

PRESSES
UNIVERSITAIRES
DE FRANCE

Roland Cayrol

Les Médias

Presse écrite, radio, télévision

Les médias

BOLAND LAFONT

Professeur à l'Université de Paris

Les médias

Presse écrite

radio

télévision

99

88° R

01676

Las medinas

1260789

0

THÉMIS

COLLECTION DIRIGÉE PAR MAURICE DUVERGER
SCIENCE POLITIQUE

ROLAND CAYROL

*Directeur de Recherche
à la Fondation Nationale des Sciences Politiques*

Les médias

Presse écrite
radio
télévision



PRESSES UNIVERSITAIRES DE FRANCE

DL-02031991-06833

Le présent volume constitue une édition revue, mise à jour et augmentée de *La presse écrite et audiovisuelle*, du même auteur, paru dans cette collection en 1973.

Collaboration pour la mise à jour de la documentation : Thierry Moreau.

ISBN 2 13 043479 7

Dépôt légal — 1^{re} édition : 1991, février

© Presses Universitaires de France, 1991
108, boulevard Saint-Germain, 75006 Paris



Sommaire

INTRODUCTION	13
1 <i>Les fonctions de la presse</i>	14
2 <i>Les médias dans le monde</i>	20

PREMIÈRE PARTIE

LA PRESSE, D'HIER A DEMAIN

CHAPITRE PREMIER. — L'évolution de la presse et de ses techniques	25
1 <i>De l'invention de la typographie aux premiers périodiques</i>	25
2 <i>Du début du XVII^e siècle au milieu du XIX^e : les gazettes face aux censeurs</i> ..	27
3 <i>Du milieu du XIX^e siècle à la première guerre mondiale : naissance de la presse écrite moderne</i>	34
1. Les progrès techniques	34
2. Apparition et développement d'une presse « populaire »	41
4 <i>La seconde révolution technique</i>	48
1. Des techniques de pointe : vers le journal de l'an 2000	48
2. La presse du xx ^e siècle	52
5 <i>La presse audiovisuelle</i>	58
1. La radio	58
2. La télévision	61

CHAPITRE II. — Les agences de presse	72
1 <i>Les agences télégraphiques d'information</i>	73
1. Origine des agences de presse	73
2. Caractéristiques principales des cinq agences mondiales	75
3. Fonctionnement des agences mondiales d'information	79
2 <i>Les agences nationales d'information</i>	81
3 <i>Les agences spécialisées</i>	82
CHAPITRE III. — Presse et publicité	84
1 <i>Le journal : un produit vendu deux fois</i>	85
2 <i>Les investissements publicitaires dans le monde</i>	86
3 <i>Le prix de la publicité</i>	88
4 <i>Part de la presse et des différents supports dans les investissements publicitaires</i> ..	90
5 <i>Les mécanismes de la publicité-presse : annonceurs, agences et supports</i> ..	97
6 <i>L'importance fondamentale de la publicité pour la situation présente et l'avenir de la presse</i>	100

DEUXIÈME PARTIE

LES MÉDIAS EN FRANCE

CHAPITRE PREMIER. — Le droit de l'information	107
1 <i>Droit de l'entreprise de presse</i>	107
1. Les agences de presse	107
2. Les entreprises éditrices de journaux	112
3. Entreprises connexes et auxiliaires de la presse	117
2 <i>Réglementation du contenu de la presse</i>	118
1. Le droit de rectification	118
2. Le droit de réponse	118
3. Le principe de liberté par rapport aux pouvoirs publics : ni autorisation ni censure	120
4. Compétences et responsabilités en matière de délit de presse	128
3 <i>Périodes exceptionnelles</i>	129
4 <i>Police de la diffusion des journaux</i>	130
CHAPITRE II. — La publicité dans la presse française	131
1 <i>Les investissements publicitaires en France</i>	131
1. L'évolution des dépenses publicitaires globales	131
2. Les dépenses publicitaires par type de publicité	134
3. Les dépenses publicitaires par secteur d'activité économique	137

2 / <i>L'importance de la publicité dans les recettes des entreprises de presse</i>	138
3 / <i>Organismes d'enquête et de contrôle sur la publicité et la presse</i>	139
CHAPITRE III. — La concentration de la presse française	143
1 / <i>Les causes de la concentration</i>	144
2 / <i>Les formes de la concentration</i>	146
1. Disparition de certains titres.....	147
2. Fusions, absorptions, rachats de titres.....	147
3. Les groupes de presse.....	148
4. Les ententes publicitaires.....	153
3 / <i>Les groupes français dans la concurrence mondiale</i>	154
CHAPITRE IV. — Gestion des entreprises de presse et industries annexes	156
1 / <i>Les dépenses d'une entreprise de presse</i>	156
1. La production du journal.....	157
2. La distribution.....	163
3. Le prix de revient du journal.....	167
2 / <i>Les recettes</i>	167
1. Le produit de la vente.....	167
2. Les ressources publicitaires.....	170
3 / <i>L'aide de l'Etat à la presse</i>	175
1. Les aides directes.....	175
2. Les aides indirectes.....	177
3. Les critères d'attribution de l'aide étatique.....	178
4 / <i>Le papier journal et les imprimeries</i>	180
1. Le papier journal.....	180
2. Imprimeries.....	180
5 / <i>La distribution de la presse</i>	183
CHAPITRE V. — Patrons et journalistes	189
1 / <i>Les journalistes</i>	189
1. Le statut des journalistes.....	189
2. Statistique et sociologie des journalistes en France.....	191
3. La formation des journalistes.....	192
4. Répartition des journalistes par types d'entreprises de presse.....	194
5. Les syndicats de journalistes.....	195
6. Liberté de la presse et latitude d'action des journalistes.....	195
2 / <i>Les syndicats patronaux</i>	199

