

ROUGER, Aude
Sciences de l'Information et de la Communication
Allocataire-monitrice
Université Paris 3 – Sorbonne nouvelle
aude.rouger@univ-paris3.fr

Les jeunes et la (non-)lecture de la presse quotidienne régionale

Résumé

La crise de la presse quotidienne régionale (PQR), se manifeste notamment par un vieillissement et des difficultés de renouvellement de son lectorat. La conquête d'un public jeune constitue donc pour ces journaux un enjeu majeur. Notre travail prend place dans le cadre d'une thèse portant sur les transformations des rapports entre PQR et territoires et sur les évolutions de son traitement de l'information locale. Il s'appuie sur une stratégie comparative entre trois quotidiens régionaux : *Ouest-France* (Rennes), *Le Parisien* (Paris) et *Le Progrès* (Lyon). A quoi est dû le vieillissement des lecteurs de la presse régionale en France ? Cette question fait l'objet d'études menées par les quotidiens, que nous nous proposons dans un premier temps d'examiner, avant de tenter de dégager des pistes pour une explication sociologique de la relative désaffection du lectorat dit « jeune » pour la PQR. Puis nous nous intéresserons aux attitudes, souvent ambivalentes, et aux initiatives des responsables rédactionnels des titres vis-à-vis du lectorat jeune.

Mots-clés : Jeunes, générations, presse quotidienne régionale, public/lectorat, territoires, identités, individualisation, institutions, modernité.

Abstract

The crisis of the French daily regional press manifests itself, among other factors, in the ageing of and difficulties in renewing its readership. The conquest of a young public thus constitutes, for these newspapers, a crucial issue. This contribution takes place within the framework of a doctoral thesis, which deals with the transformations of the relations between the French daily regional press and territories, as well as with the changes in this press's treatment of local news. It is based on a comparative strategy between three regional daily newspapers : *Ouest-France* (Rennes), *Le Parisien* (Paris) et *Le Progrès* (Lyon). What are the causes of the ageing of the regional press's readership? This question has been the subject of studies led by the newspapers, which we are going to examine at first, before intending to propose a sociological explanation to the loss of "young" readers by the regional press. Then we will focus on the often ambivalent attitudes and initiatives of the editorial managers towards the young readership.

Key-words : young people, generations, regional daily press, public/readership, territories, identities, individualisation, institutions, modernity.

Les jeunes et la (non-)lecture de la presse quotidienne régionale

Aude Rouger¹

« Des fois, quand je suis un peu déprimé, je dis : "Nous on fait des sabots, ils sont beaux, nos sabots, on va les décorer, on va chercher à les faire ressembler à des baskets, mais c'est des baskets que les jeunes veulent" »².

Depuis la fin des années 1960, les quotidiens régionaux français subissent une érosion progressive, mais continue de leur lectorat. Marc Martin parle à ce sujet d'un « lent effritement », d'un « recul faible » mais « qui semble se poursuivre inexorablement »³. Stagnation ou diminution de la diffusion, chute des taux de pénétration⁴, la « crise » de la presse quotidienne régionale (PQR) se manifeste aussi par un vieillissement et des difficultés de renouvellement du lectorat. Le lectorat de la PQR s'avère particulièrement âgé, puisque seuls 22,6% des lecteurs des quotidiens régionaux font partie de la tranche d'âge des 15-34 ans, alors que 42% du lectorat de cette presse a 35 à 49 ans et 35,4% plus de 60 ans. Par comparaison, les 15-34 ans représentent 32,2% du lectorat de la presse quotidienne nationale et 51,9% de celui de la presse quotidienne gratuite⁵. Les lecteurs les plus jeunes sont également, pour la presse quotidienne régionale comme nationale, les moins réguliers.

La conquête d'un public jeune constitue, pour l'ensemble de la presse quotidienne, et particulièrement pour la PQR, un enjeu majeur, mis en lumière par l'apparition, au début des années 2000, de quotidiens gratuits⁶ s'adressant particulièrement à un lectorat jeune et urbain, non lecteur de la presse payante. A quoi peut-on attribuer l'audience particulièrement basse et l'occasionnalité de lecture plus importante de la PQR dans les tranches d'âge les plus jeunes ? Nous tenterons, dans cette contribution, de mettre en évidence les facteurs sociologiques susceptibles d'expliquer le vieillissement du lectorat des quotidiens régionaux. Que révèle la lecture – ou non-lecture – de la PQR par les jeunes sur leurs rapports aux territoires couverts par les quotidiens concernés ? Les comportements de lecture des jeunes sont-ils symptomatiques de mutations des formes identitaires⁷ qui touchent l'ensemble de la société ? Puis nous nous pencherons sur les positionnements souvent ambivalents des responsables rédactionnels des titres par rapport au lectorat jeune (qu'il soit réel ou potentiel). Doivent-ils s'efforcer, à travers les sujets privilégiés et leur traitement, d'attirer un public jeune (et comment alors sélectionner ces sujets ?) ou bien leur faut-il considérer la PQR comme un média mieux adapté à une population plus âgée ? Quelles initiatives – rédactionnelles ou autres – prennent-ils en direction des jeunes ?

¹ Allocataire-monitrice en Sciences de l'Information et de la Communication, Université Paris 3 – Sorbonne nouvelle.

² Entretien réalisé par l'auteure auprès d'un responsable de l'un des quotidiens étudiés, 12 avril 2006.

³ Marc Martin, « Information locale et diffusion de la presse quotidienne régionale (fin du XIX^e siècle et XX^e siècle) », Gilles Feyel (Dir.), *La distribution et la diffusion de la presse, du XVIII^e siècle au III^e millénaire*, Paris, Panthéon-Assas, 2002, p. 238.

⁴ Le taux de pénétration est le rapport entre l'audience et la population de la zone de diffusion d'un titre.

⁵ Lecteurs numéro moyen 2006. TNS Sofres, *EPIQ – Etude de la presse d'information quotidienne*, Audience 2006, CD-Rom, 2007.

⁶ *Métro* et *20 minutes*, lancés en 2002, ont été rapidement suivis par les quotidiens du réseau Ville Plus, à Lyon, Lille, Marseille, Bordeaux et Montpellier. En 2007, les groupes Le Monde et Bolloré se sont unis pour lancer à Paris le quotidien *Matin Plus*.

⁷ Au sens que Claude Dubar donne à cette expression. *La crise des identités : L'interprétation d'une mutation*, Paris, PUF, 2003 (2^e édition), 239 p.

Ce travail s'inscrit dans le cadre d'une thèse en Sciences de l'Information et de la Communication en cours à l'université Paris 3 – Sorbonne nouvelle, qui porte sur les transformations des rapports entre presse quotidienne régionale et territoires et sur les évolutions du traitement de l'information locale par cette presse. Il s'appuie sur une stratégie comparative mettant en parallèle trois quotidiens régionaux : *Ouest-France* (Rennes), *Le Parisien* (Paris) et *Le Progrès* (Lyon). Nous présentons ici une partie de nos premiers résultats issus de deux corpus : d'une part cinquante entretiens menés auprès de responsables rédactionnels et de différents services des quotidiens étudiés (marketing, ventes, multimédia...), et d'autre part un corpus plus hétérogène composé de divers documents, archives et études internes aux quotidiens.

