

Sociologie de la presse

De l'écrit à l'écran

Internet réinvente la presse
La presse en ligne et ses stratégies éditoriales

La "crise" de la presse



1

De l'écrit...

Historique de la presse

- Une quête ancestrale : la transmission de nouvelles (« **effet locomotive** » J. Perriault)
 - Tams-tams africains, signaux de fumée des peaux-rouges, pigeons voyageurs, coursiers...
 - tél mobile et internet ont **révélé** la demande sociale pré-existante pour médias individualisés
- 3000 ans av JC / 1ères publications
 - « **acta diurna** » (actes du jour) des Romains publient faits divers, mariages et sont rédigés par les « diurnarii »
- 1439 / 1448 : révolution Gutenberg
 - Mise au point de la presse à imprimer
 - Publications de **brochures** basées sur faits divers + ou - vrais relatés par des « nouvellistes » et « gazetiers »

2

De l'écrit...

Les 1ers journaux *modernes*

- 1631 : [Théophraste Renaudot](#) crée La Gazette
 - feuille hebdomadaire de nouvelles, 8 p, 1200 ex
 - naissance journalisme moderne (1er hebdomadaire français)
 - quête de la vérité, leitmotiv de Renaudot, demande d'informations vraies de la part des lecteurs

- 1789 : révolution française
 - Nbx journaux partisans et propagandistes
 - Coup de fouet au développement des journaux

- 1836 : [Emile Girardin](#) crée La presse
 - Presse d'information (basée sur les faits)
 - Presse d'opinion libre et diversifiée (cf Art 11 *Déc Droit de l'homme*) => **Démocraties**

3

Sociologie de la presse

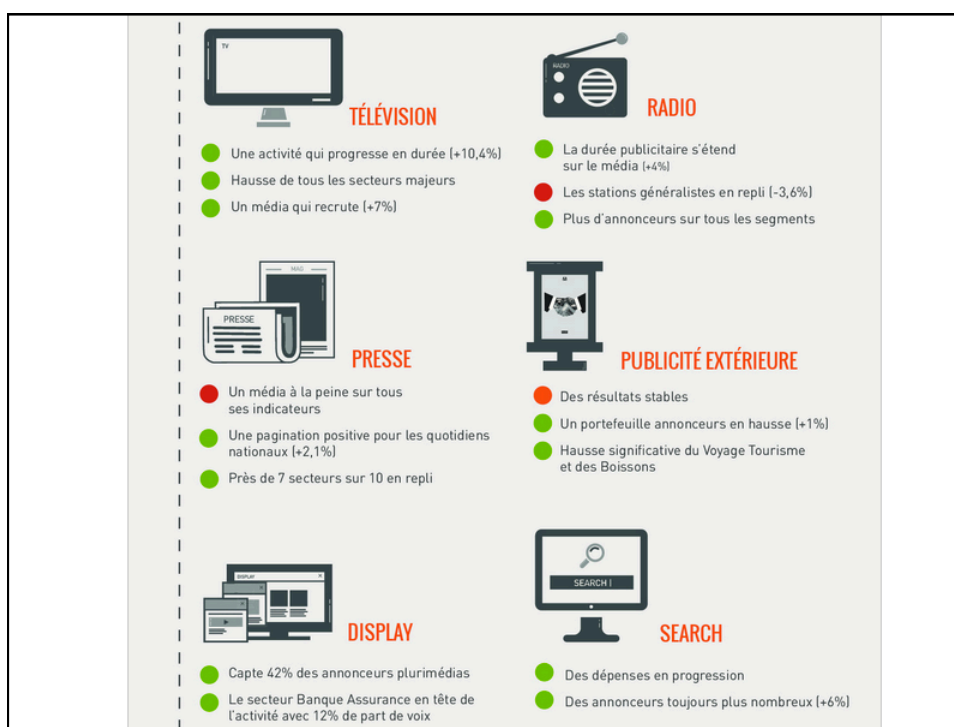
De l'écrit à l'écran

> La "crise" de la presse



The Independent - Italy

4



> Les valeurs ajoutées des gratuits (1ère **cause externe**)

Ignacio Ramonet, *Médias en crise*, *Le monde diplomatique*, 2005

Gratuité <= flux publicitaires drainés (taxe publicitaire)

Information brute sans commentaires « *comme si on écoutait France Info* », (rédacteur en chef *Métro*)

Rapidité de lecture, « *essentiel de l'information rapidement* » (16 mn en moyenne)

Maquette simple

Efficacité de distribution (lieu fréquenté par public jeune : métro, gare...)

