

# **Thèses CIFRE et contrats Post-doctoral proposés dans le cadre du pôle de recherche « Services Sciences » de France Télécom R&D- Juillet 2007**

**Les doctorants et post-docs seront rattachés au laboratoire SENSE « Sociology and Economics of Networks and Services » à Issy les Moulineaux.**

Important : Pour être pris en compte les dossiers de candidature (thèse et post-doc) doivent être envoyés directement aux contacts répertoriés **accompagnés impérativement d'une lettre de motivation, d'un projet de recherche écrit de 5 pages et d'un CV détaillé.**

## **1. Propositions de thèses**

### **1. Modèles et valeurs économiques de l'attention**

L'étude de l'attention humaine n'est pas nouvelle. Elle est au cœur de problématiques classiques, telles que l'attention dans l'activité (ergonomie: human-computer interactions ; sociologie du travail) ou la mesure et la monétisation des audiences (marketing ; sociologie des médias).

Ceci-dit, ces problématiques classiques sont renouvelées et mises à l'épreuve par des évolutions technologiques majeures, que l'on peut résumer en trois grandes tendances : i) la multiplication des objets communicants, leur utilisation croisée / simultanée / continue, et ceci de plus en plus dans des situations de mobilité, élèvent le risque de dispersion de l'attention, tout en offrant de nouvelles possibilités de gestion partagée de l'attention ; ii) la croissance exponentielle des volumes d'information, disponibles sur le web (sites web, Long Tail du commerce électronique, user-generated-content), stockés dans des bases de données et sur des Intranets, les flux d'information reçus au travail (en particulier par e-mail) font peser sur les individus un risque d'engorgement (information overload) tout en leur donnant la possibilité d'accéder en temps réel à des connaissances jusqu'ici insoupçonnées ; iii) l'enregistrement des traces d'usages et de profils permet d'améliorer singulièrement l'analyse (et la monétisation) des attentions distribuées, tout en faisant peser des risques sur la protection de la vie privée (privacy).

Paradoxalement, alors que l'on s'intéresse à l'économie de l'attention, l'économie comme discipline n'a que peu de choses à dire sur cet objet. L'attention devient un objet économique à partir du moment où l'on reconnaît que, du fait de la multiplication des sollicitations qui lui sont adressées (multiplication des informations disponibles, multiplication des canaux de communication), l'attention humaine devient une ressource rare qu'il convient d'allouer, individuellement et collectivement, de manière efficace [Simon, 1971]. Ceci-dit, l'attention est un produit bien plus abstrait et insaisissable qu'un bien ou un service marchand quelconque. Qui plus est, elle résiste très largement aux opérations de mesure et de quantification qui caractérisent les transactions sur la plupart des marchés.

Le concept d' "économie de l'attention" fait l'objet d'un intérêt croissant: des publications académiques (Goldhaber, 1997 ; Davenport et Beck, 2001; Lanham, 2006) sont reprises et

discutées dans la blogosphère (Nick Carr ; John Hagel ; Alex Iskold ; etc). Qui plus est, de nombreuses sociétés privées et associations (participant du mouvement du "web 2.0") s'approprient ce label pour proposer des services variés, allant du support cognitif à l'activité (attentions périphériques, recherche d'information) à la gestion de l'identité et de la privacy dans les univers numériques (AttentionTrust ; the Attention Company ; MyOpenID ; Ziki ; etc). Les sphères économiques et académiques s'hybrident très largement et participent conjointement à la construction d'un ou de plusieurs modèles économiques de l'attention.

L'enjeu de la thèse, qui consistera à explorer la diversité des modèles économiques de l'attention, est double : i) d'une part, explorer les fondements cognitifs et sociaux des modèles de l'attention et, ce faisant, de mettre en évidence ce qui les sépare ; ii) d'autre part, d'observer comment, concrètement, ces modèles sont implémentés pour devenir des modèles d'affaires (business models) potentiellement (mais parfois pas du tout) profitables

**Profil attendu** : Economie et sociologie économique ; économie des conventions ; économie cognitive et expérimentale.

**Contact** : Kevin MELLETT - Kevin.mellet(chez)orange-ftgroup.com

## **2. Convergence des télécommunications et des médias ? Les transformations des modes de production et de distribution des contenus audiovisuels.**

La numérisation des contenus suscite, en abaissant les barrières à l'entrée des différents points de la chaîne de valeur, une recomposition des modes de production et de distribution de contenus audiovisuels, industriels comme autoproduits. Les formats, les temporalités, les modes de rémunération des acteurs se trouvent remis en cause. L'objet de la thèse est de comprendre les réorganisations des secteurs économiques qu'entraîne la numérisation, en mettant l'accent sur le rôle de la régulation et de la construction de conventions et de standards. L'analyse pourra s'appuyer sur les outils de l'économie industrielle, de l'économie des conventions et de la sociologie économique.