1. Jeunes et presse quotidienne régionale : un effet d'âge ou de génération ?

1.1. Jeunes, générations : des notions à définir

Si la question du lectorat jeune – et, en filigrane, de la transmission d'habitudes de lecture du quotidien aux « nouvelles générations » – préoccupe à juste titre les professionnels de la presse, encore faut-il, avant de l'examiner plus en détails, déterminer précisément ce que l'on entend par « jeune » et « génération ». Ces deux notions, utilisées dans les études de lectorat menées ou commanditées par les quotidiens, ou encore évoquées en entretiens, souvent sur le mode du « cela va de soi », s'avèrent en réalité floues.

De prime abord, le terme « jeune » est souvent associé à une définition tautologique : « peu avancé en âge », « qui est dans la jeunesse », par exemple, selon *Le Petit Robert*. Le mot « jeunesse » est à peine plus précisément défini : « Temps de la vie entre l'enfance et la maturité ». Le dictionnaire différencie cependant la jeunesse de l'adolescence, qui n'en constituerait que la « première partie »⁸. L'étymologie du mot « jeune » permet de préciser quelque peu cette définition, tout en la contredisant partiellement :

« *Juvenis* [en latin], issu d'une racine indoeuropéenne de même nom apparaissant dans le nom de Junon (→juin), était surtout utilisé comme nom du jeune homme et de la jeune fille, notion qui couvrait la période de vingt à quarante ans, entre l'*adolescens* (→adolescent) et le *senior* (→seigneur, senior) »⁹.

Quant au terme de « génération », il lui est attribué deux sens différents, dont le premier, tout aussi ambigu (« ensemble des individus ayant à peu près le même âge »), peut être précisé par le deuxième : « Espace de temps correspondant à l'intervalle qui sépare chacun des degrés d'une filiation (évalué à une trentaine d'années) »¹⁰.

Quelle tranche d'âge est concernée par les questionnements qui se font jour sur « les jeunes » et la presse ? Les études et travaux sur le sujet s'avèrent eux-mêmes hétérogènes sur ce point. Ainsi, la « jeunesse », telle que la conçoit Bernard Spitz dans son rapport au ministère de la Culture et de la Communication, publié en 2004 et intitulé *Les jeunes et la lecture de la presse quotidienne d'information politique et générale*, commence à 15 ans et se termine à 25¹¹. C'est précisément l'âge à laquelle elle commence pour l'étude de l'Union des

⁸ Josette Rey-Debove, Alain Rey (Dir.), *Le Petit Robert*, 2002.

⁹ Alain Rey (Dir.), *Dictionnaire historique de la langue française*, Paris, Le Robert, 1998 (nouvelle édition).

¹⁰ Josette Rey-Debove, Alain Rey (Dir.), *Le Petit Robert*, 2002.

¹¹ Bernard Spitz, *Les jeunes et la lecture de la presse quotidienne d'information politique et générale*, rapport au ministre de la Culture et de la Communication, Paris, 6 octobre 2004, 19 p. La même tranche d'âge a été retenue

syndicats de la presse quotidienne régionale, menée en 1985 et qui s'intéresse aux « jeunes de 25-35 ans »¹². Dans une étude qualitative commanditée par *Ouest-France* et réalisée en 2003, la tranche d'âge étudiée est beaucoup plus étendue, l'étude touchant les 18-45 ans¹³. Enfin, les études d'audience annuelles EPIQ utilisent deux découpages en classes d'âges différents. Le premier mesure l'audience de trois classes : 15-34 ans, 35-59 ans et 60 ans et plus. Le second tient compte de cinq classes : 15-24 ans, 25-34 ans, 35-49 ans, 50-59 ans et 60 ans et plus¹⁴.

Le terme « jeune » semble donc recouvrir, pour les professionnels de la presse, une catégorie aux frontières floues davantage qu'une classe d'âge bien délimitée¹⁵. La définition du mot éclaire cet état de fait : le *Dictionnaire historique de la langue française* relève ainsi que « dès le 18^e siècle, le mot jeune a développé des sens où le critère d'âge est secondaire par rapport aux traits traditionnellement attribués aux personnes jeunes »¹⁶. A la lecture attentive des études et entretiens analysés, il nous semble possible de formuler l'hypothèse que les « jeunes », au sens où l'on entend ce terme dans nos corpus, se définissent moins par leur âge que par un certain nombre de caractéristiques supposées leur être communes – mobilité plus grande que leurs aînés, versatilité entraînant une occasionnalité de lecture plus importante, et enfin ancrage plus récent, sinon encore à venir dans leur lieu de vie. C'est cette population, mobile et souvent urbaine, plus que l'ensemble des personnes appartenant à telle ou telle classe d'âge que les quotidiens semblent chercher à cerner – avec d'autant plus d'urgence que ces lecteurs paraissent, de plus en plus, leur échapper.

1.2. Le lectorat jeune et la PQR : quelles études ? Quels résultats ?

La question de la lecture de la presse quotidienne par les jeunes se trouve au cœur de nombreuses études et débats initiés par les professionnels de la presse, spécialement depuis le début des années 2000¹⁷. Le service Recherche et développement du quotidien *Ouest-France* conserve depuis les années 1960 les archives internes au quotidien. Nous avons pu avoir accès à l'inventaire complet de ces archives jusqu'en juillet 2006¹⁸, soit 1380 références de

pour un sondage BVA réalisé en 2004 : BVA, *Les jeunes et la presse, synthèse des principaux enseignements de l'étude*, février 2004, 11 p.

¹² Union des syndicats de la presse quotidienne régionale (USPQR), *Les jeunes de 25-35 ans et l'information locale*, août 1985, 68 p.

¹³ Emmanuel Mayer, *Image de Ouest-France auprès des jeunes lectorats, Etude qualitative*, Etudes économiques et sociales, Etude commandée par *Ouest-France*, service recherche et développement, 30 juin 2003, 115 p.

¹⁴ TNS Sofres, *EPIQ – Etude de la presse d'information quotidienne*, Audience 2006, CD-Rom, 2007.

¹⁵ A noter également qu'en entretiens, les enquêtés ont pu évoquer les « jeunes » aussi bien pour parler de lycéens que d'étudiants, voire de « jeunes ménages » nouvellement installés dans la vie active.

¹⁶ Alain Rey (Dir.), *Dictionnaire historique de la langue française*, Paris, Le Robert, 1998 (nouvelle édition).

