

Arnaud MERCIER

Professor

University Paris 2 – Assas

Arnaud.mercier@u-paris2.fr



PhD in political science, Professor of information and political communication at the university Paris 2 – Assas since September 2015. President and chairman of the board of the website *TheConversation France* June 2015-end of 2018. Scientific Delegate to the French High Council for the Evaluation of Research (HCERES) for communication and media studies since 2016.

I conduct researches on journalism, social media in electoral context and political communication. I recently published in codirection *Political Campaigning on Twitter: the EU Elections 2014 in the digital public sphere*, Peter Lang, 2016 or *La communication politique*, CNRS éditions, 2017, *#info. Commenter et partager l'actualité sur Twitter et Facebook*, Paris, Éditions de la Maison des sciences de l'homme, 2018 ; « Fake news et postvérité : 20 textes pour comprendre et combattre la menace », e-book de *TheConversation*, juin 2018.

SPECIALIZATIONS

Social media ; Fake News ; Sociology of Journalists ; Digital journalism ; Political communication ; War and media ; Political satire ;

DIPLOMAS

2003: « Habilitation à diriger les recherches » (certified PhD supervisor), in information and communication sciences. University Paris X – Nanterre.

1994: PhD and « Habilitation à diriger les recherches » in political science, Institut d'études politiques de Paris.

1989: Graduated from the Institut d'études politiques de Paris, Valedictorian laureate.

CAREER & RESPONSABILITIES

Since September 2018, Deputy Dean and Head of Information Communication Bachelor of Arts at the French Press Institute, university Paris Assas.

From 2014 to 2017, I run a project funded by the National Research Agency (300 000€), the research program entitled : *Flow of information through social media*.

The purpose of this research project is to study the upstream journalistic writing practices and innovative forms of action and self-presentation of editors and journalists on social networks, as well as new social practices and behaviors of Internet users, made of process times, reappropriation,

comments and (re) circulated information ... via social networks & media.

I also do research on the political uses of Twitter : studying the uses of Twitter by French citizens during the 2012 presidential campaign, creating a barometer of the tweet-campaign during the March 2014 municipal elections with French national radio (France Info), and participating in a comparative European project on the use of Twitter by the candidates in the European elections of May 2014 (TEE2014).

2004-2006: director of the CNRS Laboratory "Communication and Politics"
2005-2015: Professor of information and communication sciences, university of Lorraine
2006-2013: assistant professor at the Faculty of Economics and Social Sciences of the University of Geneva for the Master of Communication and Media Studies
1996-2005: assistant professor of Political science, University of Nice

A SELECTION OF PUBLICATIONS

- Morin C., Mercier A., Atlani-Duault L., « Text–Image Relationships in Tweets: Shaping the Meanings of an Epidemic », *Societies*, 9 (1), 2019, 12p.
- Morin C, Bost I, Mercier A, Dozon J, Atlani-Duault L. Information Circulation in times of Ebola: Twitter and the Sexual Transmission of Ebola by Survivors. *PLOS Currents Outbreaks*. 2018 Aug 28. Edition 1, 15p.
- Mercier A, Pignard-Cheynel N. (dir.), *#info. Commenter et partager l'actualité sur Twitter et Facebook*, Paris, Éditions de la Maison des sciences de l'homme, 2018.
- Mercier A. (dir.) « Fake news et post-vérité : 20 textes pour comprendre et combattre la menace », ebook for TheConversation, [juin](#) 2018.
- Mercier A, Maarek P. (dir.) *2017 : la présidentielle chamboule-tout. La communication politique au prisme du dégagisme*, Paris, L'Harmattan, 2018.
- Mercier A., « Campagne électorale, dérision politique et réseaux sociaux numériques : l'ère de la 'démocratie' », in Mercier A, Maarek P. (dir.) *2017 : la présidentielle chamboule-tout. La communication politique au prisme du dégagisme*, Paris, L'Harmattan, 2018, p. 193-220.
- Compagno D., Mercier A. Mésangeau J., et Chelghoum K., « La reconfiguration du pluralisme de l'information opérée par les réseaux sociaux numériques », *Réseaux*, n°205, 2017, p. 91-116.
- Mercier A., « Contestation et manipulations électorales en 140 signes », in Perrineau P. (dir.), *Le vote disruptif, les élections présidentielle et législatives de 2017*, Paris, Presses de Sciences-Po, 2017, p. 115-128. (co-editor) *Political Campaigning on Twitter: the EU Elections 2014 in the digital public sphere*, Peter Lang, 2016.
- Mercier A. « Twitter as a Counter Public Sphere. Polemics in the Twittersphere during French Electoral Campaigns », in: Alex Frame & Gilles Brachotte (eds.), *Citizen Participation and Political Communication in a Digital World*, Londres, Routledge, 2016, p. 139-152.
- Mercier A. « Commenter l'information sur Twitter avec des émoticônes : de l'expression des émotions aux jugements de valeurs », Colloque international, « Médias numériques & Communication électronique », 1-3 juin, université du Havre, 2016, p. 573-588.
- Mercier A. « Twitter, espace politique, espace polémique. L'exemple des tweet-campagnes municipales en France (janvier-mars 2014) », *Les Cahiers du numérique*, vol.11 (4), automne 2015, p.145-168.
- L. Atlani-Duault, A. Mercier, C. Rousseau, J.P. Moatti « Blood libel rebooted: Traditional scapegoats, online media, and the H1N1 epidemic », *Culture, Medicine and Psychiatry*, online October 2014, paper March 2015.
- Mercier A. « Comprendre le traitement médiatique du 'printemps arabe' à l'aune de la newsworthiness », in Guaaybess T. (dir.), *Cadrages journalistiques des « révolutions arabes » dans le monde*, Paris, L'Harmattan, 2015, p. 47-67.
- Mercier A. « Twitter l'actualité : usages et réseautage chez les journalistes français », *Recherches en communication* (Louvain), n°39, Nov 2014, p. 111-132.
- A. Mercier, N. Pignard-Cheynel), « Mutations du journalisme à l'ère du numérique : un état des travaux », *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, n°5, 2014, p.
- Mercier A. « Avènement du Twiléspectateur et hashtags contestataires, faits marquants de la

campagne sur les réseaux socionumériques », in Philippe Maarek (dir.), *P Présidentielle 2012 : une communication politique bien singulière*, Paris, L'Harmattan, 2013, p.165-200.

Mercier A. (direction) *Médias et opinion publique*, Paris, CNRS éditions, 2012.

Mercier A. « The Media and searching for political information », in Rouban L. & Perrineau P. (Eds), *Politics in France and Europe*, London: Palgrave, 2009, p.143-166.