

**UNIVERSITÉ SORBONNE NOUVELLE - PARIS 3**

UFR Littérature, linguistique, didactique

Département LLFL

Master 1 – Lettres modernes, parcours « Discours, culture, médias »

# **La lecture du *Monde des livres* à l'ère de la presse numérique**

Mémoire préparé sous la direction de M. Michel BERNARD  
par Jean-Marc DE JAEGER

**Année universitaire 2014-2015**

N° étudiant(e) : 21405160

27 rue de Dunkerque, 75010 PARIS

Tél : 06 50 44 45 36. Courriel : [jeanmarc.dejaeger@hotmail.fr](mailto:jeanmarc.dejaeger@hotmail.fr)



# Sommaire

<b>INTRODUCTION</b> .....	7
*	
<b>I – Du papier au numérique : les raisons d'une transition</b> .....	11
1 – Baisse de la lecture de l'imprimé.....	11
2 – Généralisation des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC).....	14
3 – Une nécessaire adaptation.....	15
<b>II – Un nouveau rapport au texte, une nouvelle pratique de la lecture</b> .....	21
1 – Les liens hypertextes : une lecture « à sauts et à gambades ».....	21
2 – Une possibilité de recherche infinie.....	23
3 – Nouveau rapport au temps et à l'espace.....	27
<b>III – Vers un « journalisme augmenté »</b> .....	31
1 – D'un contenu textuel.....	31
2 – ... à un contenu multimédia.....	34
3 – Une socialisation de la lecture par les réseaux sociaux.....	36
*	
<b>CONCLUSION</b> .....	40
<b>ANNEXES</b> .....	46
<b>BIBLIOGRAPHIE</b> .....	47



Je me rappelle, il n'y a pas si longtemps, combien l'actualité littéraire était faite, pour moi, par *Le Monde des livres* ; je n'allais jamais au cinéma sans avoir écouté la critique du *Masque et la plume* ou lu la recension de *Libération*. J'étais endoctriné ! Aujourd'hui, ces critiques n'ont plus guère d'influence. Conflits d'intérêts, élitisme, refus de la diversité, rejet du mainstream, renvoi d'ascenseur, ont contribué à couler leur légitimité. Mais surtout, avec le Web, le buzz et l'économie de la recommandation, le petit « J'aime » de Facebook ou le « retweet » de Twitter, ont mille fois plus d'influence qu'une critique. Un libraire que j'interviewais pour le site Nonfiction.fr disait récemment : « Si un ouvrage fait aujourd'hui la “une” du *Monde des livres*, cela ne se traduit plus en ventes. *Le Monde* n'est plus vraiment un prescripteur, *Le Figaro*, plus guère, et *Libération*, plus du tout. C'est la fin des suppléments littéraires comme nous les connaissions et de leur rôle de prescripteurs culturels. » Un autre recommandait aux éditeurs de cesser tout achat publicitaire dans *Le Monde des livres*, pour se concentrer uniquement sur le Web – « là où est l'avenir du livre et de la culture ».

– Frédéric Martel, « Le mainstream en questions », *Médium*, 2011/2, n° 27, p. 61-62



## INTRODUCTION

Tout comme l'écrivain François Bon s'est interrogé sur l'après-livre<sup>1</sup>, je m'interrogerai, à travers ce mémoire et l'étude des mutations numériques de la presse, sur *l'après-journal*. Alors que la culture de l'écran se développe partout dans le monde et bouleverse nos habitudes de lecture et, plus largement, notre mode de vie, il convient de s'interroger sur l'avenir du papier. Ici, il sera question du papier du journal. Ce papier reconnaissable à sa finesse et au bruit que provoque son froissement. Ce papier que l'on plie et déplie à l'envi et que, bien souvent, l'on jette après l'avoir lu.

Je vais m'intéresser au *Monde des livres*, le supplément littéraire du journal *Le Monde* qui paraît chaque semaine dans l'édition datée du vendredi. Il comporte, selon l'actualité (Salon du livre, rentrée littéraire, etc.), huit à douze pages. En tant que supplément et non pas titre à part entière – il est fait mention qu'il « ne peut être vendu séparément » –, *Le Monde des livres* porte le numéro du cahier central.

Fondé en 1967 par Jacqueline Piatier, qui en assura la direction jusqu'en 1983, *Le Monde des livres* paraît dans une période d'engouement pour la critique littéraire. Dans les années 1960, on assiste en effet à une période de foisonnement dans la création de revues et de titres de presse littéraire. « Pour répondre à la demande du public étudiant et enseignant, pour satisfaire les prétentions culturelles et intellectuelles des nouvelles couches passées par les études supérieures, la presse et l'édition, notamment le secteur des sciences humaines, se mirent promptement en ordre de bataille<sup>2</sup> », note Antoine Compagnon. *Les Lettres françaises* changent de formule à l'automne 1965. Le premier numéro de *La Quinzaine littéraire* paraît en mars 1966, suivi par *Le Magazine littéraire* en novembre. *Lire* apparaît en 1975 sous l'impulsion de Jean-Jacques Servan-Schreiber et Bernard Pivot. *Le Figaro littéraire*, créé en 1946, devient le supplément du quotidien *Le Figaro* en 1973 ; depuis sa création, ce titre paraissait en effet de manière indépendante<sup>3</sup>. Enfin, dans le même temps, la presse magazine généraliste, représentée notamment par *L'Express* et *Le Nouvel Observateur*, s'éloigne du militantisme pour se recentrer sur les sciences humaines.

---

1 François Bon, *Après le livre*, Seuil, Débats, 2011

2 Antoine Compagnon, « 1966 : annus mirabilis », *Le Débat*, 2012/4, n° 171, p. 113

3 « C'est en mars 1946 que Pierre Brisson, directeur du *Figaro*, lance le premier numéro du *Figaro littéraire*. Cet hebdomadaire politique et littéraire conserve son indépendance (il est vendu séparément du quotidien) pendant un quart de siècle. »

– Claire Blandin, « Les interventions des intellectuels de droite dans *Le Figaro littéraire* : l'invention du contre-engagement », *Vingtième Siècle. Revue d'histoire*, 2007, oct. - déc., n° 96, p. 179

A la même époque, le champ littéraire investit également les autres médias d'information que sont la radio et la télévision. Sur le petit écran, les créations d'émissions se succèdent : « Bibliothèque de poche » (1966-1970), « Post-scriptum » (1970-1971) ou encore « Italiques » (1971-1974). L'émission littéraire qui aura le plus marqué l'histoire de l'audiovisuel est, sans conteste, « Apostrophes », présentée sur Antenne 2 de 1975 à 1990<sup>4</sup> par Bernard Pivot, un ancien du *Figaro littéraire*.

Revenons au *Monde des livres*. Le supplément est dirigé depuis 2011 par un journaliste maison, Jean Birnbaum, né en 1974. Sa volonté d'impliquer *Le Monde des livres* dans une transition numérique a beaucoup joué dans sa nomination. Comme le note son confrère Emmanuel Lemieux : « On s'attendait donc à une nomination mécanique de Raphaëlle Rérolle [alors directrice par intérim], lorsque Jean Birnbaum, rédacteur en chef adjoint chargé des idées et des sciences sociales, a présenté sa candidature, assortie d'un plan bi-média papier et internet et a changé la donne. » Et de conclure : « Jean Birnbaum est désormais à la manœuvre de cette institution de papier affaiblie, mais symbolique, et qu'il voudrait toutefois mieux installer sur internet pour retrouver du lustre et une ligne d'influence<sup>5</sup>. »

La transposition des actualités littéraires du *Monde* se traduit par la présence, sur son site internet, d'une rubrique Livres. Ou plutôt devrais-je parler d'une sous-rubrique... En effet, sur le monde.fr, la rubrique Livres fait partie d'un ensemble plus global, la rubrique Culture, incluant notamment les actualités musicales et cinématographiques. Autant dire que son accès est moins direct que l'accès aux autres thèmes, comme l'International, l'Économie ou les Sciences. Il semble juste d'approuver Marie-Françoise Melmoux-Montoubin lorsqu'elle évoque la diversité des textes qui composent un même journal : « La critique littéraire dans le quotidien entre ainsi en résonance avec des textes divers. Leur juxtaposition construit un univers culturel dans lequel la littérature n'est qu'une pièce parmi d'autres<sup>6</sup>. »

### ***Le Monde*, journal de référence sur le papier et sur le Web**

Le choix du *Monde* se justifie par le fait que le journal a pris très tôt le train de la

---

4 Elle succède à l'émission « Ouvrez les guillemets », diffusée de 1973 à 1975 sur la première chaîne de l'ORTF et également présentée par Bernard Pivot.

5 Emmanuel Lemieux. Jean Birnbaum tourne la page du *Monde des livres* [en ligne]. Les Influences, 07/06/2011. Disponible sur le Web : <http://www.lesinfluences.fr/Jean-Birnbaum-tourne-la-page-du.html> (consulté le 5 mai 2015)

6 Marie-Françoise Melmoux-Montoubin, « Autopsie d'un décès. La critique dans la presse quotidienne de 1836 à 1891 », *Romantisme*, 2003, n° 121. p. 10

révolution numérique et qu'il est, à ce jour, très performant dans ce domaine. Si on a coutume de le considérer comme le journal français de référence, notamment du fait de sa diffusion dans les pays du monde entier, de sa couverture internationale et de l'exhaustivité de ses informations, on peut considérer que son site internet constitue une référence en matière de presse en ligne. Comme le note Marie Malaterre-Roques dans *On entend dire que... la presse est morte* : « En matière de rentabilisation du numérique et d'équilibre du modèle, *Le Monde* est souvent cité en exemple<sup>7</sup>. » De fait, une étude du *Monde des livres* apportera des connaissances exhaustives et plus complètes que l'étude d'un autre supplément ou magazine littéraire.

L'intérêt de faire entrer la presse dans le champ littéraire vient notamment du fait que, lorsqu'elle se constitue dans la première partie du XIX<sup>e</sup> siècle, la première s'inspire beaucoup de la seconde. A l'époque comme aujourd'hui, presse et édition rythment la vie sociale de notre pays ainsi que le rapport des citoyens à la culture. C'est ce qu'explique Marie-Ève Thérénty, professeure de Littérature française à l'université Montpellier 3 et auteure de nombreux ouvrages sur la relation entre Journalisme et Littérature :

[...] le XIX<sup>e</sup> siècle culturel tout entier prend sens dans ses nouveaux rythmes périodiques imposés par la presse. Toute une série de champs culturels sortent modifiés du fait de cette emprise nouvelle du journal sur la société. Le périodique rythme le quotidien des Français que ce soit avec l'abonnement ou plus tard avec la vente au numéro des journaux du soir. Il impose de nouveaux rythmes de lecture et d'écriture, une nouvelle scansion et un nouveau rapport à la vie intellectuelle. La politique, l'opinion et l'événement, les rythmes de la vie sociale, les philosophies, les sciences et les savoirs, les arts et la littérature, le spectacle et l'imaginaire de la vie quotidiennes sont ébranlés par cette émergence d'une écriture médiatique d'actualité<sup>8</sup>.

### **Quel avenir pour l'imprimé ? Quelle perspective pour la critique littéraire ?**

En ôtant au *Monde des livres* son « monopole » en matière d'actualité littéraire et en insistant sur la place qu'a pris la critique et la culture sur le Web, Frédéric Martel (voir citation en exergue, p. 5) avance que la presse littéraire est en passe de disparaître ou, du moins, de perdre de la légitimité. L'objectif de ce mémoire sera de se demander si, effectivement, l'émergence du numérique et du Web 2.0 est destinée à supprimer,

---

7 Marie Malaterre-Roques, *On entend dire que... La presse est morte*, Eyrolles, 2014, p. 26

8 Marie-Eve Thérénty, « Pour une histoire littéraire de la presse au XIX<sup>e</sup> siècle », *Revue d'Histoire littéraire de la France*, 103<sup>e</sup> Année, n° 3, jul. - sep., 2003, p. 634

dans les années à venir, les cahiers littéraires et plus généralement la presse littéraire. Ce sera l'occasion de s'interroger sur l'avenir de la critique littéraire. En effet, à l'heure où chaque internaute est en mesure de s'improviser critique, l'influence du critique professionnel et du journaliste est sérieusement remise en cause.

Au-delà de cette question, il convient aussi de s'interroger sur l'avenir du support papier en tant que tel. Peut-on envisager une presse sans papier ou, pour reprendre le titre d'un ouvrage de référence sur le sujet<sup>9</sup>, « une presse sans Gutenberg » ? Le numérique aura-t-il un rapport de complémentarité avec le papier, ou va-t-il, au contraire, le remplacer purement et simplement ?

Pour mieux comprendre les mécanismes de la transition numérique de la presse, j'appuierai mon travail sur d'autres exemples que *Le Monde des livres* : titres de la presse généraliste, revues et sites littéraires, etc. Ces excursions permettront notamment de mieux assimiler le nouveau rapport au texte induit par les écrans. Je serai aussi amené à établir une analogie entre la presse numérique et le livre numérique, lequel interroge aussi sur l'avenir de la culture de l'imprimé.

Pour répondre à ces problématiques, il convient d'abord d'analyser la manière dont la presse s'adapte au numérique. Si le choix d'investir dans le numérique dépend en grande partie d'un contexte économique morose, il résulte également de l'émergence de nouveaux outils technologiques et, de fait, de nouvelles habitudes de lecture de l'information.

Dans une deuxième partie, nous verrons ce que le numérique change pour le lecteur. Les fonctionnalités incluses dans les supports numériques bouleversent en effet notre rapport au texte et notre accès au savoir. Le Web instaure non seulement une nouvelle temporalité, mais aussi de nouvelles perspectives de recherche et une coexistence entre des contenus informationnels et non informationnels.

Je finirai enfin par voir comment le texte est désormais produit par les journalistes. Alors que dans la culture de l'imprimé, le texte est comme « prisonnier » du papier, il peut, dans la culture numérique, être enrichi par des contenus multimédias et être mis en relation avec d'autres textes au moyen des hyperliens. Les réseaux sociaux, en favorisant une « économie de la recommandation » [Martel], bouleversent profondément le rôle prescripteur de la presse littéraire.

---

9 Jean-François Fogel et Bruno Patino, *Une Presse sans Gutenberg*, Grasset, 2005

## I – Du papier au numérique : les raisons d'une transition

Dans l'ouvrage collectif *Journalisme 2.0*, le sociologue des médias Rémy Rieffel considère que trois facteurs sont à l'origine de la mutation du journalisme : la crise économique, l'émergence des nouvelles technologies de l'information et de communication (NTIC) et, enfin, la crise de confiance entre le public et l'information<sup>10</sup>. Tous ces éléments contribuent autant à l'érosion de la culture de l'imprimé qu'à la refonte des médias d'information.