¹⁷ Plusieurs études de lectorat ont été produites à ce sujet, notamment : Union des syndicats de la presse quotidienne régionale (USPQR), *Les jeunes de 25-35 ans et l'information locale*, août 1985, 68 p. ; BIPE (Bureau d'informations et de prévisions économiques), *Les générations de lecteurs face à la PQR*, Rapport final, 2003, 48 p. ; BVA, *Les jeunes et la presse, synthèse des principaux enseignements de l'étude*, février 2004, 11 p. D'autres études ont également été menées pour certains titres en particulier. Certaines études, enfin, qui ne portent pas exclusivement sur la question des jeunes y consacrent tout de même une partie de leurs pages. Depuis mars 2004 se tiennent chaque année les Assises de la presse écrite et de la jeunesse, qui réunissent lycéens, étudiants et responsables de quotidiens (Claudia Courtois, « Les jeunes boudent de plus en plus la lecture des journaux », *Le Monde*, 16 mars 2004, p. 36), alors que parallèlement, en octobre 2004 a été rendu public le rapport de Bernard Spitz au ministère de la Culture et de la Communication (Bernard Spitz, *Les jeunes et la lecture de la presse quotidienne d'information politique et générale*, rapport au ministre de la Culture et de la Communication, Paris, 6 octobre 2004, 19 p.).

¹⁸ Service recherche et développement Ouest-France, *Inventaire des études média réalisées par le service recherche et développement*, base de données Alexandrie, document interne, 10 juillet 2006, 387 p.

documents classées par mots-clés. Une rapide analyse de contenu des 655 entrées correspondant à la catégorie « Etudes média » nous a permis de mettre en évidence que sur 286 mots-clés utilisés pour classer les différentes études, le mot « jeune » apparaissait à la douzième position avec 47 utilisations, dont la moitié (24) entre 2000 et 2006¹⁹.

Le lectorat jeune semble donc être une préoccupation importante pour le quotidien *Ouest-France*. Un tel intérêt n'a rien d'étonnant, ce public constituant également le lectorat futur des quotidiens. Les quotidiens régionaux ont d'autant plus de raisons de se soucier de leur lectorat jeune que celui-ci constitue une part relativement faible de leur audience totale (22,6% des lecteurs de la PQR ont 15 à 34 ans, les 15-24 ans ne représentant que 10,2% de l'ensemble²⁰). En 2006, seuls 26,8% des 15-34 ans lisaient un quotidien régional, contre 37,4% des 35-59 ans et 48,5% des plus de 60 ans. Outre qu'ils lisent moins la presse quotidienne régionale, les 15-34 ans en sont également les lecteurs les plus occasionnels. Ainsi, en 2005, ils n'étaient que 25,5% à lire régulièrement (c'est-à-dire au moins trois fois par semaine) la PQR, dont 13,3% tous les jours. Ils étaient par contre 39,3% à la lire de manière occasionnelle (deux fois par semaine à deux fois par mois) contre 35,3% qui la lisaient moins de deux fois par mois ou jamais²¹. Olivier Donnat, dans son ouvrage sur les pratiques culturelles des Français, relève en outre que la lecture régulière des quotidiens a tendance à décroître : alors qu'en 1989, 43% des personnes interrogées lisaient un quotidien tous les jours ou presque, elles n'étaient plus que 36% en 1997, soit un recul de 7%²².

Au-delà de ces chiffres, que signifie la faible lecture des quotidiens régionaux par les plus jeunes ? Cette désaffection n'est-elle que provisoire – les non-lecteurs ou lecteurs occasionnels d'aujourd'hui deviendront-ils des lecteurs réguliers en avançant en âge ? S'agit-il, en somme, d'un « effet d'âge » ? Ou bien doit-on y voir un « effet de génération » – beaucoup plus préoccupant pour les quotidiens, dont « l'âge d'or », en quelque sorte, pourrait bien être révolu ? En filigrane des études menées sur le lectorat jeune de la PQR, on peut percevoir, de manière plus ou moins nette, cette question. Ainsi Olivier Donnat se penche sur le facteur générationnel. Le tableau ci-dessous illustre, selon lui, « de manière spectaculaire le problème de renouvellement du lectorat quotidien que doit affronter la presse quotidienne »²³.

¹⁹ Les termes davantage employés que le mot « jeune » constituent souvent des expressions très courantes et peu surprenantes dans un tel contexte : le mot-clé le plus utilisé est « *Ouest-France* » ; puis viennent « comportement de lecture », « PQR », « diffusion et pénétration », « contenu rédactionnel », « étude de la pratique de la presse », « rubrique locale », « Rennes », « presse », « image » et enfin « publicité ».

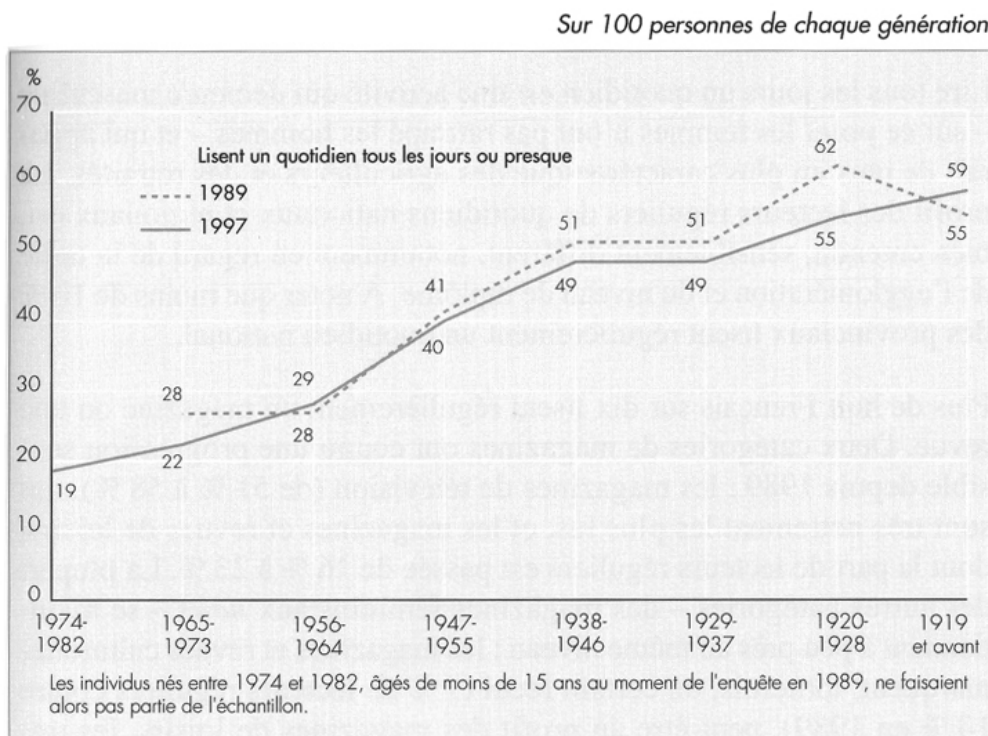
²⁰ *Ouest-France* et *Le Progrès* présentent des chiffres relativement similaires à la moyenne des quotidiens régionaux, avec 22,5% de lecteurs de 15 à 34 ans pour *Ouest-France* et 20,2% pour *Le Progrès*. Le lectorat du *Parisien* apparaît plus équilibré, avec 32,4% de lecteurs de 15 à 34 ans. Ce chiffre, plus proche de la moyenne des quotidiens nationaux, est sans doute en partie lié à l'histoire de quotidien national du *Parisien*, qui n'a été régionalisé que dans les années 1960 et publie toujours une proportion importante d'information nationale. Cependant, il faut noter les trois quotidiens étudiés trouvent 45 à 50% de leurs lecteurs dans la tranche d'âge 35-59 ans. (Lecteurs numéro moyen 2006. TNS Sofres, *EPIQ – Etude de la presse d'information quotidienne*, Audience 2006, CD-Rom, 2007.)