La caractérisation de l'économie des contenus audiovisuels comme une économie de plateformes mettant en relation des agents économiques distincts (multi-sided markets) soulève ainsi des problèmes importants en matière de réglementation de la concurrence. La thèse pourra ainsi étudier ces enjeux à partir d'une analyse comparative des décisions juridiques des autorités de concurrence et de régulation dans différents pays et à différents niveaux de régulation (international, européen, national). L'accent sera mis sur les configurations d'acteurs qui construisent ces régulations, et sur les dispositifs qui les mettent en œuvre.

**Profil attendu** : sociologie économique

**Contact** : Jean-Samuel BEUSCART, jeansamuel.beuscart(chez)orange-ftgroup.com

## **3. Nouvelles formes de présence à distance : le cas de la messagerie instantanée sur mobile**

Le développement de la messagerie instantanée sur PC, en particulier des fonctions de gestion de présence, a introduit une nouvelle forme de présence que l'on peut qualifier d'*icônique*, qui n'est plus celle de la présence "physique" directement et mutuellement perceptible inhérente à l'interaction focalisée (visuelle ou auditive) : différents types d'"états" de présence permettent

ainsi aux individus de rendre visible en permanence, mais depuis un *seul* lieu (là où se trouve le PC) différents types d'informations sur eux-mêmes (activité, présence, etc.) via une diversité d'icônes matérialisant ces états. Ces informations sont sensés jouer le rôle d'indicateurs de la disponibilité à interagir. Avec le développement de l'IM sur mobile, il devient possible d'instaurer ce type de présence depuis n'importe quel lieu. Ce n'est donc plus seulement l'interaction focalisée qui est découplée de l'espace mais plus largement la présence (sur le réseau). Cette évolution pose toute une série de questions dont les réponses devraient nous éclairer sur les conséquences "sociales" émergentes et à venir de cette nouvelle forme de présence sur mobile et de façon plus générale de l'IM mobile, et aider ainsi à orienter les innovations futures : quelles sont les implications observables de l'IM mobile en matière de comportements, d'interactions, de coordination interindividuelle, de sociabilité, de participation à des collectifs ? Comment cet outil est utilisé pour établir des formes renouvelées de présence à distance ? Quelle place prend-il dans l'ensemble du répertoire des modes communicationnels - vocal et textuel, synchrone et asynchrone ? Dans quelle mesure ces nouveaux comportements redistribuent-ils l'articulation entre les interactions proximale (en face-à-face) et distale (médiatisée), entre l'utilisation des lignes mobile et fixe, entre les espaces public et privé ? De quelle manière la technique (interface, fonctionnalités) façonne les logiques d'utilisation des états de présence et le rapport à ce type de présence ? Les formes ou catégories de présence utilisées dans l'IM mobile sont elles identiques à celles de l'IM sur PC ? Y a-t-il des différences ? Le traitement de ces questions et celles qui émergeront au cours de la recherche de thèse s'appuiera sur le cas du service Windows Live Messenger d'Orange. Dans cette optique, différents types de données pourraient être exploitées (liste non exhaustive) : des enregistrements vidéo des utilisateurs en situation d'utilisation du service, des traces d'usages issues de sondes sur les terminaux, des données d'entretiens. Des comparaisons avec d'autres outils communicationnels, en particulier l'IM sur PC seront également menées, notamment pour traiter la question de l'articulation entre ces outils et l'IM sur mobile.

**Profil attendu :** Sociologie cognitive – Sociologie des Interactions. Une compétence en informatique et/ou statistique serait un plus.