CHAPITRE VI. — Anatomie de la presse quotidienne	200
1 <i>Les quotidiens à diffusion nationale</i>	200
1. Tableau général	200
2. Les quotidiens « haut de gamme »	202
3. Les quotidiens « populaires »	209
4. Les quotidiens partisans	212
5. Les quotidiens économiques	213
6. Les quotidiens du sport et de l'hippisme	214
7. Le public des quotidiens nationaux	214
2 <i>Les quotidiens régionaux</i>	216
1. Titres et groupes	216
2. Pénétration et publics	220
CHAPITRE VII. — La presse périodique	223
1 <i>Les périodiques d'information générale et politique</i>	223
2 <i>Les périodiques économiques et financiers</i>	230
3 <i>Presse s'adressant essentiellement à un public féminin</i>	232
1. La presse féminine	232
2. La presse familiale	237
3. La presse de la maison, de la décoration et du jardin	238
4. Presse du cœur, presse d'évasion, presse à sensation	239
4 <i>La presse des enfants et des jeunes</i>	241
1. La presse infantine	241
2. La presse pour adolescents	245
5 <i>La presse confessionnelle</i>	246
6 <i>La presse des sports et des loisirs</i>	250
1. La presse sportive	250
2. La presse de télévision	252
3. La presse de lecture et des loisirs culturels	255
4. La presse des loisirs et passe-temps	257
5. Presse de vulgarisation scientifique et médicale	259
CHAPITRE VIII. — La radio et la télévision	260
1 <i>Le cadre général : du monopole à la concurrence public privé</i>	260
2 <i>Taux d'équipement et d'écoute</i>	268
3 <i>Les stations de radio</i>	272
1. Les radios du service public	272
2. Les radios périphériques	273

3. Les radios locales privées.....	276
4. Les ressources de la radio.....	277
5. L'audience des stations de radio.....	277
4 <i>Les chaînes de télévision</i>	279
1. Les chaînes du secteur public.....	279
2. Les chaînes privées.....	284
5 <i>La programmation</i>	285
6 <i>La production</i>	290
7 <i>Les audiences</i>	292
8 <i>Publicité télévisée et achat d'espaces</i>	294
9 <i>L'INA</i>	299
10 <i>Diffusion par voie hertzienne, par câble et par satellite</i>	300

TROISIÈME PARTIE

LES MÉDIAS DANS QUELQUES PAYS ÉTRANGERS

CHAPITRE PREMIER. — Les médias aux Etats-Unis d'Amérique.....	307
1 <i>La concentration de la presse américaine</i>	307
2 <i>Caractéristiques de la presse quotidienne</i>	317
3 <i>La presse périodique</i>	323
4 <i>La radio et la télévision</i>	326
1. La radio.....	327
2. La télévision.....	327
5 <i>Médias et publicité</i>	337
CHAPITRE II. — Les médias en Grande-Bretagne.....	340
1 <i>Un dispositif légal original</i>	341
1. Conseil de la presse.....	341
2. Réglementation du contenu de la presse.....	342
3. Les « trusts » de presse.....	344
2 <i>La presse écrite</i>	345
1. La concentration.....	345
2. Les agences de presse.....	346
3. Quotidiens et périodiques.....	347
4. Les conditions de la fabrication et de la distribution des journaux....	351
5. L'organisation professionnelle.....	352

3 <i>La radio et la télévision</i>	353
1. La BBC	354
2. Le réseau commercial : l'IBA	356
3. Les préférences du public	359
4. La libéralisation de la radio	360
5. La télévision par câble	360
6. La télévision par satellite	361
4 <i>Médias et publicité</i>	361
CHAPITRE III. — Les médias en Italie	363
1 <i>Le cadre constitutionnel : un régime libéral</i>	363
2 <i>La presse écrite</i>	365
1. Les agences de presse	365
2. Les quotidiens	366
3. Les périodiques	370
4. La diffusion des journaux et l'aide de l'Etat à la presse	372
3 <i>La radio et la télévision</i>	372
1. Les origines	372
2. La radio	374
3. La télévision	375
4 <i>Médias et publicité</i>	378
CHAPITRE IV. — Les médias en République fédérale d'Allemagne	380
1 <i>La presse écrite</i>	381
1. Les agences de presse	381
2. La concentration de la presse écrite allemande	381
3. Les quotidiens	384
4. La presse périodique	386
5. Organisation professionnelle	389
2 <i>La radio et la télévision</i>	389
3 <i>Médias et publicité</i>	393
CHAPITRE V. — Les médias au Japon	396
1 <i>La presse écrite</i>	396
1. Quotidiens et périodiques	396
2. Les agences de presse	400
2 <i>La radio et la télévision</i>	401
1. Organisation du système audiovisuel	401
2. Les succès de l'audiovisuel japonais	403

3 <i>Organisation professionnelle</i>	405
4 <i>Médias et publicité</i>	405
CHAPITRE VI. — <i>Les médias en République populaire de Chine</i>	408
1 <i>L'agence Hsin hua</i>	408
2 <i>La presse écrite</i>	409
3 <i>La radio et la télévision</i>	412
CHAPITRE VII. — <i>Les médias en URSS</i>	414
1 <i>La presse écrite</i>	415
1. <i>Les agences de presse</i>	415
2. <i>Quotidiens et périodiques</i>	415
2 <i>La radio et la télévision</i>	417