²¹ Lecteurs numéro moyen 2006. TNS Sofres, *EPIQ – Etude de la presse d'information quotidienne*, Audience 2006, CD-Rom, 2007.

²² Olivier Donnat, *Les pratiques culturelles des Français : enquête 1997*, Paris, Documentation française, 1998, p. 169.

²³ Olivier Donnat, *Les pratiques culturelles des Français : enquête 1997*, Paris, Documentation française, 1998, p. 176.

Tableau 1. La lecture quotidienne des journaux²⁴.



Source : Département des études et de la prospective, Ministère de la culture et de la communication

Une étude du BIPE (Bureau d'informations et de prévisions économiques), intitulée *Les générations de lecteurs face à la PQR* et publiée en 2003²⁵, s'est penchée de manière plus détaillée sur cette question. S'appuyant sur les résultats des grandes études annuelles d'audience de la PQR²⁶ de 1957 à 2001, cette étude cherche à déterminer si la diminution de l'audience des quotidiens régionaux est due à un « effet de cycle de vie » (ou effet d'âge), qui reviendrait à affirmer qu'« en vieillissant les individus modifient leur comportement de consommation indépendamment de leur génération », ou bien d'un « effet de génération » : « les membres d'une même génération ont un comportement différent des membres des autres générations au même âge »²⁷. L'étude conclut, pour la lecture quotidienne de la PQR, à un « effet générationnel pur négatif » (les membres des plus jeunes générations sont moins que leurs aînés des lecteurs quotidiens de la PQR, quel que soit leur âge au moment de l'étude). L'effet générationnel est au contraire positif pour la lecture occasionnelle²⁸.

Pour quelles raisons les membres des générations les plus jeunes lisent-ils moins, et moins régulièrement la presse quotidienne régionale ? Les différents rapports et études soulèvent un certain nombre d'hypothèses. Bernard Spitz résume plusieurs facteurs que l'on

²⁴ Olivier Donnat, *Les pratiques culturelles des Français : enquête 1997*, Paris, Documentation française, 1998, p. 175.

²⁵ BIPE (Bureau d'informations et de prévisions économiques), *Les générations de lecteurs face à la PQR*, Rapport final, 2003, 48 p.

²⁶ Ces études ont été menées jusqu'en 1993 par le CESP, puis par l'institut Ipsos.

²⁷ BIPE (Bureau d'informations et de prévisions économiques), *Les générations de lecteurs face à la PQR*, Rapport final, 2003, p. 12.

²⁸ BIPE (Bureau d'informations et de prévisions économiques), *Les générations de lecteurs face à la PQR*, Rapport final, 2003, pp. 42-44.

pourrait qualifier d'« économiques », et qui participent de la « crise structurelle » de la presse quotidienne dans son ensemble :

« La lecture par les jeunes de la presse quotidienne [...] se heurte en France à un [...] problème de prix (trop élevé pour une clientèle souvent dépourvue d'autonomie financière) [et] de distribution (éloignée des lieux de passage des jeunes dans leur vie réelle). C'est sur fond de ces faiblesses structurelles que la presse quotidienne doit affronter la concurrence des magazines mais aussi celle de l'audiovisuel, la montée en puissance de l'Internet et l'avènement de la culture du gratuit »²⁹.

Si ces facteurs jouent sans nul doute un rôle important, ils apparaissent insuffisants pour expliquer à eux seuls la relative désaffection des jeunes générations pour la presse quotidienne régionale. Il nous semble nécessaire de nous pencher sur une autre explication, de type sociologique, de cette évolution. Cela nous conduira à poser la question de l'adéquation du contenu du quotidien régional aux mutations de la société, dont les plus jeunes générations seraient en quelque sorte révélatrices – nous chercherons alors à déterminer comment les responsables des quotidiens étudiés tentent de s'y adapter.

2. Générations et mutations des formes identitaires : vers une explication sociologique de la désaffection du lectorat jeune

2.1. Les jeunes comme révélateurs des changements sociaux ?

La crise de la presse quotidienne régionale apparaît de plus en plus comme structurelle. Rares sont aujourd'hui les titres à afficher une évolution positive³⁰. A quoi sont dues ces difficultés ? Doivent-elles nous conduire à penser que le contenu des quotidiens régionaux serait inadapté à la société d'aujourd'hui ? C'est la question que pose Marc Martin, en conclusion d'un ouvrage historique sur la presse quotidienne régionale³¹.

En publiant des informations ancrées dans les régions et les territoires infra-régionaux – départements, communes, « pays » socioculturels, quartiers... – la presse quotidienne régionale révèle des identités territoriales et renforce les liens entre ses lecteurs et leurs lieux de vie. Que signifie alors son déclin au sujet des rapports aux territoires qui caractérisent la société actuelle ? Le contenu de la PQR est-il inadapté aux mutations qu'ont subies les identités territoriales depuis la fin des années 1960 ?

La question des identités nous a conduite à nous interroger sur les transformations des rapports entre individu et société – entre lesquels elle fait le lien. Pour Renaud Dulong et Louis Quéré, la presse quotidienne régionale a justement pour fonction de relier individus et société au sein des territoires couverts par les titres :

« Alors que la presse parisienne, presse d'opinion, utilise chaque événement pour réactiver des schémas idéologiques dont le corpus délimite la famille politique

²⁹ Bernard Spitz, *Les jeunes et la lecture de la presse quotidienne d'information politique et générale*, rapport au ministre de la Culture et de la Communication, Paris, 6 octobre 2004, p. 2.

³⁰ Si les quotidiens étudiés connaissent des situations contrastées, aucun n'affiche de véritable progression. Entre 1990 et 2002, *Ouest-France* (premier quotidien français en termes de diffusion, avec 781 000 exemplaires en 2005 – chiffres OJD) expérimente une quasi-stagnation (-1,3% de diffusion). *Le Parisien* voit sa diffusion baisser de 4,4% au cours de la même période, alors que *Le Progrès* vit une décennie noire et perd 25% de sa diffusion. (Francis Balle, *Médias et sociétés*, Paris, Montchrestien, 2003 (11^e édition), p. 91).

