaire *Journalisme et bien commun à l'heure des algorithmes*, 14 avril 2016, Collège des Bernardins.

« Controverses numériques », Séminaire du réseau Démocratie Electronique, 11 février 2016, avec Fabien Granjon (Université Paris 8, CEMTI) et Francesca Musiani (ISCC, CNRS), discutante : Cécile Méadel (Université Paris 2, CARISM).

« Google, la presse et les journalistes », Université Paris 3 Sorbonne nouvelle, Université Paris 7 Diderot, *Conférence de recherche sur le journalisme*, 17 novembre 2015.

« Nouveaux business models et méthodes de pricing des vidéos », Social Media Club France, Numa, Paris, 6 mai 2015.

« Inciter, contraindre, encadrer. Trois régimes de gouvernementalité numérique », Séminaire du réseau Démocratie Electronique, 12 février 2015, avec Romain

Badouard (Université de Cergy-Pontoise, CRTF) et Clément Mabi (Université de Technologie de Compiègne, COSTECH)

« Google et la publicité en ligne, préoccupations concurrentielles et informationnelles », Journée d'études PRIM – *Composer avec les régimes de Google : autorité, notoriété, opacité*, Université de Tours, 5 février 2015.

« Google et la production journalistique », Université Paris 3 Sorbonne nouvelle, Université Paris 7 Diderot, *Conférence de recherche sur le journalisme*, 16 décembre 2014.

« Référencement et référenceurs : quelles reconfigurations des salles de rédaction? », Comité Recherche des Assises du journalisme, Metz, 17 octobre 2014, *Extension du domaine du journalisme, redéfinition des frontières. Comment le journaliste va chercher des ressources en dehors de son domaine*.

« Algorithmes et prédictions d'informations: dangers ou opportunités pour le journalisme ? », *Les Grands Débats des Assises, Assises du journalisme*, Metz, 16 octobre 2014.

« Google et la presse », *Conférence de rentrée de l'Ecole Publique de Journalisme de Tours et du Club de la Presse*, Tours, 1er octobre 2014.

« Texte, architexte, hypertexte et performance : étudier le web *en action* », Journée d'étude *SIC et STS*, Université Toulouse 3, 25 avril 2014.

« La tête dans les nuages, oui, mais les pieds sur terre ! », IREST, Table ronde : *Le Cloud, ses vertus ses dangers*, Télécom ParisTech, 3 avril 2014.

« Franchir le prisme Google, comment ? à quel prix ? », Séminaire CARISM organisé par Rémy Rieffel et Jean-Baptiste Legravre : *Le Web dans les rédactions 20 ans après. Processus, appropriations, résistances*, 25 mars 2014.

« Comment la production des journalistes est labellisée sur l'espace web », *Intermédiations et valorisations de la culture et de l'information à l'ère du numérique*, Journée d'étude organisée par l'Observatoire des pratiques socio-numériques avec le soutien du Lerass et du Labex SMS – ComUniTic, Université Toulouse 3, 6 février 2013.

« Les images dans la focale des moteurs de recherche » - Journée doctorale Gripic (Paris-Sorbonne) – Costech (UTC Compiègne) – Carism (Paris-2) – *Comment les images viennent à nous ?*, 15 avril 2013.

« Théorie de l'acteur-réseau », Conférence de culture générale, Institut des Sciences Techniques et Humaines (ISTH), 9 avril 2013.

« Le pouvoir que Google exerce en secret sur l'élaboration des lignes éditoriales » - *3e Entretiens du webjournalisme*, organisés par Obsweb à l'Université Paul Verlaine – Metz, campus de l'Ile du Saulcy – UFR SHA, 29-30 novembre 2013.

« Epistémologie : comment étudier les rapports de forces qui sous-tendent l'action ? » Doctoriales du Centre d'Analyse et de Recherche Interdisciplinaire Sur les Médias (Paris 2), 18 juin 2012.