\*

### 1 – Baisse de la lecture de l'imprimé

Si, comme nous le verrons après, la révolution numérique est d'abord due au développement des outils technologiques, elle est aussi imputable aux difficultés économiques qu'affrontent les organes de presse. Depuis les années 1970, les revenus des quotidiens généralistes nationaux baissent continûment : à la baisse des ventes s'ajoute mécaniquement la baisse des revenus publicitaires. « *Le Monde* n'a jamais retrouvé le niveau de vente qui était le sien au début des années 70<sup>11</sup> », remarque Serge July, fondateur de *Libération*. Depuis le début des années 2000, la presse gratuite, distribuée dans les grandes villes, appuie ce phénomène en attirant vers elle une partie des lecteurs de la presse payante.

Pour des raisons budgétaires, *Le Monde des livres* a cessé de paraître quelques semaines en 2002 et 2003. Une première depuis la création du supplément. Josyane Savigneau, qui en a été la directrice de 1991 à 2005, n'a pas pu concrétiser son projet de refonder complètement *Le Monde des livres* : « ... il y avait un projet, qui, pour l'heure, est complètement en sommeil pour des raisons économiques et qui était de faire ce qu'on n'a jamais fait dans la presse française : un gros *Le Monde des livres* – autour de vingt pages, chaque semaine<sup>12</sup> », explique-t-elle en 2004 dans un entretien paru dans la revue *Histoires littéraires*.

En 2004, ces mêmes raisons ont conduit *Le Monde* à licencier 90 salariés, dont

---

10 Rémy Le Champion (dir.), *Journalisme 2.0. Nouvelles formes journalistiques, nouvelles compétences*, Paris, La Documentation Française, 2012

11 Serge July, Jean-François Kahn, Edwy Plenel, *Faut-il croire les journalistes ?*, Mordicus, 2009, p. 63

12 Entretien avec Josyane Savigneau paru dans : *Histoires littéraires*, 2004/2, n° 19, p. 134

30 % de journalistes. D'autres journaux sont plus durement touchés par cette crise : c'est le cas du quotidien populaire *France-Soir*, qui cesse de paraître en 2011, et du journal économique *La Tribune*, qui, l'année suivante, bascule sur internet mais fait le choix de paraître en kiosques chaque vendredi. Du côté de la presse littéraire, la revue *Lire*, qui fête cette année ses quarante ans, s'est associée avec l'hebdomadaire *L'Express* en janvier 2015. De fait, *Lire* ne possède plus son propre site internet mais constitue à présent la rubrique Livres du site [lexpress.fr](http://www.lexpress.fr)<sup>13</sup>.

Une étude réalisée pour le ministère de la Culture et de la Communication note que la baisse de la lecture de l'imprimé s'accompagne d'une forte hausse de la lecture sur internet : « La presse française représentait, en 2012, 3 963 000 exemplaires (en baisse annuelle de 3,8 %) vendus par 845 titres et 7 237 000 000 visites internet (en hausse annuelle de 21%) sur 127 sites de presse<sup>14</sup>. »

La concurrence des médias audiovisuels a amorcé cette baisse des ventes. Jean-Marie Charon, sociologue des médias, note que le déclin de la presse a débuté en réalité dans les années 1970<sup>15</sup>. En cause, les difficultés qu'elle a eues pour s'adapter à l'arrivée de la radio et de la télévision. La généralisation du Web depuis une dizaine d'années a accentué le phénomène. Mais, comme le notent Jean-François Fogel et Bruno Patino dans *Une Presse sans Gutenberg*, internet bouleverse bien plus que les autres médias : « Internet n'est pas un support de plus, c'est la fin du journalisme tel qu'il a été vécu jusqu'ici. [...] La presse n'a pas entamé un nouveau chapitre de son Histoire, mais une autre Histoire, sous le régime d'Internet<sup>16</sup>. »

La crise que connaît la presse écrite n'est pas propre à la France. Aux États-Unis, *Book World*, le supplément littéraire du prestigieux quotidien *Washington Post*, est paru pour la dernière fois le 15 février 2009. La faute à la crise économique qui, outre-Atlantique aussi, a fait fuir les annonceurs et donc les revenus publicitaires. Depuis, les actualités littéraires paraissent dans une rubrique à part entière, Books, sur le site internet [washingtonpost.com](http://www.washingtonpost.com)<sup>17</sup>.

Dans un article intitulé « La métamorphose du lecteur », l'écrivain et journaliste

---

13 <http://www.lexpress.fr/culture/livre/>

14 Pierre-Jean Benghozi et Inna Lyubareva, « La presse française en ligne en 2012 : modèles d'affaires et pratiques de financement », *Culture études*, 2013/3 n° 3, p. 1-12

15 Jean-Marie Charon, « De la presse imprimée à la presse numérique », *Réseaux*, 2010/2, n° 160-161, p. 255-281

16 Jean-François Fogel, Bruno Patino, *Une Presse sans Gutenberg*, Grasset, 2005, p. 16

17 Lila Anam Zaganeh. La crise américaine touche aussi les suppléments littéraires [en ligne]. *Le Monde*, 26/02/2009. Disponible sur le Web : [http://www.lemonde.fr/livres/article/2009/02/26/la-crise-americaine-touche-aussi-les-supplements-litteraires\\_1160551\\_3260.html](http://www.lemonde.fr/livres/article/2009/02/26/la-crise-americaine-touche-aussi-les-supplements-litteraires_1160551_3260.html) (consulté le 7 mai 2015)

Pierre Assouline s'alarme de cette disparition de la presse littéraire outre-Atlantique :

Pendant ce temps, les suppléments littéraires des grands quotidiens américains disparaissent un à un ou émigrent avec armes et bagages sur la Toile ; tant et si bien que le *New York Times Book Review* fait figure de grand résistant. Au même moment, des agences spécialisées recrutent des mercenaires pour leur concocter des « critiques littéraires » sur mesure destinées à être diffusées en ligne sous la couverture du livre de leur client<sup>18</sup>.

Afin de suivre le comportement des Français dans la consommation de la culture et des médias, le ministère de la Culture et de la Communication mène régulièrement, depuis les années 1970, des enquêtes portant les pratiques culturelles. La dernière en date a été réalisée en 2008 et a été publiée l'année suivante. Cette étude, initiée par le sociologue Olivier Donnat, prend pour la première fois en compte l'émergence des nouvelles technologies, comme l'indique son titre : « Les pratiques culturelles des Français à l'ère numérique. » L'auteur note que la baisse de la lecture d'imprimés amorcée dans les années quatre-vingts s'est poursuivie au cours de la décennie suivante en raison, notamment, de la culture de l'écran :

[...] la lecture quotidienne de journaux (payants) a continué à diminuer, de même que la quantité de livres lus en dehors de toute contrainte scolaire ou professionnelle. De ce fait, la proportion de non-lecteurs de presse payante et de livres est plus importante qu'elle n'était en 1997, sans toutefois qu'on puisse en déduire avec certitude que les Français lisent moins, compte tenu de l'arrivée au cours de la même période de la presse gratuite et surtout de la multiplication des actes de lecture sur écran.

Le recul de la presse quotidienne est essentiellement dû, aujourd'hui comme hier, à la diminution du nombre de lecteurs quotidiens : de moins en moins de Français lisent chaque jour un journal, ce qui a pour effet mécanique de grossir d'autant les rangs des lecteurs occasionnels et des non-lecteurs. Ce recul, dont les origines sont bien antérieures à l'arrivée de l'internet ou de la presse gratuite, touche aussi bien la presse nationale que régionale : 11 % des Français lisent un quotidien national plus d'une fois par semaine contre 13 % en 1997, et 32 % lisent un quotidien régional contre 38 % onze ans plus tôt.<sup>19</sup>

Toujours selon Olivier Donnat, cette baisse de la lecture d'imprimés est moins récente qu'on le pense. Il estime en effet qu'internet ne fait qu'accélérer un « mouvement

---

18 Pierre Assouline, « La métamorphose du lecteur », *Le Débat*, 2012/3, n° 170, p. 82

19 Olivier Donnat, « Les pratiques culturelles des Français à l'ère numérique. Eléments de synthèse 1997-2008 », *Culture études*, 2009/5, p. 6

au long cours commencé au tournant des années 1960 ». Mais, précise-t-il, la phase que nous connaissons actuellement, au début du XXI<sup>e</sup> siècle, « est porteuse de ruptures plus radicales, car elle voit les contenus s'émanciper des supports qui les portaient<sup>20</sup> ».

Le sociologue Philippe Coulangeon estime quant à lui que la baisse de la lecture hors livres s'explique par le fait que ces lectures (dont fait partie la presse) sont substituables par d'autres médias :

... le fait que la distance des jeunes à la lecture se manifeste surtout au sujet des formes les moins littéraires de la lecture (lecture de la presse, notamment) éclaire le recul de la lecture d'un jour particulier. Ainsi, ce sont les usages les moins cultivés de la lecture qui semblent les plus fragilisés, notamment dans les domaines où s'exerce la concurrence d'autres médias, en particulier la télévision<sup>21</sup>.

## **2 – Généralisation des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC)**

« La raison majeure de la crise de la presse écrite est évidemment la concurrence que lui a faite l'écran<sup>22</sup> », écrit la journaliste Anne Sinclair, contredisant, de fait, les observations d'Olivier Donnat. Par écrans, elle désigne les ordinateurs, fixes ou portables, mais aussi les smartphones (littéralement « téléphone intelligent ») et les tablettes numériques, deux supports qui prennent le pas sur le premier et qui se sont considérablement répandus ces dernières années.

En 2014, 46 % des Français disposent d'un smartphone tandis que 29 % disposent d'une tablette numérique, soit une progression respective de 7 % et de 12 % par rapport à l'année précédente. La baisse du prix de ces équipements ajoutée à l'accroissement de la rapidité de la connexion (réseau 4G) favorisent leur démocratisation en France comme dans les sociétés occidentales. Une simple promenade dans la rue suffit à se rendre compte de l'attachement (ou de l'addiction ?) des Français à ces équipements !

Ces supports servent de plus en plus au suivi de l'actualité, toutes thématiques confondues, via les sites d'information. Selon une étude Mediametrie réalisée au premier trimestre 2014, le suivi de l'actualité figure en effet en cinquième position des usages de la tablette, soit une hausse de quatre rangs en un an. Cet intérêt du public pour l'information a conduit les organes à presse à adapter leurs portails aux différents

20 Olivier Donnat, « La lecture régulière de livres : un recul ancien et général », *Le Débat* 2012/3, n° 170, p. 44

21 Philippe Coulangeon, *Sociologie des pratiques culturelles*, La Découverte, « Repères », 2010, p. 38

22 Anne Sinclair, « Mort de la presse écrite, survie du journalisme », *Le Débat*, 2013/4, n° 176, p. 103

supports : on parle de *responsive web design* ou de site Web adaptatif. De même, leur investissement dans le numérique les a conduits à créer toute une gamme d'applications mobiles afin de faciliter l'accès du public au contenu.

Si le public plébiscite tant la lecture de l'actualité sur téléphone, c'est avant tout pour des raisons pratiques. « Sans doute certaines lectures sont-elles plus adaptées au téléphone mobile, comme les textes courts, les articles de journaux ou les essais d'actualité que l'on feuillette vite<sup>23</sup> », écrit Antoine Compagnon, qui oppose cette lecture à celle des romans qui convient mieux aux tablettes.

Tout comme les liseuses électroniques cherchent à imiter l'objet-livre, notamment en adoptant un format « de poche », les smartphones et les tablettes cherchent à imiter le journal papier. Hervé Lavergne, professionnel des médias, note à ce propos :

[...] un des atouts majeurs reconnus aux tablettes semble aujourd'hui de reproduire le rituel du papier, grâce à des éditions feuilletables tombant à heures fixes, comme si le besoin se faisait sentir de figer, une ou deux fois par jour, le flot énorme et ininterrompu des nouvelles, et de retrouver, comme au bon vieux temps, ses rendez-vous avec l'actualité. Un paradoxe qui n'en est pas un, si on réfléchit qu'on ne saurait sortir en quelques années d'une ère Gutenberg qui a duré plusieurs siècles et façonné profondément nos esprits<sup>24</sup>.

### **3 – Une nécessaire adaptation**

Face, donc, aux nouveaux comportements du lectorat et aux nouveaux moyens de communication, les organes de presse ont dû se réinventer pour survivre. « Les médias de la presse écrite doivent tous désormais se demander comment associer au journal papier une offre électronique riche et variée<sup>25</sup> », note Marta Severo en commentant une observation de Jean-Marie Charon. Comme elle le suggère, leur volonté n'est pas d'abandonner définitivement le papier au profit d'une offre exclusivement numérique. Au contraire, une logique d'hybridation, dite « bi-média », est mise en œuvre. Ce que mettent en avant André Gaudereault et Philippe Marion : « [...] les possibilités nouvelles d'un média en restent ainsi à un stade de complémentarité, de dépendance ou bien de continuité à l'égard de pratiques génériques et médiatiques plus

---

23 Antoine Compagnon, « Lire numérique », *Le Débat*, 2012/3, n° 170, p. 104

24 Hervé Lavergne, « Crise des médias ou médias en crise ? », *INA Global*, 2014/3, p. 34

25 Marta Severo, « L'information quotidienne face au Web 2.0. La stratégie multiplateforme de six quotidiens nationaux français », *Études de communication*, 2013/2, n° 41, p. 92

anciennes et bien établies<sup>26</sup>. »

Dans leur volonté de s'adapter, les médias de presse écrite ont investi le Web de deux manières, ainsi que le résume Khaled Zouari :

Dans le cadre de la transposition d'un support à un autre, deux cas de figure se présentent : la transposition intégrale dont le but est de mettre la totalité du titre et la transposition partielle impliquant une sélection des informations tout en restant fidèle aux journaux papier et sans vouloir désorienter les publics. Une comparaison entre les deux versions (papier/électronique) a montré que la stratégie oscille entre la transposition totale et la transposition partielle<sup>27</sup>.

Selon les données de l'OJD, organisme de référence dans l'expertise du dénombrement des médias imprimés et numériques, la diffusion totale du journal papier *Le Monde* a été de 298 529 en 2014, soit une baisse de 1,62 % par rapport à 2013. Quant au site *lemonde.fr*, avec 80 712 756 visites en mars 2015, il est le troisième le plus consulté en France toutes thématiques confondues. En moyenne, chacune de ces visites génère 4,21 pages vues. Selon les résultats d'une enquête de Mediametrie menée en mars 2015<sup>28</sup>, *Le Monde* est la première marque d'actualité sur mobile et tablette, avec respectivement 4 900 000 et 3 451 000 visiteurs uniques.