³¹ Marc Martin, *La presse régionale : des Affiches aux grands quotidiens*, Paris, Fayard, 2002, 501 p.

constituant sa clientèle, dans la presse locale, cette réactivation porte principalement sur les repères territoriaux de l'appareil d'Etat, et reproduit les lecteurs comme sujets d'un territoire. [...] La presse n'a pas pour fonction de raconter des événements, mais celle de réactiver quotidiennement les repères – idéologiques dans un cas, territoriaux dans l'autre – par lesquels les individus se reconnaissent sujets d'une société »³².

Il nous semble donc possible de faire l'hypothèse que les difficultés subies par la PQR seraient dues, outre les facteurs économiques déjà évoqués, à des mutations des liens individu/société touchant les rapports aux territoires des lecteurs – ou lecteurs potentiels – de cette presse. Dans ce cadre, comment expliquer la désaffection pour la lecture régulière du quotidien régional qui touche les jeunes plus que toute autre catégorie de population ? Les plus jeunes générations ne constituent-elles pas un « révélateur » de ces changements, particulièrement accentués chez elles ?

La question des relations individu/société est une problématique majeure en sociologie depuis ses origines. Plusieurs sociologues contemporains interrogent les transformations de ces relations au cours de la « seconde modernité », dont le début est généralement situé dans les années 1960³³. François de Singly distingue trois périodes : « celle de la société pré-moderne ; celle du premier temps de la modernité (entre la Troisième République et le milieu des années soixante) », sorte de « régime de transition » entre les deux autres périodes, et enfin la « seconde modernité », qui se caractérise par un phénomène d'individualisation, une plus grande autonomie de l'individu vis-à-vis des institutions, une « différenciation personnelle » des individus et une transformation du lien social, les individus revendiquant des appartenances plus nombreuses, tout en créant des liens davantage provisoires et contingents³⁴.

Dans la lignée de ces travaux, Claude Dubar analyse les transformations de ce qu'il appelle les « formes identitaires ». Pour ce sociologue, depuis les années 60 sont intervenus dans la société française des changements qui remettent en cause le fonctionnement traditionnel du lien social. Ces changements affaiblissent la légitimité des « formes identitaires » en vigueur au cours de la période précédente. Claude Dubar, s'appuyant sur les écrits de Max Weber, décrit le passage de formes identitaires « communautaires » à des formes « sociétales », supposant l'appartenance de chaque individu à des « collectifs multiples, variables, éphémères auxquels les individus adhèrent pour des périodes limitées et qui leur fournissent des ressources d'identification qu'ils gèrent de manière diverse et provisoire »³⁵. Quelles conséquences ces transformations de la nature du lien social au cours de la seconde modernité ont-elles sur les rapports entre les quotidiens régionaux et la population de leurs territoires de diffusion – notamment les plus jeunes ?

³² Renaud Dulong, Louis Quéré, *Le journal et son territoire, presse régionale et conflits sociaux*, Rapport final de recherche, CNRS-EHESS-Université de Tours, avril 1978, pp. 23-24.

³³ Ce terme de « seconde modernité », introduit par Anthony Giddens (*Les conséquences de la modernité*, Paris, L'Harmattan, 1994, 192 p.) et Ulrich Beck (*La société du risque, sur la voie d'une autre modernité*, Paris, Flammarion, 2001, 521 p.), s'oppose à l'idée de « post-modernité », qui sous-entend une rupture avec la période de la modernité.

³⁴ François de Singly, *Les uns avec les autres : Quand l'individualisme crée du lien*, Paris, Armand Colin, 2003, p. 234.

³⁵ Claude Dubar, *La crise des identités : L'interprétation d'une mutation*, Coll. « Le lien social », Paris, PUF, 2003 (2^e édition), p. 5.

2.2. La PQR : un contenu inadapté à la société d'aujourd'hui ?

Les mutations des rapports individu/société se traduisent, à notre sens, par des changements dans les liens des populations à leurs territoires et dans les modes de vie, qui ne sont pas sans conséquences sur les attentes en matière d'information locale. Or, cette information constitue, pour la PQR, un enjeu majeur, parce qu'il s'agit de sa principale spécificité, mais aussi parce que l'information locale a été, depuis la fin du 19^e siècle et jusqu'à la fin des années 1960, un facteur considérable de développement de la PQR³⁶.

La question du contenu de la locale a fait l'objet, à partir de 1968, d'écrits très critiques, ses détracteurs lui reprochant un contenu conformiste, gommant les conflits, « aux ordres » des acteurs locaux, et n'ayant que peu évolué depuis le début du 20^e siècle³⁷. A la fin des années 1970 se déroule à Bordeaux un colloque sur le thème de l'information locale. Jean-Marie Launay estime alors qu'« il n'y a guère corrélation entre évolution de la société et évolution de la Locale »³⁸.

L'individualisation qui se fait jour au cours de la seconde modernité s'accompagne de mutations des modes de vie, particulièrement dans les zones les plus urbanisées (et ce alors même que s'accroît la population urbaine), marqués par la mobilité, quotidienne et à plus long terme. Jean-Marie Charon note ces évolutions :

« En deux décennies l'urbanisation française s'est transformée, alors même que le phénomène des grandes agglomérations et des vastes banlieues entraînait la modification profonde de la gestion du temps, de l'organisation de la durée du travail et de celle des loisirs. Pour une part très importante de la population, les phénomènes de rupture avec un quartier, une ville ou une région d'origine se sont considérablement accentués, une part importante de la population se déplaçant plusieurs fois au cours de sa vie active »³⁹.

Jean-Marie Launay constate « le développement concomitant des transports, des grandes agglomérations et, dans celles-ci, des grands ensembles » qui « modifie le décor et les comportements urbains » et provoque une évolution de la « conversation familière », qui « change de thèmes », s'orientant davantage vers les « soucis individuels et l'évasion » au détriment des « relations de voisinage » et de la « cellule communale »⁴⁰. Pour Marc Martin, « ces problèmes de redéfinition et d'adaptation de l'information locale reflètent l'affaiblissement d'une sociabilité de voisinage, dans une société où se multiplient les groupes d'appartenance »⁴¹. Certaines études portant sur le lectorat jeune pointent également ces questions.

³⁶ Marc Martin, *La presse régionale : des Affiches aux grands quotidiens*, Paris, Fayard, 2002, 501 p.

³⁷ Parmi les critiques de la locale publiées au cours des années 1970, l'ouvrage d'Alain Besson, (*La presse locale en liberté surveillée, diagnostic et propositions pour les journaux de province*, Paris, Editions ouvrières, 1977, 256 p.) apparaît emblématique.

³⁸ Jean-Marie Launay, « L'information locale et les quotidiens régionaux », Albert Mabileau, André-Jean Tudesq (Dir.), *L'information locale*, Bordeaux, Pedone, 1980, p. 216.

³⁹ Jean-Marie Charon, *La presse en France de 1945 à nos jours*, Paris, Seuil, 1991, p. 334.

⁴⁰ Jean-Marie Launay, « L'information locale et les quotidiens régionaux », Albert Mabileau, André-Jean Tudesq (Dir.), *L'information locale*, Bordeaux, Pedone, 1980, pp. 216-217.

