

TABLE DES MATIÈRES

AVANT-PROPOS	5
SOMMAIRE	7
INTRODUCTION GÉNÉRALE.....	9

PREMIÈRE PARTIE

DEVENIR JOURNALISTE EN PRESSE ET LE RESTER : UN DOUBLE DÉFI

Christine LETEINTURIER, maître de conférences,
Université Panthéon-Assas/Institut français de presse

Introduction	15
<i>Encadré : Les conditions d'attribution de la carte d'identité de journaliste professionnel</i>	17

CHAPITRE I. LA PRESSE D'INFORMATION GÉNÉRALE ET POLITIQUE DANS L'EMPLOI DES JOURNALISTES FRANÇAIS TITULAIRES DE LA CARTE DE PRESSE :

UNE RÉDUCTION CONTINUE ENTRE 1990 ET 2012	19
---	----

Section 1. Les journalistes encartés entre 1990 et 2012	19
--	----

A. Un groupe vieillissant, plus féminisé et toujours majoritairement francilien.....	19
---	----

B. Des marchés d'emploi en reconfiguration : émergence du Web et croissance des statuts précaires.....	20
---	----

C. Entre plans sociaux et recours à la clause de cession, la réduction des effectifs de journalistes comme stratégie de réduction des coûts	22
---	----

<i>Encadré : Clause de cession et Commission arbitrale des journalistes.</i>	22
--	----

Section 2. Les journalistes encartés de la presse d'information générale et politique	25
--	----

A. Les journalistes de presse, une accentuation des caractères généraux du groupe	25
--	----

B. Des modèles contrastés d'organisation des rédactions de presse	26
C. Les journalistes femmes en presse : une présence un peu plus importante, mais sur des positions moins valorisées.	30
Section 3. Les diplômés des écoles de journalisme reconnues dans la presse.	31
A. Des effectifs en croissance	31
B. Une certaine désaffection vis-à-vis de la presse	31
C. La presse nationale d'information générale et politique comme marché d'emploi dominant	32
 CHAPITRE II. LES CARRIÈRES DES JOURNALISTES EN PRESSE : LES NOUVEAUX TITULAIRES DE LA CARTE PROFESSIONNELLE (NTCP) 1990 ET 1998	33
Section 1. Devenir journaliste en presse : le « parcours du combattant » toujours d'actualité	34
A. Des entrants en presse un peu plus féminins et de mieux en mieux formés.....	34
B. Une accumulation croissante d'expériences en journalisme	35
C. L'obtention de la carte de presse : une dégradation continue des positions statutaires.....	37
Section 2. Faire carrière en journalisme, un choix risqué : le cas des NTCP 1990 et 1998	39
A. Les carrières continues sont très minoritaires parmi les NTCP 1990 et 1998, y compris en presse.....	40
B. Les carrières discontinues : entre périodes de chômage et sorties temporaires ou définitives	42
C. 1990-2012 : un environnement de travail de plus en plus perturbé pour les journalistes de presse	44
Section 3. Proposition de typologie des carrières en presse : une individualisation croissante des parcours professionnels	49
A. Les carrières continues	50
B. Les carrières discontinues.....	51
C. Les carrières interrompues.....	52
Conclusion	53
Bibliographie	54