Contact : Moustafa ZOUINAR - [moustafa.zouinar@orange-ftgroup.com](mailto:moustafa.zouinar@orange-ftgroup.com)

et Benoit LELONG – [benoit.lelong@orange-ftgroup.com](mailto:benoit.lelong@orange-ftgroup.com)

#### **4. Univers communautaires liés aux jeux en réseaux**

Les jeux vidéos en ligne introduisent de plus en plus d'outils pour la socialisation (messagerie instantanée, chat, répertoires d'amis et même conversation audio ou vidéo) au sein d'univers virtuels. On s'aperçoit dans le même temps que les joueurs décident d'étendre ces outils de socialisation hors de l'univers virtuel en utilisant des outils de mise en relation et de conversation universels (msn, téléphone, réunion physique) mais aussi des outils de création et de partage de contenus tels que les blogs, les forums etc... Cette porosité du jeu à la relation sociale fait parfois naître de véritables communautés qui partagent un imaginaire / une activité récurrente commune. Ce phénomène a transformé les jeux vidéos eux-mêmes qui n'utilisent plus la création de groupe uniquement comme moyen de réaliser une quête mais aussi comme fin en soi. La définition même de jeu vidéo en est remise en cause avec un déplacement vers des systèmes immersifs multi-acteurs qui n'ont plus de scénario : les utilisateurs créent le scénario / l'histoire. Le système propose uniquement des lois (mort du personnage, limites morales...) auxquelles les utilisateurs doivent adhérer. Récemment, le troc primitif existant

dans les jeux et systèmes immersifs s'est transformé en place de marché et est sorti des univers virtuels avec la conversion possible en monnaie réelle (Second Life et le Linden Dollar). Dans le même temps, on voit les modèles économiques des systèmes immersifs évoluer : investissement initial unique, abonnement mensuel, investissements progressifs selon la taille du monde ou encore selon la personnalisation de son personnage coexistent.

Cette thèse vise à comprendre l'évolution parallèle des modèles économiques et sociaux à l'intérieur des systèmes immersifs et hors de ces mondes à la fois sur le plan B2C et le plan C2C et la place des services de télécommunications dans l'articulation entre ces modèles, en particulier dans l'organisation de la gouvernance entre autorégulation des joueurs, régulation de l'éditeur et lois étatiques. L'étude comparera des systèmes très différents dans leurs usages de la relation sociale (Guild Wars vs Second Life), dans le raffinement de leurs interfaces et l'implication du joueur (cochonland vs World of Warcraft) ainsi que dans leur relation au monde réel et leurs modèles économiques.

**Profil attendu :** socioéconomie

**Contact :** Valérie BEAUDOUIN Valerie.beaudouin(chez)orange-ftgroup.com et Jean-Sébastien BEDO – jeansebastien.bedo(chez)orange-ftgroup.com

## **5. Typologie des formats relationnels et des situations de rencontres à partir des sites du web 2.0**

La dynamique qui s'est constituée sur les sites du web 2.0 invite à une lecture transverse des effets relationnels que les nouveaux services d'interactions ont sur les formes de la sociabilité et de la vie relationnelle des individus. Les travaux de sciences sociales (Danah Boyd, Barry Wellman, etc.) insistent sur le fait qu'un engagement fort dans les espaces relationnel modifie le nombre des contacts sociaux par les individus.

L'objet de la thèse est de proposer une analyse transverse de la manière dont les différents sites du web 2.0 à base relationnelle organisent et facilitent la mise en contact des personnes. L'hypothèse qui sera faite dans cette thèse est que selon les objectifs affichés du site, les choix d'interface et la disponibilité (ou l'indisponibilité) de certaines interfaces de dialogue, les formats de la mise en contact et de la rencontre sont sensiblement différents. Aussi sera-t-il nécessaire d'étudier, avec un même protocole d'enquête, des sites de natures très différents : des social media (par exemple : MySpace, Badoo), des sites de rencontres (par ex. : Meetic), des métaverse (par ex. : Second Life) et des sites territorialisés (par ex. : Peuplade). Dans chaque cas, on portera une attention spécifique à la constitution d'un réseau de contacts dans l'espace d'interaction numériques et dans la vie réelle afin de proposer une typologie des différents type de relation que peuvent supporter les plateformes d'interactions virtuelles.

**Profil :** sociologie des usages

**Contact :** Dominique CARDON - domi.cardon(chez)orange-ftgoup.com

## **6. Sociologie des interactions avec les automates dans le cadre de la relation de service**

Des « artefacts intelligents » équipent de plus en plus les relations de service : automates vocaux (SVI, serveur vocal interactif) dans les banques, entreprises et administrations, bornes automatiques de consultation et de vente (RATP, SNCF), caisses automatiques en supermarché. L'objectif de la thèse est d'élaborer et de mettre en œuvre un mode d'analyse

des relations, des formes d'interaction, de cohabitation et de collaboration entre les automates de différents types et les humains (en tant que clients et en tant qu'agents).