QUATRIÈME PARTIE

L'INFLUENCE DES MÉDIAS

CHAPITRE PREMIER. — <i>Conditions et limites de l'influence des médias</i>	423
1 <i>La presse, quatrième pouvoir ?</i>	423
1. <i>L'hypothèse du viol des foules</i>	423
2. <i>Des expériences inquiétantes</i>	425
3. <i>Une influence qui semble pourtant limitée</i>	426
4. <i>Un phénomène complexe</i>	427
2 <i>Conditions sociopsychologiques de l'influence des médias</i>	428
1. <i>Degré de confiance envers les médias</i>	428
2. <i>Mise en pages, mise en scène</i>	429
3. <i>Exposition sélective</i>	430
4. <i>Compréhension des messages et mémoire sélective</i>	433
5. <i>Climat et cadre de la communication</i>	435
6. <i>Relations interpersonnelles, groupes primaires, leaders d'opinion</i>	436
CHAPITRE II. — <i>L'influence politique des médias</i>	443
1 <i>Les conditions générales d'influence des médias s'appliquent au domaine politique</i>	443
2 <i>Le problème de l'objectivité</i>	444

3 / <i>Les médias et le style de la vie politique</i>	447
1. Les médias, lieu de l'activité politique.....	447
2. Médias et personnalisation de la vie politique.....	449
4 / <i>Médias et élections</i>	453
1. La victoire de la télévision	453
2. La fonction « d'ordre du jour » (<i>agenda-setting</i>)	455
3. Effets sur les connaissances et les images politiques.....	457
4. Médias et comportements électoraux.....	460
5 / <i>L'influence politique à long terme</i>	464
1. Structuration de l'environnement politique.....	465
2. Spectacle, communication politique et uniformisation des discours....	468



Introduction

Les sociologues américains ont forgé le néologisme de *mass media*, en accolant au terme latin de *media* (moyens) le terme anglais de *mass*, indiquant par là que les moyens ici visés sont ceux qui s'adressent, non à des individus isolés ou à des groupes homogènes, mais à de grandes collectivités, à un public massif et indifférencié. On range ainsi habituellement parmi les *mass media* : les journaux, la radio, la télévision, le cinéma, l'affichage. A cette expression de *mass media*, certains auteurs préfèrent celles de « moyens de communication de masse », « grands moyens d'information », « outils de communication sociale », ou « techniques de diffusion collective ». Malgré les querelles de spécialistes, on peut penser que toutes ces expressions sont rigoureusement synonymes.

Parmi ces moyens d'expression et de communication, il est clair que les journaux, la radiodiffusion et la télévision présentent entre eux un certain nombre de points communs : il s'agit de moyens présentant une certaine périodicité, préparés notamment par des journalistes, et faisant une large place à l'information, à la diffusion de nouvelles et à leur analyse. Il existe incontestablement une unicité du phénomène journal-radio-télévision, qui le distingue du cinéma ou de l'affichage. Le plus commode est, semble-t-il, d'englober l'ensemble de ce phénomène sous le terme générique de *presse* ou encore de *médias* — puisque l'Académie française autorise ce néologisme, avec accent aigu et ce curieux pluriel. C'est ce qui sera fait dans cet ouvrage, où l'on parlera donc de « médias », ou de « presse écrite, radiodiffusée et télévisée ».

1 / Les fonctions de la presse

I | RECHERCHE ET DIFFUSION DE L'INFORMATION

La première fonction de la presse est de rechercher et de transmettre des nouvelles, d'informer sur les événements du monde. La presse nous dit ce qui se passe dans le monde. Cela ne veut pas dire qu'elle soit un reflet du monde : tout ce qui se passe n'est pas, en effet, un « événement », ne constitue pas une « nouvelle ». On connaît ce fameux conseil donné à un journaliste débutant : « Un chien qui mord un évêque, ce n'est pas une nouvelle, mais un évêque qui mord un chien, ça c'est une nouvelle. » La presse est ainsi amenée, depuis qu'elle existe, à négliger les événements de la vie quotidienne pour mettre l'accent sur les péripéties. Si les trains arrivent en retard pour une raison quelconque, la presse pourra nous en avertir ; elle ne nous dira pas, tous les jours, que des milliers de trains arrivent à l'heure. Si une grève éclate dans une grande entreprise, la presse pourra nous en informer ; elle ne nous dira pas, tous les jours, quelles sont les conditions concrètes d'existence des travailleurs. Dans certains cas, l'événement dont nous parlera la presse sera un événement qui ne se produit pas : « Les Américains n'ont pas rencontré les représentants soviétiques », « Le juge n'a rien révélé de la marche de l'enquête ». Dans certains autres cas, encore, c'est un organe de presse lui-même qui « fera » l'événement, en accordant la première place à un jeu-concours ou à une manifestation organisée par lui, ou à un « document » publié par lui.

Si, par nature, elle est ainsi amenée à négliger les mouvements en profondeur et les facteurs de stabilité, au profit des incidents, accidents ou péripéties, la presse doit aussi — ne serait-ce que pour des exigences de place dans ses pages, ou de minutage dans ses bulletins — sélectionner ceux des événements qu'elle porte à la connaissance du public, en déterminant ceux qui lui paraissent les plus significatifs. « Informer, c'est choisir », dit-on. Les agences de presse ne font pas état de toutes les nouvelles du monde. Un épais journal ne peut reproduire le vingtième de la production journalière d'une grande agence. Une émission entière d'actualité télévisée à l'ORTF ne représente que trois colonnes du journal *Le Monde*. A tous les échelons, des choix s'imposent entre ce dont on parlera et ce dont on ne parlera pas. Ainsi notamment les phénomènes jugés

marginiaux, les mouvements minoritaires, les développements concernant des pays lointains seront-ils régulièrement et impitoyablement éliminés.

Par ailleurs, la réalité dont la presse rend compte est la réalité qu'elle observe, et non pas bien sûr la réalité telle qu'elle se révélerait elle-même. Dans la mesure où la notion même d'objectivité paraît un leurre, la réalité présentée par la presse est, obligatoirement, une vision plus ou moins déformée, plus ou moins forcée de la réalité.