⁴¹ Marc Martin, « Information locale et diffusion de la presse quotidienne régionale », Gilles Feyel (Dir.), *La distribution et de la diffusion de la presse, du XVIII^e siècle au III^e millénaire*, Paris, Panthéon-Assas, 2002, p. 248.

Au cours de la seconde modernité, l'affirmation d'appartenances multiples et labiles par les individus s'accompagne de la construction de nouvelles formes de liens aux institutions, caractérisées par des modes d'engagement plus souples et fluctuants. Toutes les institutions sont, peu ou prou, touchées : famille, Eglise, institutions politiques, etc. Ce phénomène a pour effet de distendre les liens avec l'institution que constitue le quotidien régional – sans doute de manière particulièrement évidente chez les plus jeunes. L'occasionnalité de la lecture, dont nous avons vu qu'elle touchait particulièrement les jeunes générations, est reliée dans certaines études à la multiplication des activités et des appartenances, qui conduit à une certaine versatilité des lecteurs les plus jeunes. L'institut Cofremca met ainsi en parallèle, dans une étude commanditée par le quotidien *Ouest-France*, les lecteurs réguliers du quotidien, caractérisés par « une vie sociale très fusionnelle et mono-dimensionnelle », et les lecteurs occasionnels, qui « multiplient les liens avec des pôles variés de leur environnement, qui prend un aspect beaucoup plus ouvert et éclaté. Leur identité est moins monolithique, elle est composite, au gré des lieux d'investissement personnel, au gré des humeurs »⁴². Daniel Soubeyrand, consultant du même institut, écrivait en 1991 :

« Toutes les observations de la Cofremca depuis plusieurs années nous conduisent à penser que les acheteurs et lecteurs fidèles d'aujourd'hui ne constituent ni un réservoir assuré pour l'avenir ni un modèle des publics de demain. La tendance lourde est à l'occasionnalisation de la fréquentation »⁴³.

Toutes ces mutations sociales ont entraîné, au cours des trois dernières décennies, une remise en cause du contenu des quotidiens régionaux, et notamment de la locale. Pour Jean-Marie Launay, « la locale a vieilli » :

« C'est ce que confirme une enquête de la SOFRES, en 1968, qui révèle que les plus forts motifs d'attachement des lecteurs à leurs régionaux tiennent tous aux habitudes et à la tradition »⁴⁴.

Or, la PQR peut aujourd'hui difficilement compter, pour renouveler son lectorat, sur la « tradition » à un moment où la montée de l'occasionnalité de la lecture se double de l'arrivée sur le marché de la presse des quotidiens gratuits qui, au moins dans les grandes villes, engendrent de nouvelles habitudes de lecture. Comment, alors, attirer de nouveaux lecteurs, notamment parmi les plus jeunes ? Quelles initiatives les responsables rédactionnels rencontrés mettent-ils en œuvre pour cela ? Du point de vue de l'évolution du contenu comme de la forme des quotidiens, deux attitudes ressortent, qui peuvent selon les enquêtés s'opposer ou être complémentaires. D'une part, les responsables interrogés peuvent souhaiter développer des contenus et/ou des initiatives considérés comme propres à intéresser particulièrement les lecteurs les plus jeunes. D'autre part, certains enquêtés évoquent la nécessité de « rajeunir le quotidien », non pas pour viser uniquement les plus jeunes lecteurs, mais pour améliorer l'offre proposée par le journal à l'ensemble de son lectorat. Au-delà des évolutions des contenus et des formes des quotidiens se profilent donc des attitudes différentes vis-à-vis du lectorat jeune, que nous nous proposons à présent d'analyser.

⁴² Cofremca Sociovision, *L'occasionnalité d'achat du quotidien Ouest-France, Etude qualitative auprès de foyers de moins de 35 ans résidant à Rennes et Redon*, février 1987, pp. 21-22.

⁴³ Daniel Soubeyrand, « L'infidélité des lecteurs, une nouvelle donne pour la presse quotidienne », *Les médias et leurs publics, Médiaspouvoirs* n°21, janvier-février-mars 1991, p. 189.

⁴⁴ Jean-Marie Launay, « L'information locale et les quotidiens régionaux », Albert Mabileau, André-Jean Tudesq (Dir.), *L'information locale*, Bordeaux, Pedone, 1980, p. 223.

3. Attitudes et initiatives des responsables rédactionnels vis-à-vis des jeunes : « écrire pour les jeunes » ou « rajeunir le journal » ?

3.1. Contenus et initiatives dirigés vers les jeunes

Au cours des cinquante entretiens menés au sein des quotidiens étudiés, certains responsables rencontrés nous ont fait part de leur volonté de développer, pour tenter de conquérir un lectorat jeune, des contenus jugés particulièrement à même d'intéresser ces lecteurs.

Le premier type de contenu concerne les loisirs. Les pages « sports » et « culture » sont très souvent citées comme contenus susceptibles d'attirer les plus jeunes, et ce aussi bien à *Ouest-France* qu'au *Parisien* ou au *Progrès*. Alors que le sport est perçu comme susceptible d'attirer un lectorat jeune essentiellement masculin, les loisirs (notamment musique, cinéma et spectacles) sont surtout mis en avant dans les locales urbaines, et particulièrement dans les villes à forte population étudiante. Un autre sujet sur lequel les responsables interrogés mettent l'accent concerne l'éducation, la vie étudiante et l'emploi, considérés comme des préoccupations majeures pour les jeunes.

Au-delà de sujets liés aux loisirs ou à la vie quotidienne et pratique des jeunes sont également évoqués par certains enquêtés des contenus a priori plus surprenants à leurs yeux, car jugés plus difficiles d'accès, comme les pages « internationales ». Christophe Violette, chef de la rédaction de Quimper à *Ouest-France*, aborde cette question :

« Le T1⁴⁵ nous a montré récemment que les jeunes lecteurs, ce n'est pas du tout la page "Pif le chien" qui les intéresse : leur meilleur taux de lecture, c'est la page étranger. Les jeunes sont des gens cultivés, qui lisent des choses intéressantes, difficiles, ardues, etc. Et ce n'est pas en mettant un nez rouge et en faisant "Pouët Pouët" qu'on va attirer les jeunes, pas du tout. C'est en faisant bien notre métier, en parlant de choses sérieuses, en donnant de vraies infos qu'on attirera les jeunes. Moi, ça m'a beaucoup surpris, c'était l'un des enseignements pour moi les plus étonnants... Ca, ça m'a déstabilisé : c'est là que ça cartonne, quoi, les jeunes lisent beaucoup l'étranger »⁴⁶.

Outre les contenus rédactionnels jugés particulièrement à même d'intéresser de jeunes lecteurs, les quotidiens développent aussi un certain nombre d'initiatives visant à entrer en contact avec les jeunes de leurs zones de diffusion. *Ouest-France* a par exemple mis en ligne un site internet intitulé *Ouest-France Ecole*, qui, dans le cadre de l'opération *Presse Ecole*, vise à fournir des ressources pour l'éducation aux médias. Le quotidien est également distribué gratuitement dans certaines universités. Quant au *Progrès*, il a participé en 2007 aux Assises de la presse écrite et de la jeunesse.