Au *Monde*, la rédaction de l'édition papier a longtemps été séparée de la rédaction de l'édition numérique. En 1998 est créée la filiale *Le Monde interactif* chargée de la gestion du site Web *lemonde.fr*. Comme le rappelle l'historien des médias Patrick Eveno dans son *Histoire du journal « Le Monde ». 1944-2004*, son objectif est avant tout de faire du site Web une vitrine pour l'édition papier :

Pour le moment, l'effort financier et rédactionnel consenti par Le Monde SA sur le média électronique vise plutôt à conforter la place du quotidien dans l'offre globale d'information, tout en cherchant à attirer vers le papier de nouveaux lecteurs qui découvrent *Le Monde* à travers le web<sup>29</sup>.

Cette stratégie se traduit par une hausse du nombre de visiteurs sur le site *lemonde.fr*. Au mois de janvier 2001, après trois ans d'existence, il attire 3,5 millions de

---

26 André Gauderault et Philippe Marion, « Un média naît toujours deux fois », *Sociétés et Représentations*, n°9, "La croisée des médias", Paris : CREDHESS, avril, 2000, p. 21

27 Khaled Zouari, « La presse en ligne : vers un nouveau média ? », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 2007/1, Volume 2007, p. 83

28 Mediametrie, Communiqué de presse du 22 mai 2015 : « L'audience de l'Internet mobile en France en 2015 ». Format PDF. Disponible sur le Web :

<http://www.mediametrie.fr/internet/communiqués/telecharger.php?f=0ce2ffd21fc958d9ef0ee9ba5336e357> (consulté le 4 juin 2015)

29 Patrick Eveno, *Histoire du journal « Le Monde ». 1944-2004*, Albin Michel, 2004, p. 599

visiteurs. En mai 2002, ce chiffre est multiplié par deux pour atteindre 7,9 millions de visiteurs. C'est alors que, comme le précise Patrick Eveno, « le site du *Monde* devient le premier site d'information français. » Ce n'est que très récemment, en octobre 2014, que ces deux rédactions fusionnent, mettant ainsi en place un système éditorial commun. Cette fusion s'est faite dans la douleur : l'économiste Julia Cagé rappelle qu'au journal *Le Monde*, « un plan de mobilité interne (qui a d'ailleurs coûté la tête à la direction en mai 2014) visait à supprimer une cinquantaine de postes du papier, soit près d'un sixième de la rédaction, pour les redéployer en interne sur le site Internet<sup>30</sup>. »

Un article du *Monde* publié en septembre 2014 confirme la bonne audience non seulement du site *lemonde.fr*, mais également des autres sites d'informations généralistes : « Si la diffusion des quotidiens recule, leur audience progresse, sous l'effet des lectures numériques. C'est le cas du *Monde* : l'audience du quotidien a progressé sur un an, selon les résultats de l'étude One/AudiPresse publiés jeudi 25 septembre. » L'article précise ensuite les chiffres d'audience de l'année 2014 : « [...] la "marque" *Le Monde* réunit chaque mois 15 298 000 lecteurs dont 9 millions environ sur le "print", près de 8 millions sur l'Internet fixe et 3,2 millions sur le mobile<sup>31</sup>. »

D'un point de vue économique, l'adaptation des journaux peut s'avérer difficile. Dans un article<sup>32</sup> paru à l'occasion des soixante-dix ans du journal, le même Patrick Eveno rappelle que les abonnements numériques n'ont rapporté que 24 millions d'euros en 2013, soit seulement 15 % du chiffre d'affaires du journal. *Le Monde* espère convertir les lecteurs fidèles en abonnés numériques grâce au système de *paywall* (littéralement « mur de péage »), afin d'obliger le lecteur à acheter le journal à l'unité ou à s'abonner pour avoir accès à la totalité des contenus.

---

30 Julia Cagé, *Sauver les médias. Capitalisme, financement participatif, démocratie*, Seuil, « La République des idées », 2015, p. 31

31 Alexis Delcambre, La lecture des quotidiens de plus en plus numérique [en ligne]. *Le Monde*, 25/09/2014. Disponible sur le Web : [http://www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2014/09/25/la-lecture-des-quotidiens-est-de-plus-en-plus-numerique\\_4493768\\_3236.html](http://www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2014/09/25/la-lecture-des-quotidiens-est-de-plus-en-plus-numerique_4493768_3236.html) (consulté le 21 mai 2015)

32 Patrick Eveno, Le Monde fête ses 70 ans : état des lieux [en ligne]. *INA Global*, 18/12/2014. Disponible sur le Web : <http://www.inaglobal.fr/presse/article/le-monde-fete-ses-70-ans-etat-des-lieux-8025> (consulté le 19 mai 2015)

VISITES MENSUELLES					
Procès verbal	Période	Visites Totales	Visites France	Pages Vues Totales	Pages Vues / Visites Totales
	Mars 2015	80 712 756	60 829 446	339 773 938	4,21
	Février 2015	68 056 936	50 790 812	284 956 927	4,19
	Janvier 2015	101 611 769	74 491 397	422 894 397	4,16
	Décembre 2014	64 180 400	49 683 929	233 214 746	3,63
	Novembre 2014	63 844 820	48 201 090	239 171 673	3,75
	Octobre 2014	65 446 588	49 044 269	250 935 267	3,83
	Septembre 2014	65 409 613	49 104 760	253 392 234	3,87
	Août 2014	58 470 715	42 677 524	228 322 854	3,9
	Juillet 2014	66 028 666	48 506 631	270 341 159	4,09
	Juin 2014	65 893 841	49 810 691	261 597 568	3,97
	Mai 2014	67 579 219	50 645 999	261 204 080	3,87
	Avril 2014	68 573 503	51 541 353	266 998 880	3,89

Source OJD

### Visites mensuelles sur le site *lemonde.fr*

VISITES MENSUELLES						
Procès verbal	Période	Visites	Visiteurs Mensuels	Rapport Visites / Visiteurs	Pages Vues Totales	Pages Vues / Visites Totales
	Mars 2015	28 507 514	2 060 858	13,83	234 291 591	8,22
	Février 2015	24 056 929	1 955 468	12,3	203 480 383	8,46
	Janvier 2015	38 773 821	2 344 937	16,54	337 847 739	8,71
	Décembre 2014	20 715 584	1 735 426	11,94	174 046 065	8,4
	Novembre 2014	21 386 812	1 744 529	12,26	184 694 314	8,64
	Octobre 2014	22 566 967	1 770 702	12,74	218 621 079	9,69
	Septembre 2014	25 794 177	1 890 395	13,64	230 773 869	8,95
	Août 2014	24 990 032	1 792 931	13,94	264 449 109	10,58
	Juillet 2014	27 141 529	1 799 675	15,08	260 093 018	9,58
	Juin 2014	25 837 067	1 739 069	14,86	239 148 623	9,26
	Mai 2014	21 997 962	1 724 728	12,75	197 136 736	8,96
	Avril 2014	23 592 229	1 762 000	13,39	207 967 992	8,82

Source OJD

### Visites mensuelles sur l'application mobile *Le Monde*

En ce qui concerne les articles de la rubrique Livres du site du *Monde*, seuls les abonnés y ont entièrement accès. Les non abonnés ne peuvent lire que les premières lignes d'un article. Un encadré mentionne ensuite le message « L'accès à la totalité de l'article est protégé » ainsi que le pourcentage de contenu restant. Le lecteur est alors libre d'acheter le journal à l'unité ou alors de souscrire à un abonnement. Par ce système, le journal cherche probablement à monnayer les contenus les plus originaux, avec le plus de valeur ajoutée, tandis que les contenus plus généralistes et plus factuels, relayés

par des agences de presse, sont, pour beaucoup, accessibles gratuitement.

En dépit de leur stratégie d'adaptation numérique, les journaux ne parviennent pas à enrayer le déficit de leur chiffre d'affaires. Néanmoins, *Le Monde* fait figure de bon élève. Preuve de son implication dans le numérique, le journal réalise trois fois plus de bénéfices que les autres organes de presse. C'est ce qu'indiquent les chiffres de l'« Enquête presse 2013 » initiée par le ministère de la Culture et de la Communication :

L'internet est encore une source de revenus mineure pour la plupart des éditeurs de presse. En 2012, l'ensemble du chiffre d'affaires lié aux services dématérialisés ne parvenait pas à dépasser les 5 % du chiffre d'affaires de l'ensemble des 300 plus importants éditeurs de presse écrite (4,5 %). Il réussit en 2013 à franchir la barre des 5 % sans pour autant parvenir à matérialiser une évolution significative (5,2 %)<sup>33</sup>.

S'adapter aux attentes et aux nouveaux comportements des lecteurs : telle est donc la condition que les éditeurs de presse doivent respecter pour espérer un regain de leurs profits sur internet. Ce même rapport indique :

Les générations de lecteurs se succèdent, se superposent et diffèrent plus dans leurs modes de consommation d'information que dans leurs besoins de cette même information. C'est ce défi que doivent relever les éditeurs et accompagner les pouvoirs publics.

\*

La transition de la presse du papier vers le numérique est le résultat de plusieurs facteurs. La baisse de la lecture de l'imprimé entraîne une baisse des ventes des journaux et donc, mécaniquement, une chute de leurs recettes. Ensuite, la généralisation d'internet et des appareils y permettant l'accès (ordinateurs, puis smartphone et tablettes numériques) permet aux lecteurs de consommer l'information autrement, hors du support papier. Afin de répondre à ces nouveaux comportements, la presse écrite n'a d'autre choix que d'investir et de s'investir dans le numérique. Elle doit se réinventer en établissant une logique d'hybridation et de complémentarité entre le numérique et le papier. En somme, elle doit se préparer à vivre sans Gutenberg :

Aucun média n'est promis à l'un ou l'autre sort. La presse, tous

---

33 FRANCE. Ministère de la Culture et de la Communication. *Tableaux statistiques de la presse. Enquête presse 2013. Chiffres provisoires* [en ligne], 2013. Format PDF. Disponible sur le Web : <http://www.culturecommunication.gouv.fr/content/download/101078/900689/version/1/file/Enqu%C3%AAt+Rapide+2013.pdf> (consulté le 22 mai 2015)

médias confondus, va plus simplement se rebâtir ou se bâtir en fonction de réalités devenues incontournables : le primat d'Internet, l'obligation pour un média d'organiser sa présence sur le réseau, et, enfin, la coexistence de deux mondes, réel et virtuel, que les journalistes doivent couvrir. Voilà le nouveau régime de la presse au temps du numérique<sup>34</sup>.

D'autres éditeurs de presse, plus spécialisés et jusqu'aux plus indépendants, ont également tenu à se faire une place sur internet. C'est le cas de la revue *Le Matricule des Anges*, créée en 1982 et déclinée en site internet. Comme indiqué sur la page de présentation de la publication, l'objectif de cette présence sur le Web est de proposer un contenu différent de celui qui est publié en édition papier :

Depuis 1998, *Le Matricule des Anges* est aussi un site internet qui prolonge le travail réalisé sur le papier. Non pas le double électronique mais autre chose encore. De l'information plus fréquente, des coups de projecteurs sur des éditeurs, des revues. L'interview d'une personnalité du monde des lettres. [...] Nous poursuivons aussi notre travail de journaliste sur d'autres supports comme la vidéo, histoire de prouver que la littérature a aussi sa place sur les écrans<sup>35</sup>.

---

34 Jean-François Fogel, Bruno Patino, *Une Presse sans Gutenberg*, Grasset, 2005, p. 35

35 <http://www.lmda.net/revue.html> (consulté le 26 mai 2015)

## II – Un nouveau rapport au texte, une nouvelle pratique de la lecture

À ma gauche, mon exemplaire du *Monde des livres* bien déplié et largement étalé sur ma table. A ma droite, mon smartphone où ce même exemplaire, au format électronique, attend aussi d'être lu. Je m'apprête à lire le même texte, le même contenu, et pourtant... Quelles différences entre l'un et l'autre, entre cet objet gutenbergien et cet outil technologique ?

Alors que « par le biais de la photocomposition et de l'informatisation des rédactions de journaux ou des maisons d'édition, le document papier avait également une existence (à la fois préalable, comme matériau de production et posthume, comme masse documentaire et archive) en tant que fichier numérique<sup>36</sup> », le journal électronique a été accessible plus tardivement pour le lecteur. On l'a vu, il a fallu attendre une généralisation des outils technologiques pour faire entrer la lecture électronique dans les mœurs de la société. Nous allons voir en quoi l'hyperlien, les moteurs de recherche et le temps réel modifient notre rapport au texte et induisent une nouvelle pratique de la lecture.

\*

### 1 – Les liens hypertextes : une lecture « à sauts et à gambades »

Ted Nelson, considéré comme l'un des inventeurs du concept d'*hypertexte*, « a imaginé un texte qui n'aurait ni début, ni fin, et serait fait de fragments que l'on pourrait librement relier entre eux<sup>37</sup> ». C'est justement ce qui est à l'oeuvre sur internet. Une page imprimée, en tant qu'espace clairement défini et délimité, conditionne la lecture. Sur une page internet, chaque hyperlien constitue un accès vers d'autres pages internet : il suffit d'un clic ou d'une pression du doigt pour les atteindre. L'hyperlien offre ainsi l'occasion au lecteur d'imiter la lecture « à sauts et à gambades » qui plaisait tant à Montaigne.

Cette notion d'*hypertexte* peut s'assimiler au concept littéraire de *transtextualité* énoncé par Gérard Genette dans *Palimpsestes. La littérature au second degré*. Il le définit comme « tout ce qui met le texte en relation, manifeste ou secrète, avec d'autres

---

36 Dominique Cotte, *Emergences et transformations des formes médiatiques*, Hermès Science, « Communication, médiation et construits sociaux », 2011, p. 144

37 Jean-François Fogel, Bruno Patino, *Une Presse sans Gutenberg*, Grasset, 2005, p. 73

textes ».

Comme le note Alice Antheaume, journaliste spécialisée dans la presse numérique, le lien hypertexte offre des possibilités infinies au lecteur de l'information numérique :

Dans l'univers numérique, toute narration s'appuie sur des liens hypertextes, souvent soulignés en bleu, qui permettent de rebondir d'une page à l'autre grâce à un système d'URL. C'est un cycle perpétuel de décollages et d'atterrissages : on clique sur un lien, on atterrit sur une page, on clique sur un autre lien, on redécouvre pour arriver sur une autre page, et ainsi de suite. Le choix des destinations est gigantesque. Dans un seul article peuvent figurer des dizaines et des dizaines de liens hypertextes insérés sur des mots clés ; il s'agit de liens vers d'autres articles choisis par le journaliste pour leur pertinence. Dans un monde en réseau, où l'entre soi est à bannir, ces liens portent volontiers vers l'extérieur et pas seulement vers des productions internes<sup>38</sup>.

