

BIBLIOGRAPHIE

PUBLICATIONS

- **BAKSHY Eytan**, “Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook”, *Science*, Vol. 348, Juin 2015

- **BENGHOZI Pierre-Jean, LYUBAREVA Inna**, “La presse française en ligne en 2012 : modèles d'affaires et pratiques de financement”, *Ministère de la Culture - DEPS*, 2013

- **BOURE Robert, SMYRNAIOS Nikos**, “L’infomédiation de l’information en ligne. Le cas des filiales françaises de Google et Yahoo, Document numérique et société, Sep 2006

- **CAGE Julia**, Sauver les médias : Capitalisme, financement participatif et démocratie, Paris, Seuil, coll. “La république des idées”, 2015

- **CARDON Dominique**, A quoi rêvent les algorithmes. Nos vies à l’heure des big data, Paris, Seuil, coll. “La république des idées”, 2015

- **CARDON Dominique**, "Dans l'*esprit* du Page Rank: enquête sur l'algorithme de Google", *Réseaux*, n° 177, 2013

- **JEANNEREY Jean-Noël**, Une Histoire des médias. Des origines à nos jours, Seuil, 2015

- **PARISER Eli**, “The Filter Bubble: How the New Personalized Web Is Changing What We Read and How We Think”, New York, *Penguin Press*, mai 2011

- **SCHERER Eric**, “Logiciels, algorithmes, robots : journalisme automatique”, *Meta-Media*, n°8, 2014 - 2015

- **SIRE Guillaume**, “La production journalistique et Google : chercher à ce que l’information soit trouvée”, Thèse de doctorat en Sciences de l’information et de la communication sous la direction de Nathalie Sonnac, Paris 2, 2013

- **SMYRNAIOS Nikos**, “L’industrie de l’éphémère. Emergence et consolidation de modèles diversifiés de production et de diffusion de

l'information en ligne", Thèse de doctorat en Sciences de l'information et de la communication sous la direction de Isabelle Pailliant, Université Stendhal Grenoble 3, 2005

– **ZAGAROLI LAURENT**, "Quels nouveaux business models pour la presse et l'édition?", 2009

– **ZOUARI Khaled**, "La presse en ligne : vers un nouveau média ?", *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 2007

RAPPORTS

– "Ambition numérique : pour une politique française et européenne de la transition numérique", **Rapport CNNum remis au Premier Ministre**, Juin 2015

– **CHARON Jean-Marie**, "Presse et numérique : l'invention d'un nouvel écosystème", Juin 2015

– [Reuters Digial News Report](#), 2015

ARTICLES :

Chapitre I : La presse, une industrie en crise

– Doctor K., "[In the platform wars, how well are you armed?](#)", Nieman Journalism Lab, publié le 29.04.2016

– Smith G., "[Newspapers Gobble Each Other Up to Survive Digital Apocalypse](#)", Bloomberg.com, publié le 29.03.2016

– Ananny M., "[It's time to reimagine the role of a public editor, starting at The New York Times](#)", Nieman Lab.org, publié le 17.03.2016

– Jaimes N., "[Plateformisation des médias : les éditeurs doivent-ils s'inquiéter ?](#)", Journal du Net, publié le 02.03.2016

– Couve P., "[Plateformisation », l'autre nom de la fin des médias \(tels que nous les connaissons\)](#)", Mediacademie.org, publié le 23.02.2016

– Balle F., "[La presse française depuis 1631](#)", Ina Global.fr, publié le 24.09.2013