Au-delà de ces travaux menés à l'échelle de l'ensemble d'un titre se développent ponctuellement des projets liés à la jeunesse, souvent au sein de rédactions locales et à l'initiative de leurs équipes. Les cas les plus frappants concernent le quotidien *Ouest-France*. Au sein de la locale de Vitré, par exemple, s'est tissée une collaboration entre un groupe de lycéens et le chef de rédaction, Bertrand Bonenfant :

⁴⁵ Etude de lectorat de type « vu-lu » menée en 2001 pour le quotidien *Ouest-France*.

⁴⁶ Entretien réalisé par l'auteure, Quimper, 11 juillet 2006.

« J'ai travaillé avec un groupe d'élèves du lycée. Ils passaient à l'agence, ils étaient intéressés par le métier de journaliste, ils voulaient des informations, et puis à la fin, je leur ai demandé s'ils lisaient *Ouest-France*. Très poliment, ils m'ont dit oui, et à la fin de l'entretien, ils ont reconnu qu'ils ne lisaient pas souvent *Ouest-France*. On s'est interrogés sur le pourquoi. Qu'est-ce qu'ils ne trouvent pas dans *Ouest-France* ? Qu'est-ce qui ne les séduit pas ? Qu'est-ce qui les attirerait ? On a travaillé un an avec eux. [...] Je leur ai demandé, quand quelque chose ne leur plaisait pas dans *Ouest-France*, qu'ils m'appellent – je leur ai donné mon numéro de portable, je leur ai dit qu'ils pouvaient m'appeler n'importe quand. Je leur ai demandé aussi de m'appeler quand ils n'avaient pas vu dans le journal quelque chose qu'ils auraient voulu y voir, ou au contraire quand ils avaient eu une surprise positive. Ils m'ont quand même appelé cinq fois dans l'année »⁴⁷.

L'embauche de journalistes et de correspondants locaux jeunes apparaît également aux quotidiens comme un moyen de se rapprocher des préoccupations du lectorat des mêmes tranches d'âge. C'est, encore une fois, au sein du quotidien *Ouest-France* que ces initiatives semblent naître le plus facilement. Ainsi à la locale de Caen ont été embauchés en 2006 trois jeunes correspondants, dont certains mineurs, l'objectif étant de « faire remonter » jusqu'au journal les actions entreprises par les jeunes de l'agglomération⁴⁸.

De telles initiatives ne sont pas nécessairement mises en œuvre dans les trois titres étudiés, les attitudes des responsables des quotidiens vis-à-vis du lectorat jeune différant sensiblement selon les enquêtés, mais aussi, plus globalement, entre les trois quotidiens.

3.2. Des attitudes contrastées envers les jeunes

Le regard des responsables des quotidiens sur le lectorat jeune possède une forte influence sur les initiatives mises en œuvre par les titres en direction de ce public. Les entretiens menés nous ont permis de mettre en évidence certaines différences, entre les trois journaux, en matière de volonté de « conquête » d'un lectorat jeune.

Au *Parisien*, tout d'abord, la question de ce public ne se pose pas de la même manière qu'au sein des autres quotidiens régionaux, dans la mesure où ce quotidien possède une plus forte proportion de lecteurs de 15 à 34 ans que les autres titres. Outre qu'ils se réjouissent de cette situation, les responsables interrogés, lorsqu'ils évoquent la question des jeunes lecteurs, ont tendance à mettre l'accent sur la nécessité de diffuser un journal de qualité pour l'ensemble de leurs lecteurs – y compris les jeunes – plutôt que de « cibler » cette population en particulier. Ainsi Guillaume Doyen, chef d'édition des Yvelines, affirme-t-il :

« On ne peut pas faire un journal grand public en "saucissonnant" son lectorat. On ne peut pas capter les jeunes en faisant des sujets pour jeunes, les femmes en faisant des sujets pour femmes, etc. Il faut à chaque fois écrire des sujets pour tout le monde. Pour le reste, il y a la presse spécialisée. Les jeunes, ils ont leur presse, on ne fera jamais aussi bien que cette presse spécialisée. Je n'écris pas des sujets en fonction de catégories socio-économiques spécifiques »⁴⁹.

⁴⁷ Entretien réalisé par l'auteure, Vitry, 8 septembre 2006.

⁴⁸ Entretien avec Philippe Boissonnat, directeur départemental du Calvados, réalisé par l'auteure, Caen, 10 novembre 2006.

⁴⁹ Entretien réalisé par l'auteure, Poissy, 4 décembre 2004.

Au *Progrès*, la même attitude semble prédominer, à ceci près que le quotidien ne peut se targuer de toucher un lectorat jeune aussi important que son homologue parisien. Cependant, pour plusieurs des enquêtés, la conquête d'un lectorat jeune ne semble pas faire partie des priorités du quotidien. Ces responsables s'interrogent sur la pertinence de stratégies rédactionnelles qui viseraient à toucher prioritairement les jeunes, alors même que la part la plus importante du lectorat des quotidiens régionaux est constituée de personnes âgées de 35 à 59 ans. Pour Yves-Michel Gillet, rédacteur en chef du *Progrès*, par exemple, il serait plus pertinent pour la PQR de viser les plus de cinquante ans – tranche d'âge en augmentation et possédant à la fois un certain pouvoir d'achat et du temps pour lire un quotidien⁵⁰. D'autres responsables du *Progrès* ont par ailleurs souligné en entretiens le succès que peuvent rencontrer certains contenus destinés aux enfants ou concernant la vie étudiante auprès des parents des jeunes concernés – parents qui sont, de l'avis de ces mêmes enquêtés, les premiers visés lors de la publication de tels sujets.

A *Ouest-France*, les responsables interrogés se montrent, dans l'ensemble, plus sensibles à la nécessité de conquérir un lectorat jeune. Cependant, une lecture plus approfondie des entretiens permet de constater qu'à travers le terme « jeune », les enquêtés font souvent référence à de jeunes ménages nouvellement installés dans la vie active – même si les étudiants sont davantage évoqués que dans les autres quotidiens.

3.3. « Rajeunir le journal » dans son contenu et dans ses formes

Au-delà de contenus ou d'initiatives spécifiquement dirigés vers les jeunes, l'ensemble des responsables interrogés s'accorde à penser que le meilleur moyen de conquérir un lectorat jeune reste l'amélioration de la qualité du contenu et de la forme du quotidien dans leur ensemble. Plusieurs enquêtés parlent d'une nécessité de « rajeunir » le quotidien, ce qui permettrait de conquérir non seulement les jeunes, souvent perçus comme particulièrement exigeants, mais également des lecteurs dans toutes les tranches d'âge.

Les chantiers envisagés se situent dans trois domaines. Tout d'abord, dans les sujets et les angles choisis : les enquêtés évoquent la nécessité de mettre l'accent sur une information pratique (aussi bien culturelle que touchant à divers aspects de la vie quotidienne), mais aussi de traiter les articles politiques et l'information locale de manière moins « institutionnelle ».