Tous ces éléments illustrent les limites que sa nature même impose à la presse dans sa fonction d'information : la presse rend surtout compte de l'événementiel — « j'appelle journalisme ce qui sera moins intéressant demain qu'aujourd'hui », disait Gide —, elle ne peut pas tout dire, et ne dit que ce qu'elle sait voir.

Et puis, bien sûr, les choix politiques, la recherche de l'originalité, le souci de plaire au public, les impératifs commerciaux sont autant d'éléments qui, parmi d'autres, tendent à imposer certains types de « mise en valeur » de l'information, qui, par le titrage, le choix de la « une » (pour les journaux) ou de l'« ouverture » (pour la radio-télévision), la mise en pages ou la mise en scène, le découpage ou le montage, les commentaires, la répétition, le choix des illustrations et des légendes peuvent en fait conduire à altérer l'information elle-même.

Il faut enfin tenir compte du fait qu'il arrive à la presse de diffuser de fausses nouvelles, que Bernard Voyenne estime dues, selon les cas¹, à la paresse, à la sottise, à la précipitation, à l'intérêt ou à l'envie de rire. On peut ajouter aux fausses nouvelles le silence délibéré de certains journaux sur certains événements qui les dérangent ou les gênent.

Malgré ces limites, et malgré le fait que nous disposons de multiples sources d'information, ce sont les médias qui constituent incontestablement, dans le monde d'aujourd'hui, le canal principal par lequel nous parvenons à l'essentiel des nouvelles, notamment dans le domaine politique.

2 | EXPRESSION D'OPINIONS

On connaît la fameuse phrase de C. P. Scott, le premier rédacteur en chef du *Guardian*, selon laquelle « les faits sont sacrés, les commentaires sont libres ». Elle tend à dissocier deux fonctions de la presse : la fonction

1. Voir *Presse-Actualité*, décembre 1965, n° 22.

d'information et celle d'expression d'opinions. Il est cependant bien difficile, semble-t-il, de les dissocier complètement. Informer, c'est déjà exprimer une opinion, et rapporter une opinion, c'est aussi informer.

On a cependant, pendant longtemps, distingué une « presse d'information », axée sur la narration des événements, et une « presse d'opinion », surtout consacrée aux commentaires, aux éditoriaux, aux prises de position. Dans un monde où le choix et la présentation des informations sont toujours plus politiques, et où la presse des mouvements et organisations connaît, presque partout, de graves difficultés, la distinction apparaît de plus en plus malaisée, et de moins en moins apte à décrire les situations réelles. Il n'existe pas plus de journaux de pure « information » que de pure « opinion ». Il est vrai pourtant que les éditoriaux, les appels directs aux lecteurs, les prises de position collectives des rédactions semblent s'être faits plus rares qu'ils ne l'étaient avant la deuxième guerre mondiale. L'expression des opinions reste sans doute l'une des fonctions essentielles de la presse, mais elle tend à changer de forme, à se faire souvent plus subtile, plus voilée, en tout cas moins ouvertement proclamée comme l'une des missions essentielles des organes de presse, en particulier des quotidiens.

3 | FONCTION ÉCONOMIQUE ET D'ORGANISATION SOCIALE

La presse, qui facilite la communication entre les hommes, joue un rôle important dans la vie économique des sociétés. Elle le fait en procurant à tous une information commune, en améliorant les relations entre les individus et les groupes, et même en offrant un instrument pratique de rencontres : la presse provinciale joue par exemple un rôle de service difficilement remplaçable en indiquant aussi bien les pharmacies de garde que les programmes de cinéma ou les permanences des officiers d'état civil. Si, par suite d'une grève par exemple, le journal vient à manquer, cette absence est vivement ressentie. « On manque de nouvelles sur la vie de la ville », disaient 31 % des Girondins interrogés en mars 1972 par la SOFRES pendant la grève de *Sud-Ouest* ; « On manque d'informations pratiques », notaient 18 % d'entre eux¹.

Elle le fait aussi par la publicité et les petites annonces, et occupe sur le

1. SOFRES, *Enquête dans la cité privée de son journal*, Paris, 1972, 18 p.

marché des biens de consommation comme sur le marché du travail, un rôle permanent d'intermédiaire entre les producteurs et les consommateurs, entre les offreurs et les demandeurs d'emploi.

4 | DIVERTISSEMENT ET DISTRACTION

On lit en général les journaux, on écoute la radio, on regarde la télévision pendant les moments de loisirs, et on le fait, dans une large mesure, pour y trouver une récréation. Le public lui-même, a noté Jean Stoetzel¹, manifeste qu'il considère la lecture de la presse comme une activité de loisirs ; ceux qui ne la lisent pas disent souvent « je n'ai pas le temps pour cela », ce qui implique bien qu'il s'agit dans leur esprit de quelque chose de futile.

Pour satisfaire ce besoin de distraction, la presse écrite, parlée et télévisée, offre des rubriques nombreuses de divertissement, des jeux aux feuilletons, des échos aux secrets d'alcôve. Les pages d'information subissent, elles-mêmes, l'influence de cette fonction de distraction. La présentation des nouvelles est souvent rendue « attrayante », dans leur énoncé, et jusque dans le choix qui en est fait.

Quel que soit d'ailleurs le style de la présentation des informations qu'il adopte, un organe de presse constitue un instrument de distraction, dans la simple mesure où il fait échapper l'individu du champ de sa solitude, de sa vie quotidienne, pour lui apporter une ouverture sur l'extérieur. Dans le sondage précité entrepris pendant la grève de *Sud-Ouest*, 26 % des personnes interrogées estimaient ainsi que « le journal manque, on se sent seul, la vie est monotone, ce n'est plus la même chose ».