De la sorte, le lecteur est amené à lire autre chose que ce qu'il recherche. Alors que le journal papier forme un tout, « un texte [sur le Web] n'a plus un début, un milieu et une fin, mais représente un ensemble de morceaux autonomes<sup>39</sup> ». Les sources et les références indiquées au moyen de ces hyperliens vont nourrir sa curiosité littéraire. Comme le note Juliette de Maeyer, les liens hypertextes ajoutent plus de crédibilité, plus de transparence et plus de diversité et mettent fin à la linéarité propre à la presse écrite traditionnelle.

La multiplication de ces liens hypertextes au sein d'une même page risque cependant de distraire le lecteur. Sur une page Web, et en particulier sur un site d'information, seule la partie gauche de l'écran correspond à un contenu purement journalistique. De nombreux liens, icônes, images et publicités entourent l'article et sont sans rapport avec le contenu recherché.

L'importance des liens hypertextes sur le Web renforce l'idée couramment émise selon laquelle la lecture sur écran est plus fragmentaire que la lecture sur papier. Robert Darnton, historien et responsable des bibliothèques de l'université américaine de Harvard, explique que cette façon de lire existait bien avant la révolution numérique. Pour cela, il prend exemple sur les savants du XVI<sup>e</sup> siècle qui, dit-il, « consultaient les livres pour y trouver leurs repères [...] et non dans le but de rechercher le savoir pour

---

38 Alice Antheaume, *Le journalisme numérique*, Les Presses de Science Po, Nouveaux débats, 2014, p. 22

39 Bernard Poulet, *La fin des journaux et l'avenir de l'information*, Gallimard, 2009, p. 128

lui-même ou pour se divertir<sup>40</sup>». Dans son tableau établissant les différences entre la lecture du journal imprimé et la lecture du journal en ligne, Khaled Zouari<sup>41</sup> mentionne cette caractéristique :

Lecture du journal imprimé	Lecture du journal en ligne
Exhaustive, approfondie, attentive, lente, concentrée, instructive, réfléchie, assidue, calme...	Individuelle, ciblée, sélective, rapide, en diagonale, technique, varie selon les capacités techniques...

Tableau n°2 : Les lecteurs et le journal imprimé/électronique

Si les hyperliens n'existent, par définition, que depuis la naissance des outils informatiques et numériques, l'hypertexte, lui, date donc de plusieurs siècles. Comme le précise Romain Wenz, il « repose sur les mêmes principes cognitifs que les renvois explicatifs entre documents, utilisés dès le Moyen Âge pour la glose religieuse et juridique<sup>42</sup>. » La « glose », c'est ce commentaire qui, bien que situé en marge du texte, cherche à l'expliquer et à l'approfondir.

L'hyperlien bouleverse donc la situation du lecteur qui, au lieu de lire de manière linéaire et de suivre le sens prescrit par la numérotation ou la hiérarchie de l'information, choisit lui-même son propre parcours de lecture. Comme le note Jean Clément :

L'écran de l'ordinateur, par ses limites physiques, impose, en effet, au lecteur une vision locale de l'hypertexte, privée des repères cartésiens de la géométrie analytique. Quelle que soit sa position dans l'espace de lecture, le lecteur est toujours au centre d'un univers dont il ne perçoit les dimensions et les enjeux qu'à partir de son propre parcours<sup>43</sup>.

## 2 – Une possibilité de recherche infinie

Alors que la consultation du *Monde du livres* en édition papier ne suppose pas

40 Robert Darnton cité par : François Granier, « Lire et écrire à l'heure du numérique », *Sociologies pratiques*, 2012/1, n° 24, p. 152

41 Khaled Zouari, « La presse en ligne : vers un nouveau média ? », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 2007/1, Volume 2007, p. 88

42 Romain Wenz, « Hypertextualisation. La quête du lien sémantique en bibliothèque », *Revue de la BNF*, 2012/3, n° 42, p. 39

43 Jean Clément, « Fiction interactive et modernité », *Littérature*, 1994, n° 96 ; en ligne : <http://hypermedia.univ-paris8.fr/jean/articles/litterature.html#hy> (consulté le 27 mai 2015)

d'acte de recherche de la part du lecteur, celui-ci est amené, devant son écran, à chercher et à sélectionner l'information qui l'intéresse. Le lecteur et sa lecture cessent ainsi d'être passifs, comme le fait remarquer Michèle Archambault :

[La consultation du Web] implique un passage par l'écriture, car, à la différence de l'imprimé, on n'accède à l'information sur l'écran que si l'on commence par écrire une requête, de manière plus ou moins experte pour ne pas être envahi par le « bruit » de l'hyperinformation<sup>44</sup>.

Le moteur de recherche du site *lemonde.fr* permet au lecteur de consulter les archives du journal depuis sa création. Le champ de recherche indique : « Rechercher dans nos articles, archives depuis 1944 ». Cependant, cet outil ne permet pas de rechercher des articles parus spécifiquement dans *Le Monde des livres*. En entrant le nom d'un écrivain ou le titre d'une œuvre, les résultats intègrent aussi les articles du cahier central et des autres suppléments du *Monde*. Des filtres existent néanmoins : auteur de l'article, date de publication, classement croissant, décroissant ou par pertinence, etc.

Nous retrouvons là une spécificité de la presse numérique, à savoir qu'elle ouvre des perspectives de recherche quasiment illimitées. Qui souhaite lire un article en particulier sans utiliser l'outil numérique n'a d'autre choix que de se rendre dans une bibliothèque pour consulter, sur place, les archives papier. Un recours plein de contraintes puisque l'établissement peut ne pas disposer de tous les numéros d'un titre (on parle de « lacunes »). De même, ce type de consultation suppose que le lecteur connaisse la date de parution du *Monde des livres*. Autant dire que la recherche littéraire est amplement facilitée par ce système d'accès aux archives : à condition qu'ils soient abonnés au *Monde*, les étudiants, les chercheurs ou les simples curieux ont un accès illimité aux actualités littéraires du *Monde des livres* et, plus largement, du *Monde*.

En plus de pouvoir consulter les archives, le lecteur a la possibilité de les archiver lui-même. Afin de ne pas perdre la trace de leur lecture, les abonnés du *Monde* disposent d'un classeur où ils peuvent enregistrer leurs articles favoris – dans la limite de 999 – pour mieux les retrouver par la suite.

Antoine Compagnon, professeur de littérature moderne et contemporaine au Collège de France, reconnaît les atouts du numérique dans son propre travail de chercheur :

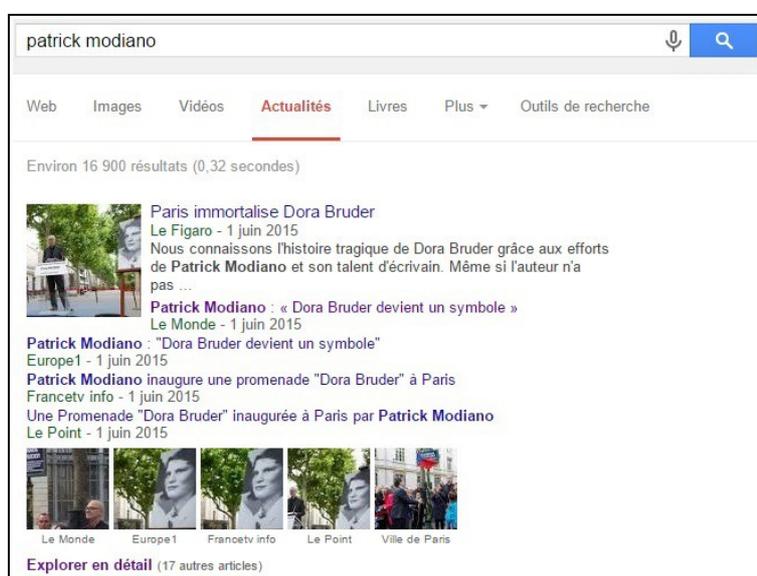
---

<sup>44</sup> Michèle Archambault, « Culture littéraire et culture informationnelle. À l'heure du numérique, la reconnaissance d'un domaine info-littéraire », *Les Cahiers du numérique*, 2009/3, Vol. 5, p. 120

Le monde numérique a plus profondément encore transformé mon métier de chercheur en multipliant les ouvrages et les revues auxquels j'ai accès de chez moi, vingt-quatre heures sur vingt-quatre et sept jours sur sept, en dehors des heures d'ouverture de la Bibliothèque nationale de France. Je vérifie, avant de me déplacer à la bibliothèque, si le livre dont j'ai besoin existe sous forme numérique, et j'ai constitué dans mon ordinateur une bibliothèque de mes auteurs de prédilection<sup>45</sup>.

Les moteurs de recherche permettent aux actualités littéraires de gagner en visibilité. En entrant la requête « Patrick Modiano » dans le moteur de recherche Google<sup>46</sup>, le premier résultat affiché renvoie vers la page Wikipédia de l'auteur. Parmi les résultats suivants, on trouve non seulement des liens vers les sites de maisons d'édition (Gallimard) ou les sites marchands (Amazon), mais aussi des liens vers les sites de presse (*Le Figaro*, *Le Point*, *Le Monde*) ou les réseaux sociaux dédiés à la lecture (Babelio). Dans ce dernier cas, une notation sur 5 avec étoiles fait suite au lien : ainsi, l'auteur Patrick Modiano se voit attribuer une note de 3,5 et 3 754 avis.

Effectuer cette même requête dans Google Actualités permet de réduire le bruit médiatique. Les résultats affichés renvoient uniquement vers des sites d'information et donc vers des contenus purement journalistiques. Début juin 2015, la dernière actualité concernant l'auteur Patrick Modiano, relative à l'inauguration de la promenade Dora Bruder à Paris, fait l'objet de 17 résultats.



### Résultats de la requête "Patrick Modiano" dans Google Actualités le 5 juin 2015

45 Antoine Compagnon, « Lire numérique », *Le Débat*, 2012/3, n° 170, p. 104

46 Recherche effectuée le 19/05/2015 puis le 05/06/2015.

Du fait de la diversité des résultats obtenus au moyen des moteurs de recherche, on peut considérer que les actualités concernant un auteur ou une œuvre sont comme « noyées dans la masse ». Selon moi, le contenu d'un média compte moins que le média lui-même : en effet, sur le Web, la tendance est de consulter un article sans porter attention au média qui l'a produit. Il semble donc que l'attachement et la fidélité à un titre de presse est moindre hors du support papier. Dans l'exemple donné (voir copie d'écran ci-dessus), j'ai le choix de consulter *Le Monde* comme j'ai le choix de consulter *Le Figaro* (premier résultat) ou Europe 1.

Si, dans la « vie réelle », il est facile de distinguer un kiosque à journaux d'un commerce ou d'une bibliothèque, il en va tout autrement sur internet où un même support diffuse tout à la fois contenu journalistique, contenu commercial et contenu scientifique. Une confusion que met en avant Roger Chartier, historien du livre, de l'édition et de la lecture :

Au moins jusqu'à aujourd'hui, dans le monde électronique, c'est la même surface illuminée de l'écran de l'ordinateur qui donne à lire les textes, tous les textes, quels que soient leur genre ou leur fonction. Est ainsi rompue la relation qui, dans toutes les cultures écrites antérieures, liait étroitement des objets, des genres et des usages. C'est cette relation qui organise les différences immédiatement perçues entre les différents types de publications imprimées et les attentes de leurs lecteurs, guidés dans l'ordre ou le désordre des discours par la matérialité même des objets qui les portent<sup>47</sup>.

Pour qui souhaite lire les critiques d'un livre, les forums, les blogs personnels ou encore les sites spécialisés en littérature sont davantage mis en avant que les sites de presse. Babelio, qui se revendique comme étant un « réseau social dédié aux livres et aux lecteurs », permet à ces derniers « d'obtenir des informations sur des oeuvres ». Les avis publiés par les membres inscrits viennent ainsi concurrencer ceux des critiques professionnels. Ces derniers publient soit dans un supplément ou un magazine littéraire, soit sur leur blog personnel. Certains font les deux, comme l'écrivain-journaliste Pierre Assouline, collaborateur, entre autres, au *Magazine littéraire* et par ailleurs très impliqué dans la tenue de son site [larepubliquedeslivres.com](http://larepubliquedeslivres.com).

Sur le Web 2.0, dit « participatif », la parole du journaliste spécialiste fait moins autorité que sur le papier. Le phénomène n'est pas propre à la littérature puisqu'il touche

---

47 Roger Chartier, L'avenir numérique du livre [en ligne], *Le Monde*, 26/10/2009. Disponible sur le web : [http://www.lemonde.fr/idees/article/2009/10/26/l-avenir-numerique-du-livre-par-roger-chartier\\_1258883\\_3232.html](http://www.lemonde.fr/idees/article/2009/10/26/l-avenir-numerique-du-livre-par-roger-chartier_1258883_3232.html) (consulté le 30 mai 2015)

aussi le cinéma, la musique, respectivement représentés par des plateformes comme Allociné ou Sens critique. Le fait que les citoyens s'expriment suggère une certaine indépendance d'opinion de leur part. Preuve de cette objectivité générale, les mauvaises critiques se mélangent aux bonnes, donnant ainsi une impression de neutralité. En cela, il n'est pas rare qu'un livre ou un film loué par la critique (presse) soit boudé par le public et fasse l'objet d'avis défavorables sur les plateformes spécialisées.

### **3 – Nouveau rapport au temps et à l'espace**

Le numérique supprime la notion de périodicité. Alors que la version papier du *Monde des livres* est soumise à un rythme hebdomadaire, sa version numérique est actualisée beaucoup plus régulièrement. Il n'est plus besoin d'attendre le vendredi pour lire les actualités littéraires : sur le site *lemonde.fr*, elles paraissent tout le reste de la semaine.

Si une erreur, sur le contenu comme sur la forme, est signalée par un lecteur ou repérée par le journaliste lui-même, celui-ci est en mesure d'éditer l'article instantanément et autant de fois qu'il le souhaite sur le site *lemonde.fr*. L'heure et la date de cette mise à jour sont alors mentionnées. Dans le supplément littéraire papier, une erreur importante sera signalée par un erratum dans le numéro suivant. Si l'on compare le journaliste à l'écrivain, on peut affirmer avec François Granier que l'écriture numérique « rend aisés non seulement les réarrangements de phrases, de paragraphes... mais permet à l'écrivain "en ligne" d'intégrer des modifications suggérées par des lecteurs, d'insérer des images, des vidéos...<sup>48</sup> »

Au moyen des outils numériques, l'information s'affranchit de la périodicité pour devenir instantanée : on parle alors d'information en « temps réel ». Dominique Cotte constate que, du fait de l'instantanéité du traitement de l'actualité, « les hebdomadaires [...] se rapprochent du rythme des quotidiens en ligne et perdent leur spécificité d'organe de réflexion et de recul (qu'ils conservent sur le papier)<sup>49</sup> ». A l'auteure d'ajouter que les quotidiens en ligne eux-mêmes perdent leur périodicité en publiant plusieurs éditions sur une même journée.