Ce travail de recherche prendra pour point de départ une série de questions :

Comment caractériser les échanges entre les personnes et les machines ? Par quelles procédures arrivent-elles à s'ajuster et accomplir une tâche commune, rendre/obtenir un service ?

Comment ces interactions prennent place dans l'ensemble de la relation de service ?

Quelles sont leurs conséquences pour l'organisation des activités des professionnels (qu'est-ce « qu'être à côté » d'un automate, expliquer son fonctionnement ou collaborer avec lui) et des clients (quelles transactions acceptent-ils d'avoir avec les automates, quelles transformations du rapport à l'entreprise ou à l'administration, quel lien entre la confiance dans la machine et la confiance dans l'organisation) ?

Comment retracer les liens entre la philosophie de conception et d'implémentation des automates et les usages observés ?

En prenant comme site d'investigation privilégié les modes d'interactions entre les humains (à la fois clients et agents) et les machines intelligentes, la thèse traitera empiriquement ces questions par la production de données variées : enregistrements vidéo et observations ethnographiques des interactions avec et autour les automates, entretiens, analyse d'archives.

**Profil attendu :** sociologie pragmatique, sociologie des interactions et des activités, sociologie des techniques

**Contact :** Julia VELKOVSKA - [julia.velkovska@orange-ftgroup.com](mailto:julia.velkovska@orange-ftgroup.com)

## **7. Vie de quartier et innovation high tech (wifi, RFID, geoloc, animation de vie de quartier) : le cas de Quartier Numérique, projet Silicon Sentier**

Dans un contexte d'accélération du rythme des innovations, la question de leur appropriation et diffusion devient centrale. L'offre est en croissance forte face à une demande contrainte par la capacité d'attention des consommateurs. Dans différentes villes du monde se mettent en place des laboratoires in vivo d'expérimentation qui couvrent des villes ou quartiers. Ces villes numériques et augmentées, équipées le plus souvent en haut débit (libérées donc de la contrainte de l'accès), deviennent des lieux de test et d'analyse des nouveaux usages tant résidentiels que professionnels.

A Paris, le projet Quartier Numérique, lancé et coordonné par Silicon Sentier, réseau de jeunes entreprises, couvre le 2ème arrondissement. En offrant des accès Wi-Fi en dehors de chez soi, il vise à stimuler l'appropriation de nouveaux services, à proposer de nouveaux usages, à créer de nouvelles formes de liens entre voisins, commerçants et autres entreprises et associations du quartier.

Un écosystème complexe comprenant des accès réseau wifi, des offres de services, des animations de quartier et virtuelles est mis en place par le projet.

L'objectif de la thèse visera à analyser le fonctionnement de cet écosystème en suivant les différents types d'acteurs (habitants, commerçants, entreprises...). Le candidat cherchera à comprendre comment se constituent de nouvelles formes de liens dans cet environnement y

compris de nouveaux usages, comment se co-construisent et diffusent les innovations et comment se transforme le rapport à la vie de quartier, le rapport de l'entreprise à ses "clients" ? Une attention particulière sera accordée au portail de Quartier Numérique tant du côté de la conception dans un premier temps (agrégation de nombreux acteurs) que du côté des usages (dans un second temps).

**Profil attendu:** sociologie des usages. Des compétences en analyse ethnographiques et/ou en traitement de données seront nécessaires.

**Contact :** Valérie BEAUDOUIN - Valerie.beaudouin(chez)orange-ftgroup.com

## **8. Les indépendants dans l'économie numérique**

La transformation des conditions d'exercice du travail indépendant est un des changements annoncés avec l'avènement d'une économie intégrant fortement les technologies d'information et de communication. Dans certains business model projectifs envisagés au tournant des années 2000, le travailleur indépendant fait figure de précurseur au sein d'une économie rendue plus flexible par les réseaux électroniques: il utilise le net comme vitrine pour afficher ses prestations et mettre en œuvre le e-commerce, il y trouve des clients avec lesquels il passe des contrats, il y recherche des partenaires avec lesquels il s'associera pour des projets de courte durée, il utilise l'univers informationnel ouvert du web pour renouveler ses compétences et les ajuster au mieux aux besoins du marché.

