

•
Une équipe de juristes spécialisés

- [Présentation](#)
 - [Lettre d'information](#)
- [Activités](#)
 - [Colloques](#)
 - [Séminaires](#)
 - [Conférences](#)
 - [Publications](#)
 - [Thèses](#)
- [Axes de Recherche](#)
 - [Axe 1 : Espace\(s\)](#)
 - [Axe 2 : Territoire\(s\)](#)
 - [Axe 3 : Culture\(s\)](#)
 - [Axe 4 : Communication\(s\)](#)
- [Ressources](#)
 - [SPACE LEGALTECH](#)
 - [Veille scientifique](#)
 - [Centre de documentation](#)
 - [Mémoires](#)
- [Formation](#)
 - [Master mention Droit Public parcours Droit Public Général](#)
 - [Master mention Droit Public parcours Droit Public des Affaires](#)
 - [Master mention Sciences Politiques parcours Relations Internationales et Politiques de Sécurité et de Défense](#)
 - [Master mention Droit du Numérique parcours Droit des Médias et de la Communication](#)
 - [Master \(2ème année\) mention Information, Communication parcours Administration et Gestion de la Communication \(AGCOM\)](#)
 - [Master \(2ème année\) mention Information, Communication parcours Administration et Communication des Activités Culturelles \(ACAC\)](#)
- [Membres](#)
 - [Enseignants-Chercheurs](#)
 - [Professeurs Associés](#)
 - [Doctorants](#)
 - [Professeurs Emérites](#)

Vous êtes ici : [Accueil](#) > [Activités](#) > [Publications](#) > [Ouvrages](#)

Google, la presse et les journalistes. Guillaume Sire
le 30 septembre 2015

Guillaume Sire est maître de conférences à l'université Toulouse 1 Capitole en sciences de l'information et de la communication. Il effectue ses recherches sur la gouvernance d'Internet, les industries culturelles, et la sociologie des sciences. Il a publié plusieurs essais sur ces sujets, ainsi qu'un traité d'éthique.

Présentation de l'éditeur :

La presse ne peut plus aujourd'hui se passer de Google. En effet, le moteur de recherche influence directement la production journalistique dès lors que les éditeurs cherchent à ce que l'information qu'ils produisent soit trouvée sur Internet. Cet ouvrage présente les relations entre Google et les éditeurs de presse d'un point de vue technique, économique, juridique, social et politique. L'étude démontre comment les conditions et les modalités de captation du trafic Internet sont susceptibles d'influencer le travail des journalistes, la structure des sites de presse et les lignes éditoriales. L'ouvrage décrit ce que les éditeurs

français communiquent à Google, par quels moyens et à quel prix, pour quels résultats espérés, à l'issue de quelles concessions. L'auteur a rencontré et interrogé les principaux acteurs de la presse française et analysé les stratégies mises en oeuvre pour franchir le prisme du moteur de recherche et optimiser la visibilité de leur production. Cet ouvrage, issu d'une thèse de doctorat, est une réflexion réaliste sur ce que deviennent l'actualité et ceux qui la mettent en récit étant donné les enjeux du référencement sur Google.

Prix : 135€

Partager cette page

[imprimer en PDF](#)

Informations complémentaires

Broché : 424 pages

Editeur : Institut de droit de la concurrence (30 septembre 2015)

Langue : Français

ISBN-13 : 979-1094201046

- [Coronavirus](#)
- [Contact](#)
- [Mentions légales](#)
- [Plan du site](#)

Université Toulouse Capitole

2, rue du Doyen-Gabriel-Marty

31042 Toulouse Cedex 9 - France

Tél. : 05 61 63 35 00

Fax : 05 61 63 37 98

www.ut-capitole.fr

En appuyant sur le bouton "j'accepte" vous nous autorisez à déposer des cookies afin de mesurer l'audience de notre site. Ces données sont à notre seul usage et ne sont pas communiquées.

Consultez notre [politique relative aux cookies](#) J'accepte Je refuse