La mort de la romancière britannique Ruth Rendell, survenue le matin du 2 mai

---

48 François Granier, « Lire et écrire à l'heure du numérique », *Sociologies pratiques*, 2012/1, n° 24, p. 154

49 Dominique Cotte, *Emergences et transformations des formes médiatiques*, Hermès Science, « Communication, médiation et construits sociaux », 2011

2015, a fait l'objet d'une nécrologie<sup>50</sup> publiée seulement quelques heures plus tard dans la rubrique Livres du site lemonde.fr. Elle a ensuite été reprise dans la rubrique Disparitions du cahier central daté du 5 mai. Chose étonnante, l'édition papier du *Monde des livres* du 8 mai ne lui consacre pas de nécrologie plus approfondie, probablement car l'actualité est déjà jugée dépassée.

On est donc loin de l'époque où il fallait attendre quelques heures au moins, quelques jours au plus, avant d'avoir accès aux dernières actualités. Une attente proportionnelle à la distance par rapport à Paris, comme le raconte Antoine Compagnon :

Quand je suis parti pour New York en 1985, j'allais une fois ou deux par semaine acheter *Le Monde*, celui de l'avant-veille au mieux, au point de vente le plus proche, sur la 72e Rue, à trente bonnes minutes à pied de chez moi. Sur la Toile, j'ai vite pris l'habitude de feuilleter quotidiennement la presse de Paris, et j'ai marché beaucoup moins, deux effets plus ou moins heureux de l'extraordinaire globalisation et accélération du monde : on est partout en même temps<sup>51</sup>.

Si l'information en temps réel induite par le numérique change la manière dont sont informés les lecteurs, elle modifie aussi la façon dont travaillent les journalistes. Au *Monde*, le bouclage a lieu à 11 heures. Les exemplaires sont imprimés à Ivry-sur-Seine, en proche banlieue parisienne, et arrivent aux alentours de 13 heures dans les points de vente franciliens et en fin d'après-midi en province. Cette caractéristique, propre, en France, au journal *Le Monde*, en fait un « journal du soir », bien qu'il soit en réalité diffusé à partir de midi.

Face à la mutation numérique, *Le Monde* est devenu un « journal du matin ». En effet, afin de s'adapter aux besoins nouveaux des lecteurs, *Le Monde* a lancé le 11 mai 2015 l'application mobile La Matinale du *Monde*. Comme l'explique l'ancien directeur du journal, Gilles van Kote, cette innovation constitue « une étape supplémentaire dans sa stratégie de développement éditorial grâce à cette nouvelle édition complémentaire du quotidien imprimé, de son site Internet et de son application d'actualité en continu<sup>52</sup>. » De même, elle montre, encore une fois, que le lecteur s'affranchit des

---

50 Raphaëlle Rérolle. La romancière britannique Ruth Rendell est morte [en ligne]. *Le Monde*, 02/05/2015. Disponible sur le Web : [http://www.lemonde.fr/livres/article/2015/05/02/la-romanciere-britannique-ruth-rendell-est-morte\\_4626446\\_3260.html](http://www.lemonde.fr/livres/article/2015/05/02/la-romanciere-britannique-ruth-rendell-est-morte_4626446_3260.html) (consulté le 09 mai 2015)

51 Antoine Compagnon, *op. cit.*, p. 103

52 Gilles Van Kote, *Le Monde* lance sa matinale, une application mobile du matin [en ligne]. *Le Monde*, 11/05/2015. Disponible sur le Web : [http://www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2015/05/11/le-monde-lance-sa-matinale-une-application-mobile-du-matin\\_4630944\\_3236.html](http://www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2015/05/11/le-monde-lance-sa-matinale-une-application-mobile-du-matin_4630944_3236.html) (consulté le 22 mai 2015)

contraintes temporelles et géographiques en restant connecté partout et tout le temps. Cela confirme l'idée d'Eric Scherer selon laquelle « Internet est désormais sur soi, et plus seulement chez soi<sup>53</sup> ». Il ajoute que cette évolution des pratiques est avant tout impulsée par les jeunes générations, dites *digital natives* : « Les jeunes, les "milléniaux", qui ne jugent plus pertinents les contenus des médias traditionnels, dictent les tendances sur les comportements en ligne<sup>54</sup> .»

Notons, enfin, que certains titres de presse font le choix de ne pas opter pour le temps réel. C'est le cas du *Magazine littéraire*, dont le site internet semble n'être actualisé qu'au moment de sa sortie en kiosque. La revue fait aussi le choix de publier un faible nombre d'articles, là où les suppléments littéraires reproduisent l'ensemble de leur contenu sur leur site. La stratégie du *Magazine littéraire* semble donc moins de substituer sa publication imprimée en site internet que d'utiliser ce site comme un élément incitant à l'achat.

\*

En choisissant de lire sur un écran plutôt que sur un support papier, le lecteur bénéficie de nouvelles conditions de lecture. Au moyen des hyperliens, il peut l'enrichir, rebondir de page en page et donc créer son propre parcours de lecture. Les moteurs de recherche rendent le lecteur actif dans la mesure où il effectue lui-même sa recherche.

C'est en particulier sur le front temporel et spatial que le numérique bouleverse le plus notre rapport de lecture. Alors que les actualités des suppléments littéraires sont soumises à un rythme hebdomadaire, elles sont, par leur présence en ligne, affranchie de cette contrainte. Le lecteur a accès aux contenus partout, tout le temps et en temps réel.

Roger Chartier détaille très justement les différences qui existent entre le support numérique et le support papier :

L'exemple des périodiques illustre la profonde différence qui existe entre les lectures du « même » texte lorsqu'il passe d'un support imprimé à une forme électronique. Le cas des journaux est lui aussi particulièrement éclairant. Dans le journal imprimé, le sens donné par le lecteur à chaque article dépend de la présence, sur la même page ou dans le même numéro, d'autres articles ou d'autres éléments (photographies, caricatures, annonces publicitaires, etc.). Le lecteur construit la signification de l'article qu'il lit à partir de sa mise en relation, même

---

53 Eric Scherer, *A-t-on encore besoin des journalistes ? Manifeste pour un « journalisme augmenté »*, Presses Universitaires de France (PUF), 2011, p. 8

54 *Ibid.*, p. 12

inconsciente, avec ce qui le précède, l'accompagne ou le suit et, également, à partir de sa perception de l'intention éditoriale et du projet intellectuel, esthétique ou politique qui gouvernent la publication. Dans la forme électronique, la lecture du « même » article s'organise à partir de l'architecture logique qui hiérarchise des domaines, des thèmes, des rubriques et des mots-clefs. Cette lecture procède à partir d'une organisation encyclopédique qui propose au lecteur des textes qui n'ont pas d'autre contexte que celui donné par leur appartenance à une même thématique<sup>55</sup>.

---

<sup>55</sup> Roger Chartier, « L'écrit sur l'écran. Ordre du discours, ordre des livres et manières de lire », *Entreprises et histoire*, 2006/2, n° 43, p. 21

### III – Vers un « journalisme augmenté »

On l'a vu, l'écran offre, pour le lecteur, un nouveau rapport au texte. Il conduit aussi les journalistes, en tant qu'auteurs et scripteurs, à éditer des contenus dans de nouveaux formats. Du texte et de l'image, on passe au son et à la vidéo. A cela s'ajoute une socialisation de la lecture au moyen des réseaux sociaux. Autant dire que le journalisme est « augmenté », comme l'estime l'estime Eric Scherer dans un livre au titre provocateur : *A-t-on encore besoin des journalistes ?*

\*

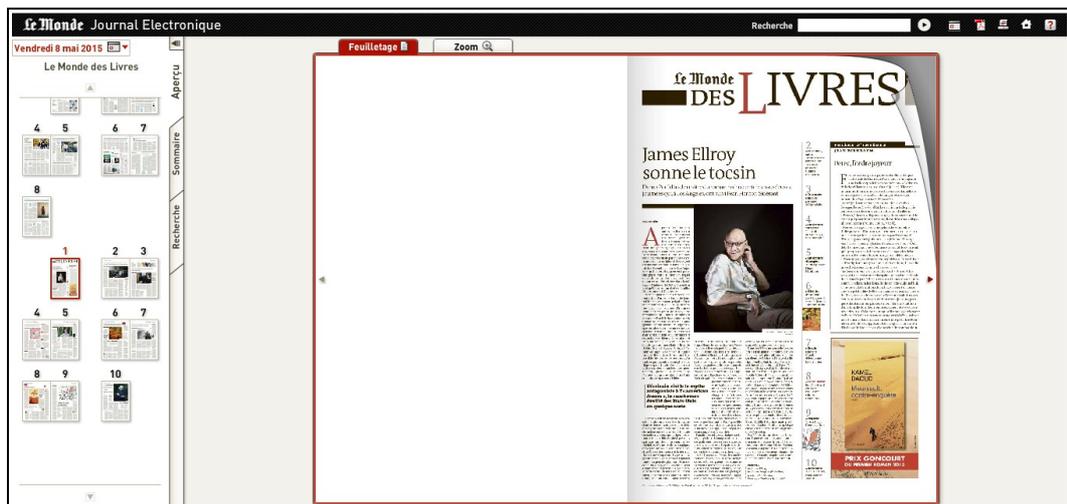
#### 1 – D'un contenu textuel...

Le lecteur désireux de retrouver sur écran *Le Monde des livres* a la possibilité de le consulter au format PDF. Il lui suffit soit de le télécharger un fichier – qui est alors enregistré sur la mémoire de son appareil – soit de l'ouvrir avec l'application interne au site *lemonde.fr*. Dans l'un et l'autre cas s'affiche la version numérisée du supplément tel qu'il est imprimé sur papier. La maquette, la mise en page ou encore la pagination restent identiques sur les deux supports. Le texte est dit *homothétique* dans la mesure où il est strictement identique à la version papier. Ce terme désigne avant tout les livres électroniques, le plus souvent édités au format ePub.

Cette citation de Guy Bennett, bien qu'elle évoque non pas la presse mais le livre électronique, éclaire sur la spécificité des textes homothétiques :

Au fond ce ne sont que des textes traditionnels camouflés en « livres » numériques, le texte lui-même ne différant pas des textes conventionnels puisque les nouvelles fonctionnalités dont il est doté (agrandissement des caractères, possibilité de faire des recherches globales, etc.) proviennent de son support et non de sa textualité.

La lecture électronique cherche à imiter la lecture sur papier. Sur la page de téléchargement des éditions du *Monde*, la une de chaque cahier, le *Monde des livres* compris, nous est présentée pliée en deux, c'est-à-dire telle qu'elle se présente en kiosques. Par ailleurs, une fois ouverte l'application de lecture électronique, le coin supérieur d'une page se plie légèrement quand on passe notre curseur dessus. Cette fonctionnalité qui, notons-le, existe sur la plupart des liseuses, vise à imiter le geste de tourner les pages papier avec le doigt. La lecture des pages se fait alors toujours de



## Lecture du *Monde des livres* au format électronique

**A**vec le Journal Electronique, retrouvez à l'écran, toutes les sensations du journal papier et en plus profitez des avantages du numérique.

**Aperçu.** Visualisez toutes les pages du journal.

**Sommaire.** Accédez aux articles classés par séquence.

**Recherche.** Retrouvez tous les articles du journal sur un mot clé.

**Feuilleter.** Lisez le journal et cliquez sur les articles qui vous intéressent pour les agrandir.

**Zoom.** Avec cet onglet, agrandissez les textes et les images de la page. Choisissez votre niveau de zoom avec la loupe.

**Impression.** Imprimez tout le Journal Electronique ou les pages de votre choix.

**Téléchargement.** Téléchargez le Journal Electronique sur votre ordinateur.

**Cliquez sur cette flèche** située aux extrémités des pages du Journal pour le feuilleter.

**Cliquez sur cette icône** pour replier la barre d'outils située à gauche.

Pour en savoir plus, consultez [la foire aux questions](#) du Journal Electronique.

**Fonctionnalités de la lecture du journal au format électronique sur [lemonde.fr](http://lemonde.fr)**

gauche à droite et non du haut vers le bas comme sur une page Web classique. Comme expliqué brièvement en première partie (I-2, p. 15), le geste semble plus « réaliste » lorsqu'il est réalisé sur un écran tactile, comme un smartphone ou une tablette numérique, puisque l'utilisateur effectue le geste de tourner la page.

Ce nouveau mode de lecture brouille la hiérarchie de l'information. Dominique Cotte remarque à ce propos :

Un quotidien, un magazine, une revue scientifique se distinguent au premier coup d'oeil de par leur format, leur maquette, leur graphisme, leur mise en page. En revanche, à l'intérieur d'un même sous-genre, dans la presse écrite (quotidiens d'opinion, journaux populaires, journaux sportifs), les différents titres ont tendance à se ressembler et à adopter de manière rapprochée les mêmes changements de maquette selon les modes du moment. Il est beaucoup plus difficile d'obtenir une différenciation par genre à travers l'écran<sup>56</sup>.

Comme mentionné dans l'application de lecture du journal électronique : « Avec le Journal Electronique, retrouvez à l'écran toutes les sensations du journal papier et en plus profitez des avantages du numérique. » Parmi ces fonctionnalités : le zoom, le choix de la taille des caractères ou encore le système de feuilletage. En passant notre curseur sur un article, le texte est grisé ; cliquer dessus permet l'ouverture d'une fenêtre où figure l'article sélectionné. L'article papier ne dispose pas des mêmes propriétés que cet article électronique. Alors que l'un est disposé dans les « colonnes » caractéristiques de la presse écrite, l'autre est disposé comme sur une page Web classique, c'est-à-dire sous forme de « rouleau ».

Dans *Le Monde des livres* daté du vendredi 22 mai 2015, une note en bas de la page 12 indique ainsi au lecteur qu'il peut enrichir sa lecture en se rendant sur l'un des blogs rattachés au site *lemonde.fr* : « L'intégralité de l'entretien avec Luz est à lire sur le blog du *Monde* consacré à la bande dessinée, "Les petits miquets" : <http://bandedessinee.blog.lemonde.fr>. » Le Web vient alors en complément du papier en proposant un contenu inédit : ici, en l'occurrence, l'interview du dessinateur Luz publiée sur le blog complète son portrait publié dans le supplément *Le Monde des livres*.

En somme, la lecture d'un texte transposé à l'écran est enrichie par les fonctionnalités propres à l'ordinateur, au smartphone ou à la tablette. Comme le fait remarquer Dominique Cotte, la manière de lire s'en trouve ainsi modifiée :

Dans son fond, un journal papier est aussi un produit

---

<sup>56</sup> Dominique Cotte, *Emergences et transformations des formes médiatiques*, Hermès Science, « Communication, médiation et construits sociaux », 2011, p. 56

électronique. Mais ce qui est visé surtout, à travers le qualificatif électronique, c'est la recherche d'un nouveau mode de lecture qui exploiterait au mieux les potentialités de la machine, en structurant l'information d'une autre manière que dans le journal papier<sup>57</sup>.