Le recul du temps permet d'apprécier le caractère plus ou moins fécond de ces hypothèses. D'une part en effet, la pénétration des NTIC chez les petits professionnels est désormais réelle et internet et la téléphonie mobile sont entrés dans le quotidien de la plupart d'entre eux. Mais d'autre part, les domaines dans lesquels leur impact s'approche du schéma futuriste envisagé sont très restreints et renvoient à des activités ou des profils d'indépendants fortement inscrits dans les métiers de l'internet eux même: développeurs, consultants en communication, spécialistes du commerce électronique etc. L'analyse économique et sociologique fournit des raisons très diverses pour expliquer cette intégration limitée des petits professionnels dans l'économie numérique: le caractère souvent peu tangible de la profitabilité des technologies pour des acteurs économiques qui ne peuvent se permettre des investissements sans retour; la prégnance des réseaux informels et de l'environnement de proximité dans l'organisation des échanges, limitant de facto l'intérêt de recourir à internet pour rechercher des partenaires et des clients; l'absence de recoupement entre les pratiques numériques et le cœur de métier pour de nombreux petits professionnels; l'extrême faiblesse des ressources, en temps et en argent, disponibles pour procéder à l'appropriation des technologies et de leurs possibilités...

Pour autant, le contexte actuel pourrait se montrer favorable pour des évolutions face à cette situation. La généralisation du haut débit et son déploiement actuel sur les supports mobiles font clairement disparaître des freins potentiels dans l'accès et le traitement de l'information issue d'internet; la baisse des coûts des ordinateurs portables tend à rendre de plus en plus accessible l'informatique connectée en mobilité, une ressource importante pour des indépendants qui sont souvent soumis à une activité mobile, et qui cherchent à organiser au mieux les liens entre vie privée et vie professionnelle; les services et pratiques communautaires de "deuxième génération" sous leurs diverses formes (blogs, outils web 2.0, social networking) sont susceptibles de reformuler la problématique de la contribution d'internet à la mise en œuvre de coopération et d'alliances pour des travailleurs indépendants...

L'objectif de la thèse proposée sera d'analyser les effets de ces transformations, portant à la fois sur les technologies et sur l'offre de service, sur l'insertion des indépendants dans l'économie numérique. Il s'agira à la fois de percevoir les pratiques les plus innovantes en émergence, de caractériser les dynamiques d'évolution des pratiques, et de procéder à un repérage et à une analyse des verrous à lever de façon à favoriser l'appropriation des technologies numériques sous leurs diverses formes. La thèse contribuera à la connaissance des conditions de pénétration de services à valeur dans la population des professionnels. L'hypothèse qui est faite est celle d'une forte dépendance des schémas d'appropriation en fonction des écosystèmes informationnels et relationnels dans lesquels s'inscrivent les indépendants, et le travail empirique mis en œuvre intègrera donc la nécessité d'explorer de façon approfondie des dynamiques sectorielles. Le travail de thèse pourrait s'organiser en trois étapes: dans un premier temps, un repérage transverse portant sur à la fois sur l'offre et sur les pratiques innovantes chez les indépendants; dans un second temps une série d'enquêtes portant sur 5 métiers ou secteur d'activités représentant des écosystèmes relationnels et informationnels contrastés pour le travail indépendant; dans un troisième temps une cartographie plus quantitative permettant de généraliser les dynamiques mises en évidence par les enquêtes qualitatives

**Profil attendu** : sociologie de l'entreprise – sociologie économique

**Contact** : Alexandre MALLARD - alex.mallard(chez)orange-ftgroup.com

## **2. Propositions de Post-doc (1 an)**

### **1. Quels usages des données de contexte « automatiques » et « personnalisées » dans la gestion de l'attention des individus ?**

