

# Table

INTRODUCTION	
<b>Pour une nouvelle gouvernance</b> . . . . .	7
Illusions perdues . . . . .	9
Les médias ne sont pas une marchandise . . . . .	11
Médias et démocratie . . . . .	12
Sauver les médias . . . . .	14
CHAPITRE PREMIER	
<b>L'âge de l'information ?</b> . . . . .	17
L'information au-delà des médias . . . . .	18
Une grande diversité de statuts et de financements . . . . .	21
Qu'est-ce que l'information ? . . . . .	23
Les journalistes et la carte de presse . . . . .	24
L'évolution du nombre de journalistes . . . . .	25
Une révolution du métier de journaliste . . . . .	27
De moins en moins de journalistes... par journal . . . . .	29
Du print vers le web . . . . .	31
Une dégradation de la qualité des contenus ? . . . . .	34
Une augmentation des contenus en ligne ? . . . . .	36

## CHAPITRE 2

<b>La fin des illusions</b> . . . . .	40
Vers la fin de la publicité . . . . .	41
L'illusion publicitaire . . . . .	43
De moins en moins de publicité . . . . .	46
L'illusion de la concurrence . . . . .	49
Les limites de la concurrence . . . . .	50
Les effets pervers de la concurrence . . . . .	55
L'illusion des audiences Internet en millions . . . . .	58
L'illusion des médias sous assistance . . . . .	62
Le vrai poids des aides à la presse . . . . .	64
L'aide replacée dans son contexte . . . . .	66
Réformer les aides à la presse . . . . .	68
L'illusion d'un nouveau « gilded age » . . . . .	70
La mort d'une liberté . . . . .	71

## CHAPITRE 3

<b>Un nouveau modèle pour le XXI<sup>e</sup> siècle</b> . . . . .	76
Dépasser la loi du marché . . . . .	77
Marché et marchés . . . . .	81
Des médias à but non lucratif . . . . .	82
Gouvernance et actions . . . . .	84
Mon tour du monde . . . . .	85
Le cas français . . . . .	89
Le prix de l'indépendance . . . . .	91
Les fonds de dotation : une solution ? . . . . .	94
Limites . . . . .	97
Un nouveau modèle : la société de média . . . . .	98
Capital et pouvoir . . . . .	101
Les droits de vote dans la société de média . . . . .	102

Illustration . . . . .	104
Les avantages de la société de média . . . . .	106
Une alternative au système d'aides à la presse . . . . .	110

CONCLUSION

<b>Capitalisme et démocratie . . . . .</b>	<b>113</b>
La fin de la diligence . . . . .	113
Fin de partie ? . . . . .	114