## 2 – ... à un contenu multimédia

La presse numérique nous fait passer d'un contenu purement textuel à un contenu multimédias. Comme le notent Eric Dagiral et Sylvain Parasio : « Depuis 2003, le site web du journal *Le Monde* intègre des "portfolios sonores" (un ensemble de photographies commentées par des journalistes de la rédaction web) et diffuse des vidéos à partir de 2005. »



### Capture d'écran du site lemonde.fr

C'est ainsi que *Le Monde des livres* propose des contenus lisibles exclusivement sur le site lemonde.fr. Des vidéos y sont régulièrement publiées : elles peuvent tout aussi bien prendre la forme de chroniques que d'entretiens avec un auteur. Certaines de ces vidéos cherchent à imiter les formats télévisuels en incluant, par exemple, des images d'archives ou d'actualité. La chronique filmée de Jean Birnbaum au sujet du livre d'Emmanuel Todd, *Qui est Charlie ? Sociologie d'une crise religieuse*, laisse ainsi la place à plusieurs photos de la Marche républicaine du 11 janvier 2015 dont il s'inspire.

Ce contenu est original dans la mesure où l'on ne retrouve la retranscription écrite des vidéos ni sur le site internet ni sans le supplément papier. Si l'on considère le

---

<sup>57</sup> *Ibid.*, p. 62

papier comme un support « inerte », l'écran est donc, à l'inverse, un support vivant, dynamique et interactif. Preuve que la presse écrite doit désormais coexister avec la vidéo, la plupart des médias de presse écrite disposent de leur propre studio d'enregistrement. Par ailleurs, bien qu'elles sont peu utilisées pour relater l'actualité littéraire, les infographies interactives sont une autre forme de document multimédia largement répandu dans la presse en ligne. Au sein de la rédaction du *Monde*, c'est l'équipe des « Décodeurs » qui a en charge la réalisation de ces contenus.

Comme le rappellent Dagiral et Parasie, ce contenu multimédias, en s'ajoutant au contenu purement textuel, modifie non seulement la façon dont les lecteurs s'informent, mais aussi la façon dont les journalistes la produisent :

D'abord, ces contenus remettent en cause les formats de l'imprimé en redistribuant l'attention des lecteurs entre les éléments textuels, photographiques et audiovisuels. Ensuite, ils offrent des possibilités narratives auxquelles les journalistes n'avaient pas accès jusque-là, ce qui rend plus difficile la sélection des contenus d'information<sup>58</sup>.

Pour Olivier Le Deuff, docteur en sciences de l'Information et de la Communication et maître de conférences à l'université Bordeaux 3, « la notion de texte ne doit [...] pas être assimilée trop simplement au livre », et donc, a fortiori, au journal. Selon lui, notre vision de la lecture est trop « occidentale » : elle ne prend pas en compte « les systèmes d'écriture, notamment asiatiques, basés sur des idéogrammes qui sont évidemment des images ». Il ajoute :

L'opposition texte/image résulte donc d'une confusion qui se retrouve également dans les discours sur les « nouveaux médias », souvent perçus comme vecteurs de sensations inédites, de sollicitations visuelles [...]. Or, ces environnements requièrent des formes de lecture, si bien qu'il est possible de considérer une image, une vidéo, une interaction comme une forme de texte nécessitant une lecture. Dès lors l'évocation de cultures numériques n'est qu'une manière de désigner une nouvelle culture textuelle dont les perspectives et potentialités s'accroissent<sup>59</sup>.

De même, la lecture numérique change le rapport du lecteur au texte : la notion de page devient labile, les outils de recherche qui permettent de faire des statistiques exploitables sur le plan lexicographique ou sémantique et de lire de façon tabulaire

---

58 Éric Dagiral et Sylvain Parasie, « Vidéo à la une ! L'innovation dans les formats de la presse en ligne », *Réseaux*, 2010/2, n° 160-161, p. 105

59 Olivier Le Deuff, *La formation aux cultures numériques. Une nouvelle pédagogie pour une culture de l'information à l'heure du numérique*, Fyp, « Société de la connaissance », 2011, p. 24

permettent de nouvelles approches interprétatives<sup>60</sup>.

*Mediapart*, le site d'information fondé par Edwy Plenel, accorde une grande place à l'écrit, avec des articles longs souvent répartis sur plusieurs pages. Le *pure-player* exploite toutes les potentialités du numérique en enrichissant le contenu textuel par, notamment, de nombreuses vidéos. Celui qui a anciennement été le directeur du *Monde* défend cet apport du multimédia :

Loin d'appauvrir le journalisme, le multimédia l'enrichit. On peut avoir des formats longs, uniquement écrits, on peut donner sa documentation aux lecteurs par les liens hypertextes, on peut compléter par du son et de l'image, on peut tout faire à la fois. Internet est un chantier qui permet de réinventer le métier sans aucunement céder sur la valeur du contenu<sup>61</sup>.

### **3 – Une socialisation de la lecture par les réseaux sociaux**

Comme chaque titre de presse, *Le Monde* est présent sur les réseaux sociaux. Sa page Facebook<sup>62</sup> est « aimée » par plus de 2,2 millions d'utilisateurs. Sur Twitter, réseau social de micro-blogging, le compte du *Monde*<sup>63</sup> est « suivi » par 3,7 millions d'utilisateurs. Si le supplément *Le Monde des livres* ne dispose pas de sa propre page sur Facebook, il possède en revanche son propre compte dédié sur Twitter<sup>64</sup> suivi par 35 400 utilisateurs<sup>65</sup>. Le journal, pourtant imprégné d'une forte culture écrite (à l'inverse des *tabloïds* qui privilégient l'image), investit également le réseau social Instagram dédié à la photographie.

Les réseaux sociaux permettent de promouvoir et de donner de la visibilité aux nouveaux contenus. C'est ainsi que la publication d'un nouvel article sur lemonde.fr est presque systématiquement suivi par une publication sur les réseaux sociaux. Dans ce cas, c'est l'information qui va vers le lecteur plus que l'inverse. Ces plateformes peuvent également être utilisées pour diffuser des informations, non pas sur le contenu du journal, mais sur la publication du journal lui-même. Ainsi, Jean Birnbaum, rédacteur en chef du *Monde des livres*, utilise régulièrement son compte Twitter pour partager ses lectures et ses citations.

---

60 Nathalie Piegay, « Un bouleversement du rapport aux savoirs », *Documentaliste-Sciences de l'Information*, 2014/4, Vol. 51, p. 8

61 Serge July, Jean-François Kahn, Edwy Plenel, *Faut-il croire les journalistes ?*, éd. La Découverte, coll. Repères, p. 163

62 <https://www.facebook.com/lemonde.fr>

63 <https://twitter.com/lemondefr>

64 <https://twitter.com/MondedesLivres>

65 Chiffres au 23 avril 2015.

Les utilisateurs de Twitter, plus couramment appelés « twittos », peuvent ainsi facilement partager une actualité littéraire avec leurs abonnés. Le plus souvent, ils utilisent la touche Twitter (symbolisée par un oiseau blanc sur fond bleu clair) présente dans le corps de l'article pour le partager. Leur publication contient le titre dudit article, le lien URL qui y mène, ainsi que la mention *via @lemondefr*. Dans la limite de 140 signes, ils sont libres, en même temps, d'émettre un avis ou une critique sur, par exemple, l'oeuvre dont il est question dans l'article.

Comme le note Alice Antheaume, « les journalistes ne maîtrisent plus le contexte dans lequel leur publication est lue. Ils doivent intégrer l'idée que chacun de leurs contenus a une vie "sociale" en dehors de celle qu'ils lui ont assignée<sup>66</sup> ». Et pour cause, le contenu qu'ils produisent se propage sur internet sans qu'il soit possible de le contrôler : leurs articles sont partagés, commentés ou critiqués et parfois relayés par d'autres médias.

Ces réseaux sociaux rapprochent les lecteurs des journalistes. Alors qu'autrefois les rédactions croulaient sous les « courriers de lecteurs », elles doivent désormais gérer tout un flux de commentaires à la fois sur leur site et sur les réseaux sociaux. Les lecteurs peuvent plus facilement interpeller les journalistes, exprimer leur opinion ou encore enrichir un article en partageant un autre article. Cette nouvelle relation entre les lecteurs et ceux qui font l'information conduit les journaux (et plus largement les entreprises) à se doter d'un *community manager*, littéralement un gestionnaire de communauté.

Dans la citation mise en exergue, Frédéric Martel estime que « le petit "J'aime" de Facebook ou le "retweet" de Twitter, ont mille fois plus d'influence qu'une critique ». On serait tenté de lui donner raison, tant les réseaux sociaux favorisent le « bourdonnement », plus couramment appelé le « buzz », ainsi qu'une diffusion virale des contenus. Les œuvres dont on discute le plus, notamment parce qu'elles font polémique, sont souvent celles qui se vendent le plus. Les critiques portent alors moins d'attention aux qualités littéraires du roman qu'aux sujets qu'il aborde. C'est ainsi que le livre *Soumission* de Michel Houellebecq a occupé l'espace médiatique – et a fortiori les réseaux sociaux – dès sa sortie en janvier 2015. L'attentat contre la rédaction de *Charlie Hebdo* qui a eu lieu le 7 janvier, c'est-à-dire le lendemain de sa parution, ajouté au départ précipité de l'écrivain, ont évidemment eu pour effet d'amplifier la polémique et

---

66 Alice Antheaume, *Le journalisme numérique*, Les Presses de Science Po, « Nouveaux débats », 2014, p. 160

le bruit médiatique autour de cette parution. Autre exemple, celui du livre *Merci pour ce moment* de Valérie Trierweiler, amplement commenté, plus pour sa dimension polémique que pour ses qualités littéraires – probablement absentes.

Cependant, les actualités littéraires restent peu relayées en dehors des grands événements relatifs aux livres (Salon du livre, rentrée littéraire, remises de Prix, ...). C'est plus spécifiquement le cas sur Facebook, où la page du *Monde* ne partage que cinq ou six publications chaque jour. Une grande partie des visiteurs provenant de ces réseaux sociaux, au premier rang desquels Facebook, les médias cherchent à y diffuser les informations les plus consensuelles, celles qui sont censées intéresser le public le plus large possible et les plus en phase avec leur ligne éditoriale. En effectuant cette sélection, on est tenté de croire que les médias cherchent à écarter les sujets les plus « élitistes », dont semble donc faire partie la littérature.

\*

Bien que les médias de presse écrite ne négligent pas le papier, sur lequel ils se sont bâtis et ont appuyé leur prospérité, il semble que tous ou presque font le choix d'investir dans le numérique. Pour cela, plusieurs stratégies sont employées : une numérisation pure et simple des contenus imprimés (notamment au moyen du format PDF) ; ou une écriture multimédias s'appuyant sur le mélange du texte, du son et de l'image.

Si le lecteur-internaute est souvent seul au moment de lire sur son ordinateur, son téléphone et sa tablette, il s'inscrit, sur le Web, au sein d'un vaste réseau qu'on a coutume de surnommer « village global ». Les réseaux sociaux, de plus en plus plébiscités à la fois par les journalistes et leurs lecteurs, permettent à chaque publication d'avoir une « vie sociale ». De fait, la relation entre l'un et l'autre n'est plus verticale mais horizontale : le lecteur a désormais la parole.

S'il paraît évident que l'émergence de la culture de l'écran réduit les chances de survie du papier, il convient de noter qu'elle représente une chance pour la presse de se réinventer. Dans un dossier de la revue *INA Global* consacré à la crise des médias, Hervé Lavergne, journaliste en presse écrite, s'enthousiasme des nouvelles perspectives qu'offre la révolution numérique :

La migration numérique a donné lieu à l'apparition d'offres créatives, de mieux en mieux accordées aux caractéristiques du

média Internet (réactivité, interactivité, logique de flux, connexion permanente...), et incorporant une large part de son et de vidéo. Qu'il semble loin le temps où les journaux se contentaient d'une simple transposition de l'écrit vers l'écran, sans valeur ajoutée, et avec un confort de lecture sommaire ! Grâce à ces progrès, la lecture à l'écran s'est généralisée, et elle est pratiquée aujourd'hui par 59 % des Français, dont 24 % de façon exclusive, d'après l'étude Audipresse de 2014<sup>67</sup>.

---

<sup>67</sup> Hervé Lavergne, « Crise des médias ou médias en crise ? », *INA Global*, 2014/3, p. 34

## CONCLUSION

Le chagrin des pessimistes a toujours été démenti. Soit. Et cependant les derniers temps n'ont pas permis d'exclure a priori, au nom de ces précédents, que, cette fois-ci, il s'agisse d'autre chose, d'une révolution plus dramatique pour les médias antérieurs. Avec un bouleversement inédit dans l'équilibre des pouvoirs, en deux décennies, au profit des médias nouveaux souvent servis par une spéculation qui a anticipé le triomphe<sup>68</sup>.

C'est ainsi que Jean-Noël Jeanneney conclut son ouvrage *Une histoire des médias, des origines à nos jours*, réédité quatre fois depuis sa parution en 1990 suite aux évolutions incessantes de l'objet à l'étude. Dramatique ou non, cette révolution est si bien ancrée dans nos habitudes qu'il semble difficile de faire marche arrière. Elle est irréversible, comme celle qu'a représenté l'invention de l'imprimerie.

### **La critique journalistique de plus en plus concurrencée**

A la question de savoir si l'émergence du numérique menace l'existence des suppléments littéraires, je serais tenté de croire que ces derniers continueront à coexister avec différentes formes d'expression sur le Web. Néanmoins, les suppléments et les revues littéraires gagneraient à se concentrer principalement sur la réalisation de contenus purement journalistiques, comme les articles de fond ou les dossiers (sur un auteur, une thématique, etc.). Les journalistes, caractérisés par leur « capacité à trier, à authentifier, à mettre rapidement en perspective l'info, à lui donner du sens et à relier les événements<sup>69</sup> », continueront à rédiger des critiques littéraires mais devront avoir conscience qu'elles ne feront plus autorité : le Web 2.0 offre en effet la possibilité aux lecteurs de s'improviser critiques. Plus ou moins anonymes, ils ont le mérite de faire preuve d'indépendance en exprimant des avis très variés. Comme le note Bernard Poulet : « De plus en plus de sites ou de blogs fondent leur succès sur la méfiance à l'égard des médias officiels<sup>70</sup> ». Ce faisant, ils renouent avec une tradition vieille comme le monde : le bouche-à-oreille.