Chapitre II : Internet, l'illusion du gratuit

- Piquard A., "[Emily Bell : « les réseaux sociaux sont plus puissants que les médias »](#)", Lemonde.fr, publié le 19.03.2016
- Loulidi N., "[Les médias sociaux sont-ils déjà le premier levier marketing ?](#)", Siècle Digital.fr, publié le 29.02.2016
- Smyrnois N., "[Quand l'oligopole de l'internet courtise les éditeurs de presse](#)", Ina Global.fr, publié le 10.11.2015
- Bell E., "[The Rise of Mobile and Social News - and What it Means for Journalism](#)", Reuters Digital News Report, 2015
- Scherer E., "[Logiciels, algorithmes, robots : journalisme sous influence](#)", Meta-Media.fr, publié le 09.11.2014
- "[Les recettes publicitaires ont encore baissé pour les médias](#)", Challenges, publié le 17.03.16

Chapitre III : Google ou la hiérarchisation de l'information en ligne

- Marshall J., "[Google Tests Feature That Lets Media Companies, Marketers Publish Directly to Search Results](#)", WSJ.com, publié le 28.04.2016
- Berrod N., "[Médias : quels types de projets soutient Google ?](#)", LesEchos.fr, publié le 25.02.2016
- Legrand D., "[AMP, DNI et Project Shield : Google veut accélérer, financer et protéger la presse](#)", NextImpact.com, publié le 25.02.2016
- Ducourtieux C., "[L'opération séduction du patron de Google en France troublée par ses démêlés fiscaux](#)", Lemonde.fr, publié le 25.02.2016
- D'Astier F., "[Sundar Pichai : "Google et les médias doivent partager le savoir"](#)", Lepoint.fr, publié le 25.02.2016
- Le Roy S., "[Google news perçu comme un media d'actualité](#)", l'ADN.eu, publié le 26.01.2016

- Escande P., “[Dominique Cardon : « Google impose un monde »](#)”, Lemonde.fr, 19.12.2015
- “[Avec News Lab, Google fait du pied aux journalistes](#)”, Journal du Geek.com, publié le 23.06.2015
- Worstall T., “[If Google News is worth \\$100 Million then why can't Google pay the newspaper publishers?](#)”, Forbes.com, publié le 14.12.2014
- [How does Google make money : the most expensive keywords in Google AdWords](#)
- Chiffres [SimilarWeb](#), 2016
- [Nouvel algorithme Google : qu'est ce qui va changer ?](#), publié le 1.06.15

Chapitre IV : Aider / Soutenir la presse / Qui aide la presse ?

- Filloux F., “[Julia Cagé's Kolkhoz Media Dream](#)”, Monday Note.com, publié le 10.04.2016
- “[Journalisme et financement participatif : retour sur l'étude du Pew Research Center](#)”, journalistemasque.over-blog.com, publié le 04.02.2016
- Steiwer N., “[Concurrence, droit d'auteur, données personnelles... L'Allemagne s'attaque à Facebook sur tous les fronts](#)”, L'Usine Digitale.fr, publié le 02.03.2016
- Lacour J.P., “[Facebook dans le collimateur de l'office anti-cartel allemand](#)”, Les Echos.fr, publié le 02.03.2016
- Bilton R., “[In battle with Google and Facebook, more publishers join forces](#)”, Digiday.com, publié le 29.02.2016
- Sénéjoux R., “[Pour le SNJ, «la loi sur l'indépendance des médias n'est qu'un écran de fumée»](#)”, Telerama.fr, publié le 24.02.2016
- Pépin G., “[Où va l'Open Internet Project ?](#)”, NextImpact.com, publié le 27.01.2016
- Champeau G., “[Le patron de l'Arcep veut un front européen contre Google & Co](#)”, Numerama.com, publié le 21.05.2015

- Communiqué du SPIIL, "[Fonds Google : conflits d'intérêt et distorsion de concurrence](#)", publié le 19.09.2013