DEUXIÈME PARTIE

LES TRANSFORMATIONS DE LA PRESSE D'INFORMATION GÉNÉRALE ET POLITIQUE

CHAPITRE I. L'ÉVOLUTION DES MARCHÉS DE LA PRESSE D'INFORMATION GÉNÉRALE ET POLITIQUE

par Nadine TOUSSAINT-DESMOULINS, professeur émérite,

Université Panthéon-Assas/Institut français de presse

Introduction

59

61

Section 1. La reconfiguration des pratiques culturelles	62
A. Baisse de la lecture des quotidiens papier et concurrence des médias électroniques	62
I. Une désaffection croissante pour la presse papier	62
II. La concurrence des médias électroniques	65
B. Une érosion continue de la diffusion de la presse d'information générale et politique (PIGP)	67
I. La presse nationale	68
II. La presse quotidienne régionale	70
Section 2. Les dépenses et les équipements des ménages	71
A. Croissance démographique et reconfiguration des dépenses des ménages	71
B. Revenu, pouvoir d'achat, prix et consommation des ménages	74
I. Les équipements audiovisuels et électroniques	75
II. Les dépenses de presse et le cas particulier des quotidiens d'information générale et politique	75
Section 3. Les stratégies des entreprises et des groupes	77
A. Un double marché en crise	77
I. La situation de la presse d'information générale et politique	77
II. La crise du marché publicitaire de la presse	80
B. La stratégie des entreprises de presse et des groupes	81
I. Une spécialisation écrit/audiovisuel tranchée	82
II. Une recomposition incessante	83
III. Le poids des industriels et des financiers	84
Conclusion	85
Bibliographie	86
Webographie	87
 CHAPITRE II. L'ÉVOLUTION DES POLITIQUES ÉDITORIALES EN PRESSE D'INFORMATION GÉNÉRALE ET POLITIQUE : L'EXEMPLE DE <i>LIBÉRATION</i> par Camille LAVILLE, Maître de conférences (Université de Nice), chercheuse associée, Observatoire des récits médiatiques (Université de Louvain)	89
Introduction : questions de méthode	91
Encadré méthodologique : corpus et variables	93
Section 1. L'évolution des rubriques : diversification et réorganisation des contenus	95
Section 2. La surface rédactionnelle du quotidien : une tendance à la réduction de la surface « textes »	97
Encadré : L'exemple du <i>Parisien</i> – Aujourd'hui en France par Stéphane Cabrolié	99
Section 3. Du cahier au supplément : l'élargissement des contenus	101
Encadré : Next-Intersection, 1 ^{er} octobre 2010 : l'annonceur, le supplément et le quotidien	104
Bibliographie	107

TROISIÈME PARTIE

**LA MISE EN LIGNE DE LA PRESSE D'INFORMATION GÉNÉRALE
ET POLITIQUE : UNE MÉTAMORPHOSE CONTINUE**

Françoise LAUGÉE, ingénieure d'études,

Université Panthéon-Assas/Institut de recherche et d'études sur la communication

Introduction : Les signes avant-coureurs..... 111

CHAPITRE I. À PARTIR DU MILIEU DES ANNÉES 1990,
LA MISE EN LIGNE DE L'INFORMATION S'IMPOSE
AVEC LE DÉVELOPPEMENT DES USAGES SUR LE WEB 113

*Encadré : Avant l'internet, l'alliance des journaux et de la télématique. 113***Section 1. 1995-2013 : comment les journaux occupent le Web 114**

A. De la duplication à la complémentarité 114

B. De la gratuité au péage..... 116

Section 2. Depuis 2000, l'information se convertit au Web 2.0..... 117

A. Des journaux en vidéo 118

B. Diversification de l'offre liant informations et services
commerciaux 120

C. Personnalisation de la diffusion et interactivité 122

D. Des blogs au « journalisme amateur »..... 123

**Section 3. La concurrence s'intensifie sur le marché de l'information en
ligne..... 126**

A. Portails et agrégateurs..... 127

Encadré : La presse tente de négocier avec Google 128

B. Pure players d'information générale et politique 130

CHAPITRE II. DEPUIS 2005 : LA MUTATION DES RÉDACTIONS
ET LES NOUVEAUX OUTILS JOURNALISTIQUES 135

Section 1. La fusion des rédactions du journal imprimé et du Web..... 135

A. Des compromis difficiles..... 135

B. Généralisation du bimédia 137

Section 2. La boîte à outils numériques du journaliste de presse écrite.... 140

A. Liens hypertextes et mots-clés..... 140

Encadré : Les fermes de contenus 142

B. Diktat de l'audience et course au temps réel 143

C. Vérification en temps réel des propos tenus (*fact-checking*) 146D. Journalisme de données (*data journalism*)..... 147

E. Écriture multimédia 149

Section 3. Le journalisme au futur 151

A. Robot-journalisme 151

B. Drone journalisme 153

CHAPITRE III. DEPUIS 2010, LES RÉSEAUX SOCIAUX
ET LES APPLICATIONS MOBILES : LES NOUVEAUX MODES
DE DIFFUSION DE L'INFORMATION..... 155

**Section 1. Facebook et Twitter, outils de promotion
de la presse d'information..... 155**

<i>Table des matières</i>	239
A. Facebook ou l'impact de la recommandation.....	156
B. Twitter, fil d'information mondial.....	159
<i>Section 2. Smartphones et tablettes, une offre nomade et instantanée de l'information</i>	161
A. Succès des applications	162
B. Rédaction « mobile »	165
C. Réalité augmentée et géolocalisation.....	166
<i>Conclusion : une presse sous cyberdépendance</i>	168
<i>Bibliographie</i>	170
<i>Webographie</i>	171
<i>Sites Web</i>	172
 ANNEXES	 175
1. Corpus des graphiques et tableaux de la première partie : les journalistes français et leurs carrières entre 1990 et 2008	 177
2. Chronologie de la presse écrite : sélection 2010-2012.....	197
3. Chronologie des grands groupes de presse d'information générale et politique (1990-2012).....	207
4. Chronologie non-exhaustive de la vie du quotidien <i>Libération</i> (1990-2013).....	223
5. Tableaux de données pour l'étude de contenu du quotidien <i>Libération</i> entre 1990 et 2010	227