Le Web étant à la fois un lieu d'information et un lieu d'achat, la plupart des

---

68 Jean-Noël Jeanneney, *Une histoire des médias. Des origines à nos jours*, Seuil, « Points Histoire », 2011, p. 374

69 Eric Scherer, *A t-on encore besoin des journalistes ? Manifeste pour un « journalisme augmenté »*, PUF, 2011, p. 15

70 Bernard Poulet, *La fin des journaux et l'avenir de l'information*, Gallimard, 2009, p. 109

plateformes de *e-commerce*, comme Amazon ou Fnac, permettent ainsi non seulement d'acheter un livre, mais aussi de lire les avis relatifs. On peut suggérer que ces plateformes continueront à centraliser les avis sur les produits culturels.

Dans son *Histoire du journal « Le Monde ». 1944-2004*, Patrick Eveno rappelle à juste titre que, bien avant l'arrivée du Web, « *Le Monde* ne détient pas le monopole de la critique, dans la mesure où *Le Figaro* et *Libération* publient également un supplément sur les livres, tandis qu'un grand nombre d'autres médias consacrent une partie de leur couverture éditoriale à la production littéraire<sup>71</sup> ».

Une enquête, réalisée par Delphine Le Goff, journaliste au magazine *Stratégies*, confirme l'avis l'opinion de Frédéric Martel : « Fini le rôle prescripteur de la presse. »

Pour un auteur, une parution dans les pages littéraires d'un grand hebdomadaire ou d'un grand quotidien (*Le Monde des livres* ou *Le Figaro littéraire*) reste prestigieux. Mais si « les éditeurs sont heureux de voir leurs auteurs dans ces titres de presse, en termes de ventes, ce n'est pas ce qui marche le mieux », constate Elisabeth Tretiack-Franck, attachée de presse indépendante qui officie pour Robert Laffont et Hachette Littératures<sup>72</sup>.

Dans un numéro de la revue *Histoires littéraires* paru en 2004 et incluant un dossier sur les suppléments littéraires français, Michel Pierssens, professeur de Littérature à l'université de Montréal, évoque *Le Monde des livres* dans un article au titre évocateur : « *Le Monde* où l'on s'ennuie. » L'auteur rappelle la relation qui lie les journaux littéraires aux maisons d'édition et en profite pour remettre en cause l'utilité des résumés de livres :

S'agit-il alors de faire plaisir à l'éditeur ou à l'auteur, en leur montrant qu'on a un peu parcouru le produit ? Un soupçon nous effleure : ne s'agit-il pas plutôt de fournir une petite fiche au représentant qui va ensuite démarcher les libraires ? Autant de gagné pour l'éditeur qui peut alléger ses effectifs. Nous pensions bêtement que nous étions, nous, les lecteurs potentiels, directement visés par la « critique » qui allait nous dire comment le livre est fait, ce qui le distingue, où sont les traits qui nous le feront aimer ou admirer. Erreur ! Nous ne sommes que la victime collatérale d'un savant carambolage dans une partie de billard qui nous échappe. Laissons donc les joueurs compter les points. Toutes ces banalités redondantes ne sont pas faites pour nous mais pour d'autres, qui y trouvent leur intérêt<sup>73</sup>.

71 Patrick Eveno, *Histoire du journal « Le Monde ». 1944-2004*, Albin Michel, 2004, p. 661

72 Delphine Le Goff. Qui fait vraiment vendre des livres ? [en ligne]. *Stratégies*, 10/09/2009. Disponible sur le Web : <http://www.strategies.fr/actualites/marques/122864W/qui-fait-vraiment-vendre-des-livres.html> (consulté le 2 juin 2015)

73 Michel Pierssens, « *Le Monde* où l'on s'ennuie », *Histoires littéraires*, 2004 n° 18, p. 119

Dans une analyse de la critique littéraire, Pierre Jourde, écrivain et lui-même critique, rend compte, lui aussi, de la défiance que suscite la critique journalistique :

À quelques exceptions près, cette relative perte de confiance fait qu'une bonne critique ne suffit plus à faire vendre un roman. Elle peut en revanche influencer sur les autres journalistes, et créer un effet d'enchaînement. Tout le monde finit par parler des deux ou trois mêmes livres, qui, nécessairement, se vendent, puisque les autres n'ont plus même la visibilité suffisante pour que l'on sache qu'ils existent. Parfois, c'est un seul roman qui monopolise les discours, comme on l'a vu récemment avec *La Possibilité d'une île* de Michel Houellebecq<sup>74</sup>.

Il va jusqu'à considérer, dans une autre analyse, que « la critique littéraire s'est suicidée ». Il reproche aux journalistes littéraires d'« écrase[r] les livres produits par un long travail de la langue sous le poids des "livres-événements" », autrement dit, de ne pas aller « à l'encontre des succès commerciaux ». Virulent envers la presse littéraire, il l'est davantage à l'encontre du *Monde des Livres* qui, selon lui, tend parfois à se confondre avec un « magazine *people* ». Si la critique s'est donc suicidée, le Web participatif lui donne les moyens de renaître :

On l'a vu dès l'apparition des premiers sites ouverts par des journaux : ce qu'on n'osait pas écrire sur le papier, on l'écrivait sur Internet. Aujourd'hui, c'est sur les blogs individuels qu'on va chercher le jugement, loin des critiques gourmées des journaux spécialisés, dont certains se sont récemment rendu compte, un peu tard, qu'ils devaient renoncer à un peu de leur habituelle prudence<sup>75</sup>.

Marie-Françoise Melmoux-Montoubin estime, quant à elle, que la mort de la critique journalistique est bien plus ancienne. Elle la situe.. à la fin du XIX<sup>e</sup> siècle ! La presse française opère un tournant dès les années 1880 : elle imite le modèle américain en accordant la plus large place possible à l'information. Elle note :

A partir de ce moment-là, la critique littéraire est souvent repoussée hors du quotidien, dans lequel elle se réduit à une peau de chagrin, et rejetée dans des « suppléments » explicitement dévolus à cet usage.

Si « le retrait de la critique hors du quotidien [...] marque [...] la fin d'une certaine idée de la culture comme ferment démocratique », elle lui reconnaît néanmoins des avantages :

---

74 Pierre Jourde. « La possibilité d'une critique littéraire ». *Quaderni* n. 60, Printemps 2006. p. 108

75 Pierre Jourde, « Comment la critique littéraire s'est suicidée », *Les Temps Modernes*, 2013/1, n° 672, p. 45

La création de ces « suppléments » n'est pas sans vertu ; elle répond dans une large mesure au malaise des critiques et leur permet de sortir des contradictions dans lesquelles ils étaient enfermés : destiné à un lectorat plus ciblé, le supplément permet d'affiner la critique et va autoriser la rédaction d'articles plus complets et approfondis, encore que beaucoup le parent de tous les vices et l'accusent de manquer à sa tâche, comme naguère les revues<sup>76</sup>.

Dans un rapport réalisé par le MOTif, l'Observatoire du livre et de l'écrit, il est rappelé l'importance d'une implication des acteurs du littéraire sur le Web :

Pour les éditeurs et les auteurs, l'utilisation des réseaux sociaux et des relais promotionnels via les blogs, les plates-formes communautaires et les annuaires spécialisés est un passage incontournable pour amener le lecteur vers l'ouvrage qu'il recherche grâce au référencement naturel sur les moteurs de recherche. Si tel est le but recherché, il apparaît ainsi nécessaire de démultiplier les efforts de promotion *au-delà des relais médias traditionnels* afin de s'étendre à l'ensemble des sites d'infos dédiés au livre au sein de l'écosystème numérique. En guise de réserve par rapport au « diktat » des moteurs de recherche, il convient de souligner que, dans le cadre de la recommandation, notamment lorsqu'elle passe par les réseaux sociaux, l'e-médiation court-circuite souvent l'usage des moteurs de recherche<sup>77</sup>.

### Vers une coexistence du papier et du numérique

A propos de la presse en général, je rejoins l'avis du blogueur et journaliste américain Jeff Jarvis, selon qui nous n'avons pas assez de recul par rapport aux évolutions qui sont en cours :

Nous essayons tous de comprendre ce qu'est cette chose que nous appelons internet. Elizabeth Eisenstein, la grande spécialiste de Gutenberg, a dit qu'il avait fallu un siècle après l'invention de l'imprimerie pour comprendre l'impact du livre sur la société. Vu sous cet angle, nous sommes en 1472. Nous ne savons toujours pas ce qu'est internet<sup>78</sup>.

Quid des suppléments littéraires des quotidiens ? Ils sont sans doute plus vulnérables que d'autres publications. Il ne serait pas étonnant que *Le Monde*, comme

76 Marie-Françoise Melmoux-Montoubin, « Autopsie d'un décès. La critique dans la presse quotidienne de 1836 à 1891 », *Romantisme*, 2003, n°121. p. 21-22

77 Le MOTif, Observatoire du livre et de l'écrit, *E-Médiation, le référencement des livres sur Internet* [en ligne], octobre 2012. Format PDF. Disponible sur le Web :

[http://www.lemotif.fr/fichier/motif\\_fichier/446/fichier\\_fichier\\_etude.ra.fa.rencement.na.2.pdf](http://www.lemotif.fr/fichier/motif_fichier/446/fichier_fichier_etude.ra.fa.rencement.na.2.pdf) (consulté le 20 mai 2015). C'est moi qui souligne.

78 Pierre-Olivier François (réal.). 2012. *Presse : vers un monde sans papier ?*. Film en ligne. France : Arte France, 90 mn. <<https://youtu.be/3tHLvvLO6Wc>> (consulté le 20 mai 2015)

*Le Figaro* et *Libération*, réduisent la pagination ou suppriment complètement le supplément d'ici la fin de la décennie. A moins que ce ne soient les journaux eux-mêmes qui disparaissent... On l'a vu, le projet de créer un *Monde des Livres* d'une vingtaine de pages, au début des années 2000, n'a pas abouti pour des raisons économiques. Ces mêmes raisons expliquent que le supplément ne paraît pas au mois d'août... alors même que c'est la période où l'on a le plus le temps de bouquiner. La disparition du supplément littéraire du *Washington Post* montre, là encore, que les plus vénérables institutions de presse ne sont pas à l'abri de coupes budgétaires.

Au-delà de la discipline littéraire, c'est tout l'univers culturel qui est bouleversé par l'émergence du numérique. En témoigne l'importance grandissante des *digital humanities*<sup>79</sup>, d'abord enseignées dans les écoles et universités anglo-saxonnes avant de se répandre de plus en plus en France. Les MOOC (*massive open online courses*, ou cours en ligne ouvert et massif) changent notre rapport à l'apprentissage en permettant à n'importe quel internaute de bénéficier d'un cours assuré par une école ou une université. Wikipédia, encyclopédie universelle, collaborative et participative, rend plus facile l'accès au savoir et permet à qui le souhaite de partager ses connaissances. Les tutoriels, sous forme de vidéos ou de fiches descriptives, permettent à chacun de partager son savoir-faire.

Si l'on annonce la disparition prochaine du journal papier, il en va autrement du livre. L'édition souffre moins du contexte économique et des évolutions technologiques que la presse. L'une des raisons est que les œuvres littéraires sont des productions « hors du temps » et indépendantes de l'actualité. Autre raison : l'aspect pratique et la dimension affective que représente le livre en tant qu'objet matériel. En France, on n'observe pas d'engouement pour le livre numérique. Selon les données de l'Observatoire de l'économie du livre<sup>80</sup>, le livre numérique n'a représenté en 2013 que 4,1 % du chiffre d'affaires des maisons d'édition françaises. Si, en mars 2015, 18 % des Français déclarent avoir déjà lu un livre numérique, ils sont à peine 6 % à envisager de

---

79 « Brièvement définies, les Digital Humanities désignent la rencontre entre les nouvelles technologies de l'information et de la communication et les disciplines des sciences humaines et sociales, des arts et des lettres. [...] Les humanités contemporaines sont en effet invitées à travailler avec des corpus numérisés, des ressources et des outils de collaboration en ligne, et à se profiler dans et par les médias sociaux (blogs, wikis, Facebook, Twitter, etc.). »

– Frédéric Darbellay, « Les Digital Humanities : vers une interdisciplinarité 2.0 ? », *Natures Sciences Sociétés*, 2012/3, Vol. 20, p. 269

80 FRANCE. Ministère de la Culture et de la Communication. Economie du livre. Les chiffres-clés : 2013-2014 [en ligne], mars 2015. Format PDF. Disponible sur le web : [http://www.culturecommunication.gouv.fr/content/download/112594/1293672/version/3/file/Chiffres-cles\\_Livre\\_SLL\\_2013-2014.pdf](http://www.culturecommunication.gouv.fr/content/download/112594/1293672/version/3/file/Chiffres-cles_Livre_SLL_2013-2014.pdf) (consulté le 6 juin 2015)

le faire.

L'édition et la création littéraire se réinventent également grâce au numérique. En témoignent, notamment, les romans interactifs, l'auto-édition ou encore les sites de fanfictions. Néanmoins, à l'heure actuelle, ce phénomène est minoritaire et semble peu menacer l'édition traditionnelle, à l'inverse de la presse qui se fait cannibaliser par le numérique.

Dans un entretien paru dans le *Boston Globe* le 18 mai 2014, Andrew Pettergree, professeur d'histoire à l'université écossaise St. Andrews, souligne que les journaux ont été un « bref interlude dans l'histoire multimédia ». Selon lui, la mutation numérique qui a cours marque le début d'un « âge post-journal imprimé » ainsi qu'un retour à un paysage médiatique désordonné et foisonnant. A la question de Rebecca Onion : « En quoi le fait que la presse écrite touche à sa fin change-t-il notre perspective ? », il partage ses prévisions :

La mutation précédente, du manuscrit à l'imprimé, s'est accompagnée de fausses prophéties. C'est une leçon pour nous. On a cru que l'imprimé allait tuer le manuscrit. Eh bien, non, le manuscrit a continué de jouer un rôle essentiel dans les sociétés des XVI<sup>e</sup>, XVII<sup>e</sup> et XVIII<sup>e</sup> siècles... Ces prophéties émanent souvent de gens financièrement intéressés à leur réalisation. Je crois que c'est à nouveau ce qui se joue avec le passage de l'imprimé au numérique aujourd'hui... D'un côté, les gourous du numérique envisagent un changement radical qui rende l'ancien monde obsolète, de l'autre, les consommateurs se montrent plutôt malins. Ils veulent le meilleur des deux systèmes. Ils utilisent le numérique, mais ils continuent d'apprécier l'imprimé. Ils ont recours à l'un et à l'autre pour des usages différents<sup>81</sup>.