Chapitre V : Facebook, le réseau social de l'info

- Nunez M., "[Former Facebook Workers: We Routinely Suppressed Conservative News](#)", Gizmodo.com, publié le 09.05.2016
- Heine C., "[Facebook Is Teaming With DigitasLBI to Create a Brand-Friendly Live Morning Show](#)", Adweek.com, publié le 05.05.2016
- Benton J., "[Here are the important announcements for publishers at Facebook's F8 keynote](#)", NiemanLab.com, publié le 12.04.2016
- Raymond J.L., "[Facebook, premier média de France](#)", Frenchweb.fr, publié le 18.03.2016
- Efrati, Amir, "[Facebook Struggles to stop decline in "original" sharing](#)", publié le 7 avril 2016
- Scherer E., « [Facebook est devenu le kiosque mondial de l'information](#) », Le 1 hebdo, n°97, publié le 09.03.2016
- Bell E., "[Facebook is eating the world](#)", [Columbia Journalism Review.org](#), publié le 07.03.2016
- Marshall J., "[Facebook's Instant Articles advertising fixes win over publishers](#)", WSJ.com, publié le 11.02.2016
- Jaimes N., "[Avec Audience Network, Facebook va mettre la main sur la pub mobile](#)", Journal du Net.com, publié le 08.02.2016
- Bilton R., "[In search of Facebook love, publishers form link-sharing pacts with each other](#)", Digiday.com, publié le 04.02.2016
- Schmelck C., "[Facebook, la fin de la presse en ligne ?](#)", Meta Media.fr, publié le 23.01.2016
- Lachnitt C., "[Facebook : les médias qui ont aimé "Instant Articles" vont adorer Messenger](#)", Superception.fr, publié le 21.01.2016
- Oremus W., "[Who controls your Facebook feed](#)", Slate.com, publié le 03.01.2016

- Hazard Owen L., “[Facebook woos journalists with Signal, a dashboard to gather news across Facebook and Instagram](#)”, NiemanLab.com, publié le 17.09.2015
- Piquard A., “[Facebook devient hébergeur d’articles de presse](#)”, Lemonde.fr, publié le 13.05.2015
- Legrand D., “[Facebook, son kiosque et la presse : et si le pire était encore à venir?](#)”, Next Impact.com, publié le 28.03.2015

Chapitre VI : Le mobile, le nouveau support ?

- Hazard Owen L., “[Good news, publishers: People will read your long stories on their phones \(for two minutes, anyway\)](#)”, NiemanLab.org, publié le 05.05.2016
- Bureau P., “[Les enjeux sur mobile : Google AMP, Facebook Instant Articles et Apple News](#)”, EconomieMatin.fr, publié le 02.03.2016
- Jaimes N., “[C’est officiel, les Français sont désormais mobile first](#)”, JournalduNet.com, publié le 25.02.2016
- Perpere D., “[The Guardian innove avec un format court | Medialism](#)”, Medialism.info, publié le 12.02.2016
- Radcliffe D., “[Trends in global advertising revenues and media consumption : 8 essential charts](#)”, The Media Briefing.Com, publié le 08.02.2016
- “[Médias d’information: où sont les jeunes?](#)”, Ina.fr, publié le 05.02.2016
- Becquet N., “[L’info et les jeunes : le grand malentendu](#)”, Mediatype.be, publié le 24.01.2016
- Offre Media, “[30% de l’audience de la presse d’actualité se fait sur smartphone](#)”, Journal du Net.com, publié le 18.12.2014