« Quand *Google Insights for Search* frappe à la porte des salles de rédaction, que devient le journalisme ? qui devient le journaliste ? », *Journée d'étude : Les journalistes aux prises avec leurs sources*, Université Libre de Bruxelles, 14-15 juin 2012.

Autres activités de recherche

Organisation événements :

Séminaire « Décoder des codes » au Centre d'Analyse et de Recherche Interdisciplinaires sur les Médias, 2017/2018

Journée d'études, « Journalisme aux prises avec la demande », Centre d'Analyse et de Recherche Interdisciplinaires sur les Médias, 22 octobre 2015.

Membre de l'Idetcom

L'Institut de Droit de l'Espace, des Territoires, de la Culture et de la Communication, équipe d'accueil 785

Membre associé du CARISM

Centre d'Analyse et de Recherche Interdisciplinaires sur les Médias, Equipe d'accueil 2293

Membre d'Obsweb – Observatoire du Webjournalisme

Evaluateur :

- *New Media & Society* (depuis 2015)
- *Le temps des médias* (depuis 2016)
- *Sciences de la société* (depuis 2016)
- *Communication* (depuis 2016)
- *Composite* (depuis 2013)

Affiliation

Membre de la Société française des Sciences de l'Information et de la Communication (SFSIC)

Enseignements

Depuis 2017

- Bibliométrie — Doctorants / Formation continue Urfist
- Publications scientifique / Economie des revues — Doctorants / Formation continue Urfist
- Web, normes et gouvernance — Doctorants / Formation continue Urfist
- Mesurer l'audience sur le web : outils et limites — Doctorants / Formation continue Urfist
- Optimisation des contenus pour les moteurs de recherche — Doctorants / Formation continue Urfist
- Economie du numérique — M2 / Paris 2 - Institut Français de Presse
- Approches critiques du numérique — L3 / Toulouse 3 – IUT et ENSHEEIT M2
- Encadrement de mémoires : industries culturelles — M1 / Information & Communication

2014 - 2017

Economie des médias et du numérique (CM – 37h30) / L3 Information et Communication

Ce cours vise à comprendre comment et dans quelle mesure les dynamiques économiques sont susceptibles d'influer sur le contenu et le contenant de l'information médiatique ainsi que sur les modalités et les conditions de sa communication. Les étudiants apprennent à utiliser les concepts essentiels de l'économie des médias pour décrire les phénomènes propres à différents secteurs, notamment la presse, la télévision et le web. Ils sont également initiés aux enjeux liés à la mesure d'audience et à la publicité.

Réseaux de communication et innovation sociale (CM – 25h) /M1 Médias Information Communication

Ce cours a pour objectif d'appréhender et de mettre en perspective les (re)configurations propres au déploiement des réseaux numériques. Il s'agit en particulier de donner aux étudiants les clefs grâce auxquelles ils pourront décrypter les tenants et les enjeux sociotechniques de l'innovation dans le domaine de l'information et de la communication.

Approches des Sciences de l'Information et de la Communication (CM – 19h30) / L3 Information et Communication

L'objectif est de comprendre ce qui justifie l'existence du champ des Sciences de l'Information et de la Communication et en fait à la fois l'ambiguïté et la richesse. Les étudiants seront sensibilisés aux principales approches des SIC, et verront pourquoi, tout en étant très différentes, celles-ci s'articulent de façon complémentaire autour d'objets par essence problématiques dès lors qu'ils sont supposés permettre à des individus de vivre en société.

Séminaire « Marché et Régulation » (40h) / M1 Médias Information Communication

Ce séminaire est consacré à l'étude des stratégies déployées par les entreprises médiatiques dans un écosystème en mutation où la régulation peine à se mettre en place, où certains acteurs d'envergure mondiale tentent d'imposer leurs conditions, où les phénomènes de concentration

semblent parfois inévitables et où des acteurs qui ont des histoires, des tailles, des activités et des structures de coûts très différentes se retrouvent en concurrence.