A-politisme

> La concurrence d'internet
(2ème **cause externe**)

Pb1 : journaux qui se concurrencent eux-mêmes

Ex: Liberation « prend le bouillon »

- Jeune lectorat, connecté à internet
- Phénomène de **cannibalisation**
- Absence de ligne éditoriale claire (« *cœur à gauche, portefeuille à droite* »)
- Perte de sa singularité (mono-thématique, iconographie esthétisante, émotion, style décalé)
- Journal en souffrance auprès des publics jeunes

7

> La concurrence d'Internet
(2ème **cause externe**)

PB2 : concurrence de sites non dédiés à l'information

Sites portails qui délivrent informations puisées sur d'autres sites médias (revue presse)

yahoo.actualités, orange actualités, Google News...

Ex : affaire Google News (sept 2006) et PQN belge

- Violation droits du copyright européen (droits auteurs)
- Argument Google : générer du trafic

8

> La concurrence d'internet (2ème **cause externe**)

PB3 : concurrence des blogs (depuis 2004) et réseaux sociaux (twitter, facebook)

- Dans la plupart des journaux en ligne
- Liberté de tons et d'expression
- Hors des conventions journalistiques pour raconter le réel
- Échanges d'opinions entre internautes

"Bcp de lecteurs préfèrent la subjectivité et la partialité assumée des bloggeurs à la fausse objectivité et à l'impartialité hypocrite d'une certaine presse" ([Ramonet](#))

9

> La concurrence de nouveaux médias (3ème **cause externe**)

Les journaux « mobiles », nouveaux journaux

Informations accessibles sur d'autres supports de diffusion et/ou d'autres médias

Accès sites internet via réseau mobile : actualités, NT et sport (88,1% sur ces 3 thèmes)

Téléphones portables "qui font tout", infos en temps réel par SMS

ex : Japon, Corée du Sud, Inde

ex : France « Libémobile », e-paper des échos, le monde sur iphone...

Journal du futur : « e-paper » avec avantages du web pr actualisation et du papier pr confort lecture

Information de plus en plus mobile et nomade

10



11

> La perte de crédibilité de l'information
(1ère **cause interne**)

La crédibilité est la résultante de diverses
appréciations individuelles ou collectives :

- Le journal, le média lui-même en tant qu'institution est-il digne de confiance ?
- Les journalistes méritent-ils d'être crus pour ce qu'ils disent ?
- Dans quelle mesure les informations publiées sont-elles sûres ?

12

> La perte de crédibilité de l'information
(1ère **cause interne**)

« Journalisme de bienveillance »

Relations ténues entre pouvoir politique/presse/
groupes industriels

ex : Dassault-Armement (SocPresse) qui détient L'express et
le Figaro, Lagardère (Hachette) détient Paris Match...

Journaux : organes de propagandes (Guerre en
Irak et titres américains)

Dérives journalistiques, bidonnages en séries
(infos diffusées sans vérification des faits)

Ex : affaire Outreau

Etre informé sur l'information !

13

> Le manque d'attractivité
(2ème **cause interne**)

Info institutionnelle et macro-économique intéresse
journalistes (PQN)

- ⇒ format rigide et peu attractif
- ⇒ tenir cpte des demandes des lecteurs pour informations de proximité
- ⇒ Peu d'études socio visant à connaître lecteurs de presse

- Ex : Italie, Espagne, Grèce, France
 - titres qui proposent chaque jour pour supplément de prix des DVD, CD, BD, livres...)
 - Titres qui refont leur maquette (recherche attractivité)
 - => confusion information et marchandisation

14

> Le manque d'efficacité dans la diffusion
(3ème **cause interne**)

Réseau de diffusion peu ciblé

Journaux en kiosque

73% jeunes achèteraient plus s'ils trouvaient
presse dans magasins qu'ils fréquentent

≠ gratuits distribués à la sortie des métros,
sur campus universitaires...