5 | FONCTION PSYCHOTHÉRAPIQUE

C'est Jean Stoetzel qui, le premier semble-t-il², a insisté sur la fonction psychothérapique que peut remplir la presse, d'abord par sa fonction de distraction, mais aussi d'une manière plus spécifique. Dans une société de masse où les frustrations individuelles se multiplient, où les relations entre les hommes se font de plus en plus abstraites, fragmentaires,

1. *Etudes de presse*, 15 juillet 1951, vol. III, n° 1.

2. *Ibid.*

fonctionnelles, dépourvues d'intimité, la presse vient, dans une certaine mesure, alléger les difficultés. « En présence de relations secondaires abstraites et très frustratoires entre les membres du public et les personnalités de premier plan qui sont placées au centre de ses intérêts par la vie collective et par la presse elle-même, la publication des photos familiales, des anecdotes... reconstitue, par substitution, un équivalent des relations primaires ; le lecteur connaît ou pense connaître les hommes et les femmes du jour, tout comme s'il était admis dans le cercle de leurs familiers... D'un autre côté, la vie sociale refoule de nombreuses tendances, soit biologiques, soit culturelles. Nous désirons dominer, et nous sommes subordonnés. Nous voulons être libres, et nous devons obéir. Les tendances acquisitives, sexuelles notamment, sont constamment mises en échec. Il en résulte une pression désagréable de ces tendances, de l'impulsion à l'agression, qui ne peuvent se manifester, des sentiments de culpabilité. La presse intervient d'une manière psychothérapique dans cette situation. Elle nous montre que certains individus satisfont ces tendances, dans les crimes, les scandales. Elle opère ainsi la libération de nos propres tendances ; elle nous permet de projeter notre culpabilité sur d'autres. Surtout, elle limite les impulsions agressives. » De même, les « campagnes de presse » ont, en elles-mêmes, un caractère psychothérapique. Les journaux ou les stations de radio-télévision qui les lancent ne les continuent d'ailleurs pas, en général, jusqu'à obtenir gain de cause : c'est la campagne qui compte, plus que la satisfaction des revendications qu'elle porte. C'est la campagne elle-même qui permet le défoulement du lecteur.

Ainsi en va-t-il probablement des « dénonciations » de scandales par la presse à sensation, voire par la presse militante, ou de campagnes du style de celle lancée, en mai-juin 1970, par *Bonne-Soirée*, avec le concours d'Europe n° 1, RTL, Sud-Radio, Radio-Andorre et Radio-Monte-Carlo, sous le titre : « Assez d'animaux martyrs ».

6 | INSTRUMENT D'IDENTIFICATION ET D'APPARTENANCE SOCIALE

Il existe une forte corrélation entre l'utilisation des *mass media* et la participation politique institutionnelle (vote, adhésion à des groupements, etc.). D'une part, en effet, la lecture des journaux, l'écoute de la radio et de la télévision permettent d'être informés sur la vie sociale et politique : elles sont donc une condition de la participation. D'autre part,

elles facilitent une identification du lecteur ou de l'auditeur avec le public, avec la communauté à laquelle il appartient : elles incitent ainsi à une participation plus poussée aux activités de cette communauté.

L'identification des lecteurs-auditeurs se fait avec le public global, mais également avec les groupes sociaux auxquels ils appartiennent. On achète un journal parce qu'il est celui du groupe, de la ville, de la classe sociale auxquels on appartient : lire le carnet du jour du *Figaro*, les informations sur les sociétés dans *Les Echos*, le bulletin de l'étranger du *Monde*, les faits divers du *Parisien*, ou les nouvelles de politique intérieure de *L'Humanité*, c'est se remettre chaque jour au contact des attaches objectives qui sont les siennes dans la société. Le journal permet de manifester et de renforcer les appartenances sociales de ses lecteurs.

Il faut ajouter d'ailleurs que l'achat et la lecture d'un journal, l'écoute de telle ou telle émission permettent une identification du lecteur-auditeur à un groupe auquel il appartient objectivement, mais aussi éventuellement à un groupe auquel il souhaiterait appartenir, ou auquel il rêverait d'appartenir. Ainsi des ouvrières peuvent-elles se passionner pour l'héroïne d'un feuilleton télévisé appartenant au milieu de la grande bourgeoisie. Ainsi, une enquête de M. Gilman sur la lecture des journaux new-yorkais, citée par Jacqueline Boullier¹, souligne-t-elle le rôle social des petites annonces : « Beaucoup de femmes consultent les petites annonces pour comparer les différentes situations sociales à la leur. Même si elles ne sont pas intéressées directement, les femmes lisent les petites annonces pour voir quels salaires sont offerts aux hommes ayant le même métier que leur mari. Si la femme a travaillé autrefois, elle regarde ce que gagnent maintenant les personnes qui exercent la profession qu'elle avait. »

Enfin, ainsi que l'avait montré Bernard Berelson, le journal valorise le lecteur. Le journal convainc le lecteur de son importance. Par la lecture de la presse, celui-ci sait ce qui se passe, a l'impression de pénétrer dans les secrets du monde, en tire éventuellement un surcroît de prestige intérieur.

En achetant un journal, produit « noble » dont la relation avec le public est d'ordre intellectuel, le lecteur achète en même temps une image de lui-même. De lui-même tel qu'il est, et tel qu'il se projette. La couverture du magazine *Elle* fait ainsi alterner les photographies de femmes qui sont à l'image de leurs lectrices, et (un peu plus souvent) de femmes qui sont « en avance » par rapport à elles (quant à la beauté, au maquillage, à l'allure).

