

Le journalisme en invention

Nouvelles pratiques, nouveaux acteurs

Roselyne Ringoot, Jean-Michel Utard (dir.)

Introduction

Chapitre 1

Genres journalistiques et « dispersion » du journalisme

Roselyne Ringoot, Jean-Michel Utard

Chapitre 2

De la culture comme image de marque

aux marques journalistiques de la culture : *Epok*, le *consumer magazine* de la *Fnac*

Valérie Croissant, Franck Rebillard, William Spano, Annelise Touboul

Chapitre 3

Dis à qui tu te donnes...

La presse quotidienne gratuite ou le *marketing* du don

Dominique Augey, Marie-Christine Lipani Vaissade, Denis Ruellan, Jean-Michel Utard

Chapitre 4

Des voix de l'intime au regard de l'expertise dans la presse féminine

Marianne Charrier-Vozel, Béatrice Damian-Gaillard

Chapitre 5

Les sites web d'auto-publication : observatoires privilégiés

des effervescences et des débordements journalistiques en tous genres

Florence Le Cam, Valérie Jeanne-Perrier, Nicolas Pélissier