Dans la mouvance des web 2.0, un certain nombre de services permettent aux individus de gérer leurs disponibilités en rendant publiques certaines informations les concernant (géolocalisation, « message perso » de msn par exemple). Ces informations définissent des « formats d'engagement » des individus dans une activité ou une relation et sont utiles à la coordination. Couplées ou détournées, ces attentions sont aujourd'hui la source de toute une série d'innovations dont la figure emblématique est Twitter. Mais il existe de nombreux sites inspirés de ces principes : plazes, jaiku, dodgeball, frazr que l'on qualifie parfois de plateforme de microblogging. Certaines informations sont formatées et enregistrées automatiquement (géolocalisation, horodatage, état du téléphone portable, occupation dans le calendrier, etc..) d'autres sont personnalisées et délivrées directement par les personnes (messages « d'état », humeurs, etc.). Les individus peuvent ainsi rester connectés en permanence avec leurs proches tout en délivrant des informations codifiées permettant de les renseigner sur leurs activités, d'anticiper leurs « niveaux » d'attention, et de choisir le format d'interaction adéquat aux « états » affichés par les personnes (par exemple pas de sms si je conduis ou pas de téléphone si je suis en réunion). L'ensemble de ces informations ne font pas l'objet du même traitement interprétatif de la part des individus. Le but de ce post-doc sera de réaliser un dispositif d'enquête sur l'ensemble ou certains de ces services en couplant ethnographie et analyse des interactions avec un dispositif de recueil de données auprès des utilisateurs volontaires (par exemple sondes sur mobile ou sur pc) de manière à confronter les usages des traces et leurs contextes interprétatifs.

**Profil attendu :** sociologie des interactions, sociologie cognitive. Une compétence en informatique permettant de coupler une analyse ethnographique avec un dispositif innovant de suivi des usages (sonde), serait un plus.

**Contact :** Emmanuel KESSOUS - emmanuel.kessous(chez)Orange-ftgroup.com

## **2. analyse des communautés en ligne (sites musicaux)**

Le post-doctorat porte sur l'analyse et l'interprétation des comportements au sein des communautés en ligne caractéristiques du Web 2.0 : dynamiques d'évolution des usages des services, structuration des interactions, détection et qualification des communautés et des audiences, interactions entre les communautés d'utilisateurs et les gestionnaires des plateformes, formes de professionnalisation de "l'animation" des communautés.

Le travail s'appuiera sur les données issues de plusieurs sites User Generated Content, consacrés en particulier à la musique. Outre une supervision statistique de l'évolution des sites, l'étude pourra porter sur la sociabilité au sein de ces sites, sur les formes de régularité dans les comportements de contribution, sur la description des réseaux de contributeurs, et sur le rôle des modérateurs. Le post-doctorant participera également à la réalisation d'un outil de suivi semi-automatisé de ces communautés.

**Profil attendu :** sociologie économique + compétences informatiques

Le profil du candidat idéal est celui d'un docteur en informatique ou mathématiques (ou d'un ingénieur) ouvert aux sciences sociales, alliant à des compétences mathématiques et informatiques une compréhension des logiques sociales à l'œuvre sur Internet. Les profils symétriques (sociologues, anthropologues, économistes ayant une compréhension fine de l'informatique et de l'Internet) seront également considérés avec grand intérêt. Une compréhension des processus de production et/ou de consommation musicale est bienvenue.

**Contact :** Jean-Samuel BEUSCART, jeansamuel.beuscart(chez)orange-ftgroup.com

## **3. Usages de Second Life.**

L'étude consistera à explorer la diversité des pratiques et des usages de Second Life en déployant des techniques d'analyse issues de l'ethnographie, de la sociologie des usages et de la statistique. Elle vise à mettre en valeur les différentes formes d'activités et de relations dans ce monde virtuel en portant une attention spécifique à la vie de quelques îles.

**Profil :** ethnographie, sociologie des usages + compétences statistiques.

**Contact :** Dominique CARDON - domi.cardon(chez)orange-ftgroup.com

## **4. Comment opérer un contrôle parental dynamique sur Internet et plus particulièrement les sites communautaires ?**

Les enfants et adolescents ont des pratiques intensives et innovantes d'acquisition, d'utilisation et d'échange des contenus numériques. Ces usages leur ouvrent des passerelles inédites vers les groupes de pairs et vers le monde adulte. Ils accompagnent une recomposition des formes de construction identitaire de l'enfant, et du contrôle par les parents de ses activités relationnelles et médiatiques. Les recherches post-doctorales proposées porteront sur

l'évolution des formes de contrôle parental dans un contexte d'évolution technologique accélérée : nouveaux dispositifs de publication en ligne, accès à internet par téléphone mobile, outils d'authentification et d'anonymisation, etc... Une attention particulière sera accordée aux différences de pratiques et de compétences selon les contextes familiaux, sociaux et nationaux.

**Profil** : ethnographie, sociologie des usages et de la famille, statistique.

**Contact** : Benoit LELONG- [Benoit.lelong\(chez\)orange-ftgroup.com](mailto:Benoit.lelong(chez)orange-ftgroup.com)