La manière d'écrire est également remise en cause : les jeunes, selon les responsables interrogés, attendraient davantage d'explications, de « pédagogie » – un exemple souvent cité d'amélioration concerne par exemple les infographies. Il serait également nécessaire de faire la chasse au « supposé connu », faits connus des journalistes, mais pas nécessairement des lecteurs, que les premiers ne prendraient pas toujours la peine d'expliquer.

Enfin, la forme du quotidien, sa maquette sont également mises en cause. Est évoquée la nécessité de réduire le format, d'introduire davantage de couleur, de mettre en valeur les illustrations – toutes réformes qui, parallèlement, entraînent un raccourcissement des articles également jugé nécessaire par les enquêtés, du fait du temps réduit dont disposent les lecteurs⁵¹.

⁵⁰ Entretien réalisé par l'auteure, Lyon, 30 mai 2006.

⁵¹ Les lecteurs des quotidiens régionaux accordent chaque jour à la lecture du quotidien un temps de plus en plus réduit : en 2006, la durée moyenne de lecture était de 24,5 minutes quotidiennes. TNS Sofres, *EPIQ – Etude de la presse d'information quotidienne*, Audience 2006, CD-Rom, 2007.

Conclusion

L'approfondissement de cette étude des rapports entre jeunes et presse quotidienne régionale nécessiterait l'analyse d'un corpus de presse permettant de mettre en évidence les évolutions du contenu et de la forme des quotidiens depuis la fin des années 1960. La mise en parallèle d'une telle analyse avec les discours recueillis en entretiens constituera la prochaine étape de notre travail de thèse.

Pour les responsables interrogés, la question du lectorat jeune se pose avec une acuité particulière dans la mesure où ce public représente leur lectorat futur. Cependant, les quotidiens régionaux se trouvent devant la nécessité de faire preuve d'une certaine prudence dans les évolutions mises en œuvre dans leurs pages. Le risque de perdre, par des transformations trop brusques, leur lectorat le plus âgé, mais aussi le plus fidèle, ne semble pas en effet réellement compensé par la possibilité – bien hasardeuse – de fidéliser un lectorat jeune beaucoup plus versatile.

L'avenir des rapports entre PQR et jeunes semble devoir s'écrire non seulement dans les pages des quotidiens régionaux, mais également sur leurs sites internet, ou encore dans les quotidiens gratuits qui leur sont liés (*Le Progrès*, par exemple, édite le gratuit *Lyon Plus*). Les difficultés à conquérir et à fidéliser un lectorat jeune sont en partie compensées par le succès d'autres médias et supports appartenant aux mêmes groupes de presse régionale. Reste cependant à savoir si les titres à la tête de ces groupes résisteront, à long terme, à la désaffection d'une partie de leur public et à la montée de l'occasionnalité de la lecture au sein des jeunes générations.

Bibliographie

- BALLE Francis, *Médias et sociétés*, Paris, Montchrestien, 2003 (11^e édition), 835 p.
- BECK Ulrich, *La société du risque, sur la voie d'une autre modernité*, Paris, Flammarion, 2001, 521 p.
- BESSON Alain, *La presse locale en liberté surveillée, diagnostic et propositions pour les journaux de province*, Paris, Editions ouvrières, 1977, 256 p.
- Cofremca Sociovision, *L'occasionnalité d'achat du quotidien Ouest-France, Etude qualitative auprès de foyers de moins de 35 ans résidant à Rennes et Redon*, février 1987, 41 p.
- BIPE (Bureau d'informations et de prévisions économiques), *Les générations de lecteurs face à la PQR*, Rapport final, 2003, 48 p.
- BVA, *Les jeunes et la presse, synthèse des principaux enseignements de l'étude*, février 2004, 11 p.
- CHARON Jean-Marie, *La presse en France de 1945 à nos jours*, Paris, Seuil, 1991, 416 p.
- COURTOIS Claudia, « Les jeunes boudent de plus en plus la lecture des journaux », *Le Monde*, 16 mars 2004, p. 36.
- DE SINGLY François, *Les uns avec les autres : Quand l'individualisme crée du lien*, Paris, Armand Colin, 2003, 269 p.
- DONNAT Olivier, *Les pratiques culturelles des Français : enquête 1997*, Paris, Documentation française, 1998, 360 p.
- DUBAR Claude, *La crise des identités : L'interprétation d'une mutation*, Coll. « Le lien social », Paris, Presses Universitaires de France, 2003 (2^e édition), 239 p.

- DULONG Renaud, QUERE Louis, *Le journal et son territoire, presse régionale et conflits sociaux*, Rapport final de recherche, CNRS-EHESS-Université de Tours, avril 1978, 146 p.
- GIDDENS Anthony, *Les conséquences de la modernité*, Paris, L'Harmattan, 1994, 192 p.
- LAUNAY Jean-Marie Launay, « L'information locale et les quotidiens régionaux », Albert Mabileau, André-Jean Tudesq (Dir.), *L'information locale*, Bordeaux, Pedone, 1980, p. 213-223.
- MARTIN Marc, *La presse régionale : des Affiches aux grands quotidiens*, Paris, Fayard, 2002, 501 p.
- MARTIN Marc, « Information locale et diffusion de la presse quotidienne régionale (fin du XIX^e siècle et XX^e siècle) », Gilles Feyel (Dir.), *La distribution et la diffusion de la presse, du XVIII^e siècle au III^e millénaire*, Paris, Panthéon-Assas, 2002, pp. 217-250.
- MAYER Emmanuel, *Image de Ouest-France auprès des jeunes lectorats, Etude qualitative*, Etudes économiques et sociales, Etude commandée par Ouest-France, service recherche et développement, 30 juin 2003, 115 p.
- REY Alain (Dir.), *Dictionnaire historique de la langue française*, Paris, Le Robert, 1998 (nouvelle édition).
- REY-DEBOVE Josette, REY Alain (Dir.), *Le Petit Robert*, 2002.
- Service recherche et développement Ouest-France, *Inventaire des études média réalisées par le service recherche et développement*, base de données Alexandrie, document interne, 10 juillet 2006, 387 p.
- SOUBEYRAND Daniel Soubeyrand, « L'infidélité des lecteurs, une nouvelle donne pour la presse quotidienne », *Les médias et leurs publics, Médiaspouvoirs* n°21, janvier-février-mars 1991, pp. 187-191.
- SPITZ Bernard, *Les jeunes et la lecture de la presse quotidienne d'information politique et générale*, rapport au ministre de la Culture et de la Communication, Paris, 6 octobre 2004, 19 p.
- TNS Sofres, *EPIQ – Etude de la presse d'information quotidienne*, Audience 2006, CD-Rom, 2007.
- Union des syndicats de la presse quotidienne régionale (USPQR), *Les jeunes de 25-35 ans et l'information locale*, août 1985, 68 p.