Industrie de contenus (CM – 25h) / M1 Médias Information Communication

Ce cours vise à comprendre les dynamiques auxquelles sont confrontées les industries de contenus à l'heure du numérique. A partir de travaux empiriques récents, les étudiants apprendront à utiliser les concepts essentiels de l'économie de la culture pour décrire et analyser le fonctionnement des secteurs de la vidéo en ligne, de la musique, du livre et du jeu vidéo.

Economie du numérique (CM – 12h30) / M2 Communication & Multimédia

L'objectif est de donner aux étudiants les clefs de compréhension de l'économie du numérique. Ils apprendront à manier les concepts théoriques grâce à des exemples concrets. Ils prendront connaissance de travaux récents concernant les secteurs de la publicité en ligne, des moteurs de recherche, des réseaux sociaux, du e-commerce et des industries culturelles.

Mutation des dispositifs de mesure d'audience (CM – 12h30) / M2 Médias, Publics et Cultures Numériques

L'objectif est de sensibiliser les étudiants aux évolutions du secteur de la mesure d'audience ainsi qu'aux questions posées par ces évolutions aux professionnels du secteur. Nous nous référons à des travaux de recherche récents et veillons à effectuer un lien entre la théorie et la pratique.

2013/2014

Ecriture journalistique

(2013-14 ; Université de Cergy-Pontoise ; Master 1 et 2 ; 3h)

(2013-14 ; Université de Lorraine ; Master 2 ; 6h)

Ces interventions visaient à sensibiliser les étudiants en journalisme aux enjeux du référencement sur Google et à leur donner des bases en matière d'optimisation pour les moteurs de recherche.

Faits sociaux et culture numérique (ISEG; Licence 1 ; 40h ; CM)

Le cours vise à donner aux étudiants les outils pour qu'ils puissent comprendre l'actualité et connaître quelques uns des débats qui animent le monde contemporain (économiques, politiques, sociaux, environnementaux, géopolitiques, techniques). Savoir décrypter les informations diffusées par les médias. Être capables d'extraire les idées clés d'un article ou d'un dossier. Appréhender les enjeux sociaux liés à la numérisation.

Veille et intelligence économique (ISEG ; Licence 3 ; 22 h ; CM)

Le cours a pour but de permettre aux étudiants une compréhension approfondie des enjeux et des outils de la veille et de l'intelligence économique. Maîtriser les outils de collecte et de traitement de l'information ainsi que certains outils de protection. Les

étudiants apprennent à procéder à un audit d'intelligence économique, et à utiliser *Twitter*, *Netvibes*, *Scoop It*, *TrueCrypt* et *CCleaner*.

Economie des médias (Sciences Com ; Master 1 ; 24h ; CM)

Le cours a pour but d'enseigner aux étudiants les grands principes de l'économie des médias et de la théorie des industries culturelles et médiatiques. Ils peuvent ainsi connaître les notions et les concepts nécessaires à la compréhension des évolutions du marché des médias dans un contexte d'internationalisation des réseaux, et comprendre les enjeux sociaux qui y sont associés.

Les publics des médias (Université Paris 2 ; Master 2 ; intervention : 3h)

L'intervention vise à sensibiliser les étudiants du cours du Master 2 Journalisme de l'Institut Français de Presse aux enjeux de référencement sur Google pour la presse en ligne, et à ce que certains outils de Google peuvent enseigner au sujet des lecteurs : notamment *Google Insights* et les outils d'analyse *backlinks*.