Serge July anticipe cette crainte... non sans une certaine ironie : « En France, l'article est lié au papier. Ce qui fait craindre que la presse écrite ne soit plus qu'un titre de papier et que les journalistes deviennent des sans-papiers !<sup>82</sup> »

---

81 Entretien d'Andrew Pettergree paru dans : Hervé Lavergne, « Crise des médias ou médias en crise ? », *INA Global*, 2014, n° 3, p. 42

82 Serge July, *Dictionnaire amoureux du journalisme*, Plon, 2015, p. 650

## ANNEXES

LISENT UN QUOTIDIEN (PAYANT) TOUS LES JOURS OU PRESQUE, 1973-2008					
Sur 100 Français de 15 ans et plus	1973	1981	1988	1997	2008
<b>ENSEMBLE</b>	<b>55</b>	<b>46</b>	<b>43</b>	<b>36</b>	<b>29</b>
Hommes	60	49	48	40	32
Femmes	50	44	39	33	26
15-24 ans	36	29	27	20	10
25-39 ans	48	36	34	25	17
40-59 ans	64	56	50	42	32
60 ans et plus	68	61	59	53	49
Agriculteurs	55	56	59	50	38
Patrons industrie, commerce	60	50	49	35	35
Cadres sup. et prof.libérales	60	43	44	31	22
Cadres moyens	49	43	36	29	20
Employés	60	42	39	28	23
Ouvriers qualifiés	50	37	32	29	20
Ouvriers non qualifiés	48	37	35	29	21
Retraités	66	62	57	54	47
Autres	44	45	39	21	20
Communes rurales	53	54	47	39	34
Moins de 20 000 habitants	62	47	46	41	32
20 000 à 100 000 habitants	58	46	44	32	29
Plus de 100 000 habitants	59	49	43	37	27
Banlieue parisienne	40	22	31	29	19
Paris <i>intra muros</i>	53	37	42	27	28

**Annexe 1: Fréquence de lecture de la presse quotidienne payante.**

Source : Ministère de la Culture et de la Communication / [www.pratiquesculturelles.culture.gouv.fr](http://www.pratiquesculturelles.culture.gouv.fr)

Ce tableau indique clairement une baisse de la lecture des journaux quotidiens payants, quel que soit le sexe, la tranche d'âge, la catégorie socio-professionnelle et le lieu de résidence des personnes sondées.

Ces données ont été exploitées par le sociologue Olivier Donnat pour les besoins de sa large enquête sur les pratiques culturelles des Français.

## BIBLIOGRAPHIE

### Articles de revues scientifiques

- ARCHAMBAULT Michèle, « Culture littéraire et culture informationnelle. À l'heure du numérique, la reconnaissance d'un domaine info-littéraire », *Les Cahiers du numérique*, 2009/3, Vol. 5, p. 115-130.
- ASSOULINE Pierre, « La métamorphose du lecteur », *Le Débat*, 2012/3, n° 170, p. 78-89
- BARBAGELATA Pierre, INAUDI Aude et PELISSIER Maud, « Le numérique vecteur d'un renouveau des pratiques de lecture : leurre ou opportunité ? », *Études de communication* [En ligne], 43 | 2014, mis en ligne le 01 décembre 2014, consulté le 12 décembre 2014. URL : <http://edc.revues.org/5965>
- BARBIER-BOUVET Jean-François, « La presse magazine : manières d'écrire, manières de lire », *Le Débat*, 2012/3, n° 170, p. 52-62
- BENGHOZI Pierre-Jean et LYUBAREVA Inna, « La presse française en ligne en 2012 : modèles d'affaires et pratiques de financement », *Culture études*, 2013/3, n° 3, p. 1-12
- BLANDIN Claire, « Les interventions des intellectuels de droite dans *Le Figaro littéraire* : l'invention du contre-engagement », *Vingtième Siècle. Revue d'histoire*, 2007, Oct. - Dec., n° 96, p. 179-194
- CHARON Jean-Marie, « De la presse imprimée à la presse numérique », *Réseaux*, 2010/2, n° 160-161, p. 255-281
- CHARTIER Roger, « L'écrit sur l'écran. Ordre du discours, ordre des livres et manières de lire », *Entreprises et histoire*, 2006/2, n° 43
- CHARTRON Ghislaine et al., « Une offre en pleine expansion », *Documentaliste-Sciences de l'Information*, 2008/2, Vol. 45, p. 28-43
- CLÉMENT Jean, « Fiction interactive et modernité », *Littérature*, 1994, n° 96 ; en ligne : <http://hypermedia.univ-paris8.fr/jean/articles/litterature.html#hy> (consulté le 30 mai 2015)
- COMPAGNON Antoine, « 1966 : annus mirabilis », *Le Débat*, 2012/4, n° 171, p. 102-116
- COMPAGNON Antoine, « Lire numérique », *Le Débat*, 2012/3, n° 170, p. 103-106
- DAGIRAL Éric et PARASIE Sylvain, « Vidéo à la une ! L'innovation dans les formats de la presse en ligne », *Réseaux*, 2010/2, n°160-161, p. 101-132
- DARBELLAY Frédéric Darbellay, « Les *Digital Humanities* : vers une interdisciplinarité 2.0 ? », *Natures Sciences Sociétés*, 2012/3, Vol. 20, p. 269-270
- DONNAT Olivier, « La lecture régulière de livres : un recul ancien et général », *Le Débat*, 2012/3, n° 170, p. 42-51
- DONNAT Olivier, « Les pratiques culturelles des Français à l'ère numérique. Éléments de synthèse 1997-2008 », *Culture études*, 2009/5, p. 1-12
- GAUDERAULT André, MARION Philippe, « Un média naît toujours deux fois », *Sociétés et Représentations*, n° 9, "La croisée des médias", Paris : CREDHESS, avril, 2000
- GRANIER François, « Lire et écrire à l'heure du numérique », *Sociologies pratiques*, 2012/1, n° 24, p. 150-155

- JOURDE Pierre, « La possibilité d'une critique littéraire », *Quaderni*, 2006, n° 60, p. 107-117
- JOURDE Pierre, « Comment la critique littéraire s'est suicidée », *Les Temps Modernes*, 2013/1, n° 672, p. 35-46
- LAVERGNE Hervé, « Crise des médias ou médias en crise ? », *INA Global* 2014/3, p. 30-43
- MARTEL Frédéric, « Le mainstream en questions », *Médium*, 2011/2, n° 27
- MELMOUX-MONTOUBIN Marie-Françoise, « Autopsie d'un décès. La critique dans la presse quotidienne de 1836 à 1891 », *Romantisme*, 2003, n°121. p. 9-22
- PIEGAY Nathalie, « Un bouleversement du rapport aux savoirs », *Documentaliste-Sciences de l'Information*, 2014/4, Vol. 51, p. 7-9
- PIERSSSENS Michel, « Le Monde où l'on s'ennuie », *Histoires littéraires*, 2004 n° 18
- SEVERO Marta, « L'information quotidienne face au Web 2.0. La stratégie multiplateforme de six quotidiens nationaux français », *Études de communication*, 2013/2, n° 41, p. 89-102
- SINCLAIR Anne, « Mort de la presse écrite, survie du journalisme », *Le Débat*, 2013/4, n° 176, p. 101-109
- THÉRENTY Marie-Eve, « Pour une histoire littéraire de la presse au XIX<sup>e</sup> siècle », *Revue d'Histoire littéraire de la France*, 2003, 103<sup>e</sup> Année, n° 3, Jul. - Sep.
- WENZ Romain, « Hypertextualisation. La quête du lien sémantique en bibliothèque », *Revue de la BNF*, 2012/3, n° 42, p. 36-41
- ZOUARI Khaled, « La presse en ligne : vers un nouveau média ? », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 2007/1, Volume 2007, p. 81-92.

### Articles de presse

- ANAM ZAGANEH Lila. La crise américaine touche aussi les suppléments littéraires [en ligne]. *Le Monde*, 26/02/2009. Disponible sur le Web : [http://www.lemonde.fr/livres/article/2009/02/26/la-crise-americaine-touche-aussi-les-supplements-litteraires\\_1160551\\_3260.html](http://www.lemonde.fr/livres/article/2009/02/26/la-crise-americaine-touche-aussi-les-supplements-litteraires_1160551_3260.html) (consulté le 7 mai 2015)
- CHARTIER Roger. L'avenir numérique du livre [en ligne], *Le Monde*, 26/10/2009. Disponible sur le Web : [http://www.lemonde.fr/idees/article/2009/10/26/l-avenir-numerique-du-livre-par-roger-chartier\\_1258883\\_3232.html](http://www.lemonde.fr/idees/article/2009/10/26/l-avenir-numerique-du-livre-par-roger-chartier_1258883_3232.html) (consulté le 30 mai 2015)
- CONFAVREUX Jérôme, Rémy Rieffel. Internet et la culture, une vraie révolution? [en ligne]. *Mediapart*, 28/10/2014. Disponible sur le Web : <http://www.mediapart.fr/journal/france/281014/remy-rieffel-internet-et-la-culture-une-vraie-revolution> (consulté le 21 mai 2015). Inclut un entretien filmé de Rémy Rieffel, 10 min.
- DELCAMBRE Alexis. La lecture des quotidiens de plus en plus numérique [en ligne]. *Le Monde*, 25/09/2014. Disponible sur le Web : [http://www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2014/09/25/la-lecture-des-quotidiens-est-de-plus-en-plus-numerique\\_4493768\\_3236.html](http://www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2014/09/25/la-lecture-des-quotidiens-est-de-plus-en-plus-numerique_4493768_3236.html) (consulté le 21 mai 2015)

- EVENO Patrick. *Le Monde* fête ses 70 ans : état des lieux [en ligne]. *INA Global*, 18/12/2014. Disponible sur le Web : <http://www.inaglobal.fr/presse/article/le-monde-fete-ses-70-ans-etat-des-lieux-8025> (consulté le 19 mai 2015)
- LE GOFF Delphine, Qui fait vraiment vendre des livres ? [en ligne]. *Stratégies*, 10/09/2009. Disponible sur le web : <http://www.strategies.fr/actualites/marques/122864W/qui-fait-vraiment-vendre-des-livres.html> (consulté le 2 juin 2015)
- LEMIEUX Emmanuel. Jean Birnbaum tourne la page du *Monde des livres* [en ligne]. *Les Influences*, 07/06/2011. Disponible sur le Web : <http://www.lesinfluences.fr/Jean-Birnbaum-tourne-la-page-du.html> (consulté le 05/05/2015)
- VAN KOTE Gilles. *Le Monde* lance sa matinale, une application mobile du matin [en ligne]. *Le Monde*, 11/05/2015. Disponible sur le Web : [http://www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2015/05/11/le-monde-lance-sa-matinale-une-application-mobile-du-matin\\_4630944\\_3236.html](http://www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2015/05/11/le-monde-lance-sa-matinale-une-application-mobile-du-matin_4630944_3236.html) (consulté le 22 mai 2015)

### Documents audiovisuels

- FRANÇOIS Pierre-Olivier (réal.). 2012. *Presse : vers un monde sans papier ?*. Film en ligne. France : Arte France, 90 mn. <<https://youtu.be/3tHLvvLO6Wc>> (consulté le 20 mai 2015)

### Rapports officiels

- FRANCE. Ministère de la Culture et de la Communication. *Economie du livre. Les chiffres-clés : 2013-2014* [en ligne], mars 2015. Format PDF. Disponible sur le Web : [http://www.culturecommunication.gouv.fr/content/download/112594/1293672/version/3/file/Chiffres-cles\\_Livre\\_SLL\\_2013-2014.pdf](http://www.culturecommunication.gouv.fr/content/download/112594/1293672/version/3/file/Chiffres-cles_Livre_SLL_2013-2014.pdf) (consulté le 6 juin 2015)
- FRANCE. Ministère de la Culture et de la Communication. *Tableaux statistiques de la presse. Enquête presse 2013. Chiffres provisoires* [en ligne], 2013. Format PDF. Disponible sur le Web : <http://www.culturecommunication.gouv.fr/content/download/101078/900689/version/1/file/Enqu%C3%AAt+Rapide+2013.pdf> (consulté le 22 mai 2015)
- Mediametrie, Communiqué de presse du 22 mai 2015 : « L'audience de l'Internet mobile en France en 2015 ». Format PDF. Disponible sur le Web : <http://www.mediametrie.fr/internet/communiques/telecharger.php?f=0ce2ffd21fc958d9ef0ee9ba5336e357> (consulté le 4 juin 2015)
- Le MOTif, Observatoire du livre et de l'écrit, *E-Médiation, le référencement des livres sur Internet* [en ligne], octobre 2012. Format PDF. Disponible sur le Web : [http://www.lemotif.fr/fichier/motif\\_fichier/446/fichier\\_fichier\\_etude.ra.far.ence.ment.na.2.pdf](http://www.lemotif.fr/fichier/motif_fichier/446/fichier_fichier_etude.ra.far.ence.ment.na.2.pdf) (consulté le 20 mai 2015)

## Ouvrages

- ALBERT Pierre et SONNAC Nathalie, *La presse française. Au défi du numérique*, éd. La Documentation française, coll. « Les Etudes », 2014
- ANTHEAUME Alice, *Le journalisme numérique*, éd. Les Presses de Science Po, coll. « Nouveaux débats », 2014
- BON François, *Après le livre*, éd. Seuil, coll. « Débats », 2011
- CAGE Julia, *Sauver les médias. Capitalisme, financement participatif, démocratie*, éd. Seuil, coll. « La République des idées », 2015
- CHARON Jean-Marie, *La presse quotidienne*, La Découverte, 2004
- CHUPIN Ivan, HUBE Nicolas et KACIAF Nicolas, *Histoire politique et économique des médias en France*, éd. La Découverte, coll. « Repères Cultures – Communication », 2009
- COTTE Dominique, *Emergences et transformations des formes médiatiques*, éd. Hermès Science, coll. « Communication, médiation et construits sociaux », 2011
- COULANGEON Philippe, *Sociologie des pratiques culturelles*, La Découverte, coll. « Repères », 2010
- EVENO Patrick, *Histoire du journal « Le Monde ». 1944-2004*, Albin Michel, 2004
- FOGEL Jean-François et PATINO Bruno, *Une Presse sans Gutenberg*, Grasset, 2005
- JULY Serge, *Dictionnaire amoureux du journalisme*, Plon, 2015
- LE CHAMPION Remy (dir.), *Journalisme 2.0. Nouvelles formes journalistiques, nouvelles compétences*, Paris, La Documentation Française, 2012
- LE DEUFF Olivier, *La formation aux cultures numériques. Une nouvelle pédagogie pour une culture de l'information à l'heure du numérique*, éd. Fyp, coll. « Société de la connaissance », 2011
- LE FLOCH Patrick, *Economie de la presse à l'ère numérique*, La Découverte, 2013
- JEANNENEY Jean-Noël, *Une histoire des médias. Des origines à nos jours*, éd. Seuil, coll. « Points Histoire », 2011
- MALATERRE-ROQUES Marie, *On entend dire que... La presse est morte*, Eyrolles, 2014
- SCHERER Eric, *A t-on encore besoin des journalistes ? Manifeste pour un « journalisme augmenté »*, PUF, 2011
- POULET Bernard, *La fin des journaux et l'avenir de l'information*, Gallimard, 2009