1. *Presse-Actualité*, octobre 1966, n° 28.

7 | FONCTION IDÉOLOGIQUE :
INSTRUMENT DE COHÉSION SOCIALE
ET DE LÉGITIMATION POLITIQUE

La presse joue enfin, au service de l'idéologie dominante de la société dans laquelle elle paraît, un rôle évident d'instrument de cohésion sociale et de légitimation du système politique. Dans les régimes de parti unique, elle joue tout à la fois un rôle de relais entre la direction de l'Etat et du parti et les militants du parti et des organisations de masse (théoriquement dans les deux sens), et un rôle global d'éducation des masses et de propagande au service du régime. Dans les pays en voie de développement, étant donné les faibles taux d'alphabétisation, c'est en particulier à la presse parlée (et éventuellement télévisée) que reviennent ces fonctions : on sait d'ailleurs que les studios de la radio-télévision figurent toujours parmi les objectifs premiers de ceux qui y entreprennent des coups d'Etat.

Dans les régimes de type occidental, ainsi que l'a noté Alain Girard¹, la presse fonctionne dans le cadre d'un système d'Etat existant, et même pour le compte de ce système. Elle adhère et souscrit, dans l'ensemble, aux mêmes principes moraux et sociaux, et ne se divise que sur les voies et moyens aptes à réaliser les objectifs généraux et tacites de la société en place. « C'est ce que nous appelons liberté de la presse. Mais par sa seule existence et par les nouvelles qu'elle donne chaque jour du groupe national, elle contribue à assurer sa cohésion, à faire accroître chez tous un sentiment commun d'appartenance. » Si cette fonction idéologique globale de la presse est essentielle dans le monde d'aujourd'hui, les formes quotidiennes du rôle politique de la presse sont multiples, et son influence sur les individus s'exerce dans des conditions dont on doit exclure tout caractère mécanique.

2 / Les médias dans le monde

Il ne faut pas perdre de vue l'importance des disparités mondiales en matière d'accès aux médias. Nous ne faisons pas ici référence aux

1. *L'opinion publique et la presse*, Cours de l'Institut d'Etudes politiques de Paris, Les Cours du Droit, 1964-1965.

obstacles politiques à la circulation de l'information, mais au niveau des ressources disponibles par habitant, et aux traditions et pratiques culturelles qui existent dans les différentes régions du monde et rendent compte de taux différenciés de lecture du journal ou de consommation audiovisuelle. De ces points de vue, le tableau suivant est éclairant. Il

Journaux, radio et télévision, pour 1 000 habitants

	<i>Nombre d'exemplaires de quotidiens tirés pour 1 000 habitants</i>	<i>Nombre de radios pour 1 000 habitants</i>	<i>Nombre de téléviseurs pour 1 000 habitants</i>
Japon	580	713	563
Finlande	556	987	432
Norvège	542	775	319
Suède	535	858	390
Australie	424	1 301	429
Suisse	423	364	378
RDA	422	384	358
Islande	409	586	293
Grande-Bretagne	398	993	479
URSS	390	514	308
Nouvelle-Zélande	381	890	288
Danemark	356	392	369
Autriche	351	530	311
RFA	345	401	360
Luxembourg	315	644	256
Pays-Bas	314	793	450
Etats-Unis	269	2 043	790
Tchécoslovaquie	229	521	280
Belgique	185	468	303
France	176	860	375
Canada	171	n.d.	481
Israël	144	270	256
Italie	116	250	243
Espagne	92	285	258
Amérique latine	76	390	120
Afrique	21	89	4

Sources : ONU, UNESCO, FIEJ (références : années 1986 ou 1987 pour les journaux, 1983 ou 1984 pour la radio et la TV).

montre la sous-information qui caractérise le Tiers Monde, et d'abord le continent africain. Il souligne, à l'opposé, le remarquable niveau atteint par les pratiques d'information, tant écrites qu'audiovisuelles, dans un pays comme le Japon. Il atteste de la puissance de la presse écrite dans les Etats de l'Europe scandinave, et plus généralement de l'Europe du Nord. Il illustre l'avance prise, en matière audiovisuelle, par les Etats-Unis, mais aussi par l'Australie, la Grande-Bretagne, la Finlande ou les Pays-Bas.

Et il rappelle aux Français la médiocre place de leur pays dans le domaine de la consommation médiatique : 20^e place pour la consommation du journal — dans un pays où pourtant on se vante volontiers de lire, mais il est vrai, 6^e place pour la radio, et 9^e pour la possession de récepteurs de télévision...

Chapitre premier

L'ÉVOLUTION DE LA PRESSE ET DE SES TECHNIQUES

Les premiers ancêtres du journal sont très probablement nés en Chine — où le papier fut connu dès le début de l'ère chrétienne, et où fut mis en œuvre le premier procédé d'imprimerie : il s'agissait de l'impression tabellaire, les textes étant gravés sur bois d'un seul tenant. Les premiers périodiques, organes impériaux officiels, se sont ainsi développés à l'époque Tang (618-907). Les Romains ont connu, de leur côté, les *Acta diurna*, annonciateurs des journaux muraux. Mais jusqu'à la découverte de la typographie, la circulation de l'information écrite se fait surtout par des nouvelles manuscrites, que les « nouvellistes » rédigent en grand nombre en Europe à partir du début du XIV^e siècle, souvent pour le compte de marchands, de banquiers ou de princes. En fait, on ne peut réellement parler de presse qu'à partir de l'invention du procédé typographique d'impression par Gutenberg.

1 / De l'invention de la typographie aux premiers périodiques

C'est vers 1450 que trois Mayençais, Johann Gensfleisch, dit Gutenberg, et ses associés, Johann Fust et Peter Schoeffer, mettent au point les deux inventions qui vont donner naissance à la typographie, c'est-à-dire à l'imprimerie moderne : il s'agit des caractères mobiles métalliques en relief et de la presse à imprimer.