2012/2013

Actualités des médias et du numérique (Université Paris 2 ; Licence 3 ; 37h30 ; CM)

Le cours vise à donner aux étudiants les clefs de compréhension des grands débats concernant les médias et le numérique : la convergence, le pluralisme, les monopoles structurels, les aides à la presse, les systèmes applicatifs, la personnalisation (*Filter Bubble*), la neutralité, l'ouverture des données, *Wikileaks*, les *Anonymous*, le W3C, le HTML 5, la gouvernance du DNS, le journalisme de données, le piratage, les algorithmes, les *Content Delivery Networks*, la publicité en ligne, le droit d'auteur et le statut juridique des hébergeurs. Pour effectuer une veille tout au long du semestre sur ces sujets, un dispositif est construit avec les étudiants à partir des outils *Twitter* (pour récupérer et échanger des informations) et *Pearl Tree* (pour les archiver, les classer et les commenter).

Economie des médias (Université Paris 2 ; Master 2 ; intervention : 3h)

Cette intervention a pour but de présenter aux étudiants de l'Institut Français de Presse le modèle d'affaires de Google : la stratégie de diversification concentrique, *AdWords*, *AdSense*, *DoubleClick*, les effets de réseaux croisés et les questions que cela soulève en matière de régulation de la concurrence, d'évaluation et de partage des revenus.

Internet et société (Université Paris Nord ; Master 1 ; intervention : 3h)

Cette intervention vise à sensibiliser les étudiants au fonctionnement des moteurs de recherche et des réseaux sociaux, à l'utilisation faite des données des utilisateurs, et aux questions de la personnalisation des résultats et du pluralisme de l'information en ligne.

2011/2012

Actualités des médias et du numérique (Université Paris 2 ; Licence 3 ; 37h30 de CM)
Description ci-dessus.

2010/2011

Littérature (2010-1011 ; Management Institute of Paris ; 70h de cours magistraux)

Le cours vise à apprendre aux étudiants de première année du MIP à réfléchir aux débats du monde actuel à partir de la lecture de romans (6 ouvrages lus et commentés durant l'année).

Diplômes

- Doctorat ès Sciences de l'Information et de la Communication, laboratoire CARISM, Université Paris 2 Panthéon-Assas, mention très honorable avec félicitations, prix de thèse de l'Université Paris 2, Allocataire de recherche 2010-2013 (Ministère de l'Enseignement supérieur et de la recherche) et Moniteur (Institut Français de Presse).
- Master 2 Journalisme et Communication économique et sociale, Université Paris-Dauphine, Mémoire : « Les modes de financement des sites Internet d'information » (17/20).
- Bachelor en administration, spécialité « économie appliquée », HEC Montréal, Mention d'excellence.
- Baccalauréat Scientifique (Physique-Chimie), Lycée Fermat, Toulouse, Mention Bien.

Expériences professionnelles

Expériences professionnelles universitaires

Depuis Septembre 2017

Maître de conférences à l'Université Toulouse 1 Capitole
Co-responsable de l'Unité Régionale de Formation à l'Information Scientifique et Technique

Mars 2015 – Septembre 2017

Co-directeur des études (avec Bibia Pavard) de l'Institut Français de Presse (Paris 2)

Septembre 2014 – Septembre 2017

Maître de conférences à l'Université Panthéon-Assas, Paris 2, Institut Français de Presse

2013-2014

Post-doctorant à L'Ecole des Médias et du Numérique de la Sorbonne (Université Paris 1 Sorbonne) sous la direction de Joëlle Farchy (Paris 1, CNIL) et Cécile Méadel (Ecole des Mines de Paris)

2010-2013

Doctorant contractuel et chargé d'enseignements à l'Université Panthéon-Assas, Paris 2, Institut Français de Presse

Autres expériences professionnelles

2009-2010 : Chargé de projet chez *Wordappeal* pour le compte de GDF-Suez

2009 : Chargé de communication pour Bouygues Telecom

2008-2014

Editorialiste pour *L'Hérault de l'économie* (2008-2014)

Chroniqueur pour *Le Petit Niçois* (2008-2012)

2007

Journaliste stagiaire à *La Dépêche du Midi* (2007)