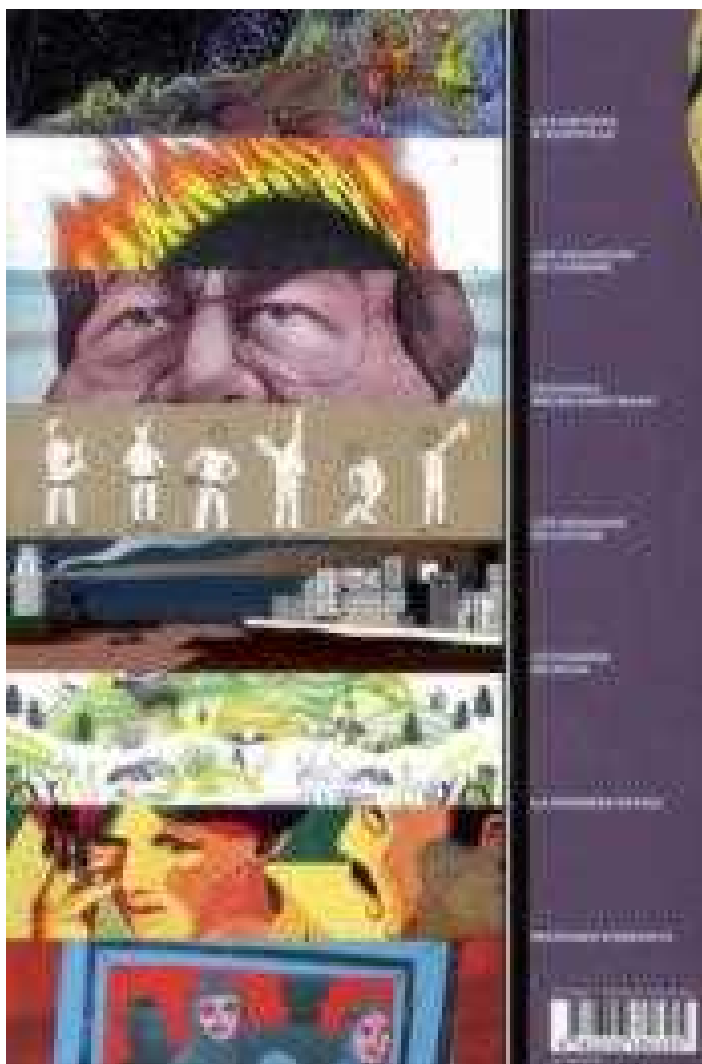


Mots clés: telecharger REVUE XXI N.16 ; utopie, j'écris ton nom pdf, REVUE XXI N.16 ; utopie, j'écris ton nom mobi, REVUE XXI N.16 ; utopie, j'écris ton nom epub gratuitement, REVUE XXI N.16 ; utopie, j'écris ton nom torrent, REVUE XXI N.16 ; utopie, j'écris ton nom lire en ligne.

REVUE XXI N.16 ; utopie, j'écris ton nom PDF

Revue Xxi



Ceci est juste un extrait du livre de REVUE XXI N.16 ; utopie, j'écris ton nom. Le livre complet peut être téléchargé à partir du lien ci-dessous.



DOWNLOAD PDF

Auteur: Revue Xxi
ISBN-10: 9782356380395
Langue: Français
Taille du fichier: 4976 KB

LA DESCRIPTION

Sommaire et éditôL'absence de publicité dans les pages de XXI surprend. Nombre d'entre vous s'en félicitent bruyamment. Certains y voient même un geste altermondialiste. Comme souvent, la réalité est plus simple. Le coût de réalisation d'un numéro est élevé, car "le journalisme debout", celui qui sort de son bureau, coûte cher. La manne publicitaire aurait pu alléger nos comptes et les vôtres. Mais elle ne tombe pas du ciel. Les annonceurs demandent de "cibler le public" et de développer le "rédactionnel contextuel", ce qui en novlangue marketing veut dire de créer des rubriques consacrées aux voyages, aux montres, aux voitures, aux sorties culturelles et aux produits high-tech. Autant de tranches "d'actu consommation" entre deux pages de publicité.... Lire la suiteEn passant à la moulinette de cette logique, XXI aurait perdu son âme et son objet. Notre projet se serait dilué. Le choix de la librairie s'est imposé, ce qui a radicalisé notre proposition initiale : une revue encore plus dense et entièrement financée par ses lecteurs. Votre adhésion à ce principe simple et vieux comme le monde payer pour un contenu qui a un coût - donne à réfléchir. Lorsqu'au XIXe siècle, Emile de Girardin a introduit pour la première fois la publicité dans un journal, le prix de vente de son quotidien diminuait de moitié et ses ventes furent multipliées par deux. Le cercle était vertueux : la qualité du contenu attirait les lecteurs qui faisaient venir les annonceurs. Les tests montraient même qu'un journal sans publicité apparaissait moins sérieux que lorsqu'il était étincelant de pubs ! Au tournant des années 1990, la concurrence des autres médias - bouquets de chaînes télé, multiplication des stations de radio, explosion d'Internet a atteint de plein fouet les titres d'information. Les annonceurs ont changé de supports. Pour les retenir à tout prix, une spirale dangereuse s'est enclenchée. Les impératifs des annonceurs pèsent désormais sur les rédactions. Le pouvoir a été conquis par les financiers pour qui les lecteurs sont des "infomateurs" (comprenez consommateurs d'info) et les articles "un produit" qui doit répondre aux "attentes". Le rapport de force penche désormais ouvertement du côté des annonceurs. Un journal se construit de plus en plus à partir de représentations illusoires : d'une part le lecteur fantasmé (de préférence gros consommateur, cadre et diplômé du supérieur) et d'autre part ses attentes supposées (extrapolations de chiffres de ventes, de nombre de clics et d'études diverses). Le journaliste est pris en tenaille entre ces deux constructions imaginaires, qui menacent de remplacer la seule boussole qui vaille : le réel, ce qu'il voit, ce qu'il comprend du monde. Les rubriques et les dossiers spéciaux conçus pour les annonceurs pullulent. La diffusion est dopée aux scoops de quelques heures, aux "dossiers choc" répétitifs. Les luxueux cadeaux d'abonnement remplacent l'appétence pour le contenu. Une proportion non négligeable des journaux est jetée à la poubelle sans être sortis de leur emballage. XXI pratique l'école buissonnière de la presse. 50000 exemplaires chaque trimestre, même à 15 €, pèsent peu face aux machineries des grands médias. XXI est une revue à bas bruit, sous le radar. Mais nous avons la conviction que cette hirondelle annonce un autre printemps pour la presse, ce que confirme le succès de la revue 6 Mois, la soeur photographique de XXI. Le temps des médias de masse est révolu. Celui du lien est en train de naître. Comptez sur nous pour le nourrir et le protéger.

QUE DIT GOOGLE SUR CE LIVRE?

Livre - Sommaire et éditoL'absence de publicité dans les pages de XXI surprend. Nombre d'entre vous s'en félicitent bruyamment. Certains y voient même un geste ...

Noté 4.0/5. Retrouvez XXI N16 UTOPIE, J'ECRIS TON NOM et des millions de livres en stock sur Amazon.fr. Achetez neuf ou d'occasion

VECU "Les mille et une nuits de Tahrir" DOSSIER Utopie, j'écris ton nom Les enfants d'Auroville Et Inde, l'utopie veut s'écrire dans une cité idéale.

REVUE XXI N.16 ; UTOPIE, J'ÉCRIS TON NOM

[Lire la suite...](#)