Ils créent ainsi un procédé qui sera employé, pratiquement sans changement, pendant près de quatre siècles, et qui reste aujourd'hui utilisé dans les cas de composition manuelle. Les opérations se déroulent de la manière suivante : l'ouvrier compositeur prend dans ses tiroirs — qu'on appelle des « casses » — des caractères mobiles séparés représentant des lettres ; chaque lettre a son compartiment, les majuscules, ou « capitales » en haut, les minuscules, ou « bas de casses » en bas de la casse. Il dispose ensuite chaque lettre, chiffre, signe ou espace, les uns à la suite des autres, sur une sorte de règle, appelée « composteur », et forme ainsi des lignes. Les lignes sont assemblées, de façon à obtenir des pages, qui sont serrées à la ficelle dans un châssis rigide. Chaque page est par la suite montée sur le « marbre » d'une presse. La presse — celle de Gutenberg était entièrement réalisée en bois — comprend en effet deux éléments essentiels : le marbre, table horizontale fixe (qui deviendra mobile sur un plan horizontal à partir du *xvi*^e siècle) et la « platine », table horizontale mobile sur un plan vertical qui vient s'appliquer fortement sur le marbre lorsque l'ouvrier imprimeur l'actionne au moyen d'une vis à gros pas.

Les pages sont montées sur le marbre, l'œil des caractères en relief étant tourné vers le haut : il n'y a plus alors qu'à encre les caractères, puis à disposer sur eux une feuille de papier et à actionner la platine pour obtenir une impression typographique.

Autre élément fondamental pour la circulation de l'information, et donc pour l'apparition de nouvelles imprimées : la création des services postaux d'Etat : en France, sous Louis XI (édit du 19 juin 1464), en Angleterre en 1478, dans le Saint-Empire romain germanique en 1502. « L'imprimerie et la poste, écrit Georges Weill, voilà réunies les deux conditions nécessaires au début du journal. » Pourtant, il faudra près d'un siècle et demi pour que celui-ci apparaisse : les feuilles volantes imprimées qui se développent en Europe à partir de la fin du *xv*^e siècle ne présentent pas, en effet, l'une des caractéristiques constitutives du journal, à savoir la périodicité. Les « occasionnels » français, les *zeitungen* allemands, les *gazzette* italiennes sont en effet des feuilles de nouvelles imprimées spécialement à l'occasion d'événements marquants : fêtes, tremblements de terre, batailles, événements politiques. Au *xvi*^e siècle apparaissent les « canards », consacrés surtout à des faits surnaturels ou extraordinaires, et les « libelles », entretenant des polémiques religieuses ou politiques, qui n'ont pas non plus de périodicité fixe. Ce n'est qu'au début du *xvii*^e siècle que vont naître, en Europe, les premiers périodiques.

2 / Du début du XVII^e siècle au milieu du XIX^e : les gazettes face aux censeurs

Les premiers périodiques d'Europe semblent en fait avoir été créés dans les dernières années du XVI^e siècle : on cite, par exemple, des essais tentés, en 1597, à Prague et à Augsbourg. Mais ces essais n'ont pas été couronnés d'un succès durable. En revanche, le bimensuel, *De Nieuwe Tijdinghen* (*Les Nouvelles d'Anvers*), créé le 17 mai 1605 par l'imprimeur Abraham Verhoeven, connut une existence régulière pendant deux années environ. Des gazettes hebdomadaires apparaissent ensuite en assez grand nombre, notamment à Bâle (1610), Vienne et Francfort (1615), Hambourg (1616), Berlin (1617), Prague (1619), Londres (1622).

En France, le premier hebdomadaire semble avoir été — en janvier 1631 — *Les Nouvelles ordinaires de divers endroits*, du libraire Louis Vendosme. Mais il est absorbé peu après par *La Gazette*, fondée par Théophraste Renaudot, le 30 mai 1631. *La Gazette*, hebdomadaire paraissant sur quatre, puis sur huit pages, était un organe officieux de la Cour de France ; elle connut un grand succès, tirant chacun de ses numéros à plusieurs centaines d'exemplaires.

I | EN ANGLETERRE

Jusqu'au milieu du XIX^e siècle, la presse va être, dans la plupart des pays, soumise au contrôle et à la pression de l'Etat, et les gazettes lutteront, avec une inégale ardeur et un inégal succès, pour se voir reconnaître des libertés. C'est en Angleterre que la presse occupa le plus vite une place importante dans les débats politiques, et aussi qu'elle conquiert sa liberté. Mais ce ne fut pas sans mal. A part, en effet, une courte période relativement libérale (1641-1643), la presse anglaise vécut tout au long du XVII^e siècle sous un système de censure. C'est en 1644 que le poète Milton adressa son fameux appel au Parlement, *Areopagitica, a speech for the liberty of unlicensed printing* (que Mirabeau devait traduire plus tard en français), texte d'ailleurs consacré plutôt à la liberté de l'édition qu'à celle de la presse. « Tuer un homme, écrit notamment Milton, c'est

détruire une créature raisonnable ; mais étouffer un bon livre, c'est détruire la raison elle-même. »

En 1662, le *Licensing Act*, adopté par le Parlement, codifiait et renforçait le système de censure et même d'autorisation préalable, cependant qu'il était désormais interdit de rendre compte dans les journaux des séances du Parlement.