Chapitre VII : Désintermédiation de la presse

- Kafka P., “[The New York Times May Make It Harder to Use Facebook and Twitter to Jump its Paywall](#)”, Recode.net, publié le 28.03.2016
- Southern L., “[For France's Libération, Facebook Instant Articles drives a 30 percent increase in time spent](#)”, Digiday.com, publié le 23.03.2016
- Mettout E., “[Instant Articles, AMP, Apple News: pourquoi nous n'avons pas le choix](#)”, L'Express.fr, publié le 19.02.2016
- Lichterman J., “[Facebook announces a WordPress plugin that lets publishers easily create Instant Articles](#)”, NiemanLab.org, publié le 07.03.2016
- Champeau G., “[Google AMP, ou quand notre impatience menace le Web ouvert](#)”, Numerama.com, publié le 25.02.2016
- Legrand D., “[Instant Articles sera accessible à tous les éditeurs dès le 12 avril](#)”, Next Inpact.com, publié le 18.02.2016
- Jacques G., “[Instant Articles : « la multiplication des points de contact, une réalité des éditeurs »](#)”, Infopresse.com, publié le 17.02.2016
- Legrand D., “[AMP, Apple News, Facebook Instant Articles : les plateformes de diffusion de l'info avancent](#)”, Next INpact.com, publié le 02.02.2016
- Hufnagel J., “[Sur Facebook, “Libé” se lit via Instant Articles](#)”, Libération.fr, publié le 29.01.2016
- Rochegonde A., “[Pour ou contre Instant Articles ?](#)”, Stratégies.fr, publié le 03.12.2015
- Filloux F., “[How Facebook and Google Now Dominate Media Distribution](#)”, Monday Note.com, publié le 19.10.2014
- Rebillard F., “[Les intermédiaires de l'information en ligne](#)”, InaGlobal.fr, publié le 19.08.2010

Chapitre VIII : (Re)monétiser l'information

- Plouzennec F., “[Médias, et si vous exploitiez vos statistiques de fréquentation?](#)”, Médiacadémie.org, publié le 28.03.2016

- Novet J., “[Facebook introduces daily video metrics for publishers](#)”, VentureBeat.com, publié le 24.03.2016
- Benton J., “[Expanding Apple Pay to websites could help solve a problem for news orgs seeking subscribers on mobile](#)”, NiemanLab.org, publié le 24.03.2016
- Lichterman J., “[Testing its pay-per-article model in English. Blendle launches in the United States with 20 publishers](#)”, NiemanLab.org, publié le 23.03.2016
- Madelaine N., “[CCM Benchmark se pose en rival de Facebook sur le marché français de la publicité en ligne](#)”, LesEchos.fr, publié le 18.03.2016
- Barr J., “[Publishers Asked to Pay Up for Distributed Platform Tracking](#)”, AdAge.com, publié le 02.03.2016
- Madelaine N., “[La presse veut apprendre à choyer ses lecteurs les plus rentables](#)”, LesEchos.fr, publié le 01.03.2016
- Southern L., “[Inside Axel Springer’s answer to Facebook’s Instant Articles](#)”, Digiday.com, publié le 24.02.2016
- Jaimes N., “[Attribuer aux éditeurs leur audience sur Instant Articles ? C’est non !](#)”, JournalduNet.com, publié le 19.02.2016
- Durel J., “[Facebook voudrait mettre de la publicité "sollicitée" dans Messenger](#)”, CNET France.fr, publié le 19.02.2016
- Alexandre Piquard, [Le Figaro frappe un grand coup dans le numérique](#), Le Monde, 01.10.2015

Chapitre IX : l’Adblocker, l’ennemi commun ?

- Mettout E., “[Bloquer les adblockers, et après?](#)”, Lexpress.fr, publié le 08.04.2016
- Legrand D., “[Bloqueurs de publicité : la contre-attaque des membres du GESTE est lancée](#)”, Next INpact, publié le 21.03.2016
- Jaimes N., “[Anti-adblocking : la riposte des éditeurs étrangers a-t-elle payé ?](#)”, JournalduNet.com, publié le 18.03.2016

- Bell E., “[As publishers lose control, are newspaper websites a dead parrot?](#)”, The Guardian.com, publié le 21.02.2016
- Tournery M., “[Les réseaux sociaux se lancent dans l'info](#)”, Kantar.com, publié le 17.12.2015
- [Le profil des utilisateurs d'adblocks en France](#), Ipsos, 09.03.2016
- [Semaine sans adblocks : bilan très positif pour les éditeurs](#), GESTE, 11.04.2016
- [Snapchat Discover One Year Later: How 23 Media Companies Are Building Stories For Evan Spiegel](#), Kerry Flynn, International Business Times, 27.01.2016