Mais en 1693, cinq ans par conséquent après la Révolution, le Parlement décidait de ne proroger le *Licensing Act* que pour deux ans : ainsi, en 1695, la censure disparaît-elle définitivement de la vie de la presse anglaise. C'est la première étape fondamentale dans la conquête de sa liberté par la presse. Celle-ci est d'ailleurs suivie d'une floraison de journaux : ainsi paraît le 11 mars 1702 le premier quotidien anglais, le *Daily Courant* (qui vécut jusqu'en 1735) ; ainsi apparaissent le bihebdomadaire *Revue*, fondé en 1704 par Daniel Defoe ; ainsi Addison et Steele lancent-ils, en 1709, le trihebdomadaire, *Tatler*.

Si la censure était abolie en Angleterre, on ne peut pas dire pour autant que la presse y fut rapidement libre : on créa aux journaux mille autres difficultés, l'une des plus efficaces étant, en 1712, la création d'un impôt spécial, le droit de timbre (qui frappait chaque exemplaire tiré d'un journal ainsi que les petites annonces), augmenté à trois reprises entre 1724 et 1775. Ce n'est qu'en 1855 que ce droit devait finalement être aboli. En 1861, plus aucune taxe spéciale ne frappe la presse anglaise.

Entre-temps, une autre date avait marqué une étape importante : en 1771, les journaux avaient été autorisés à publier des comptes rendus des séances du Parlement, ce qui avait donné naissance à de nouvelles feuilles politiques. Mais l'existence de timbres contraignit les journaux anglais, d'une part, à la nécessité de pratiquer des prix de vente élevés : d'après P. Albert et F. Terrou, le *Times* par exemple était, entre 1815 et 1833, plus de trois fois plus cher que *Les Débats* ou *Le Constitutionnel* en France ; d'autre part, à trouver d'autres sources de recettes : ce fut le recours à la publicité, à l'« annonce » commerciale. Sans doute, au milieu du XVIII^e siècle, avait-on vu apparaître dans la presse anglaise des annonces concernant des livres ou des remèdes, mais c'est seulement à partir de l'institution du droit de timbre que les journaux prirent l'habitude d'y recourir systématiquement.

La fin du XVIII^e siècle verra se créer en Angleterre certains ancêtres directs des journaux actuels, notamment en 1785, le *Daily Universal Register*, fondé par John Walter, qui prenait, le 1^{er} janvier 1788, son titre définitif *The Times*, et qui devenait à partir de 1803 le grand journal qu'il allait demeurer. Parmi les autres titres, on peut citer le *Morning Chronicle*, le *Morning Post*, le *Morning Herald*, le *Daily News* et le *Morning Journal*.

2 | EN ALLEMAGNE

Sous l'Empire, les journaux restèrent soumis à un très strict régime de censure et d'autorisation préalable. Des feuilles s'y développèrent toutefois au long du XVIII^e siècle, sans cependant atteindre des tirages comparables à ceux de l'Angleterre ou de la France ; elles furent soumises aux humeurs et à l'ambition des princes, qui exercèrent souvent une répression sévère à leur égard.

Au XVIII^e siècle, l'ascension de la Prusse et sa rivalité avec l'Autriche n'entraînèrent guère les autorités de ces Etats à laisser se développer une presse libre.

Frédéric II, le « despote éclairé », fit fonctionner un très sévère système de censure, et se servit de la presse pour la mettre au service de sa propagande, en temps de paix comme en temps de guerre, ne dédaignant pas, le cas échéant, de prendre lui-même la plume, Joseph II, après une courte période libérale (1781-1789), établit lui aussi envers les journaux une politique de sévérité et de répression : là encore, mise de la presse au service de la propagande d'Etat, impôt du timbre (établi en 1789) et censure furent le lot habituel des gazettes.

C'est seulement dans les villes libres de Hambourg (qui de surcroît disposait de facilités de communications plus grandes avec l'extérieur), de Francfort et de Cologne, et dans l'Etat de Bavière qu'une presse relativement non conformiste put apparaître.

Si c'est en Allemagne qu'avait probablement paru, en 1660, le premier quotidien, le *Leipziger Zeitung*, la presse allemande fut, au XVII^e et au XVIII^e siècles, d'une qualité généralement assez médiocre. Le vrai démarrage d'une presse vivante et prospère se fera, en fait, sous l'influence de la Révolution française et de l'Empire napoléonien. Les années 1800-1840 voient ainsi fleurir, malgré la censure, malgré le monopole des annonces commerciales accordé aux feuilles officieuses, des gazettes d'orientations politiques diversifiées, marquant tout à la fois le renouvellement du contenu de la presse allemande et sa conquête d'un plus large public.

3 | EN AMÉRIQUE DU NORD

Le premier journal créé dans les colonies anglaises d'Amérique fut, en 1690, le mensuel *Publick occurrences*, fondé en 1690 à Boston par

l'imprimeur Benjamin Harris. La première gazette présentant un intérêt original fut la *Pennsylvania Gazette*, fondée en 1728 à Philadelphie par Benjamin Franklin, qui devait se révéler comme l'un des très rares journalistes de talent de cette période coloniale, où la censure exercée sur la presse par les autorités anglaises rendait à vrai dire difficile l'exercice de cette profession.

Le nombre des journaux passe néanmoins de 14 en 1740 à 34 en 1775 et 43 en 1782. On sait que, dans le déclenchement de la rébellion contre l'Angleterre en 1776, deux journaux jouèrent un rôle non négligeable : la *Boston Gazette*, de Sam Adams, et le fameux *Pennsylvania Magazine*, qu'avait fondé Thomas Paine en arrivant d'Europe, en 1774.

Après la fin de la guerre, en 1782, la presse américaine connut un grand développement. Le *Pennsylvania Pocket* fut le premier, en 1784, à devenir quotidien. En 1800, les Etats-Unis comptaient 200 journaux, dont 17 quotidiens.

Le premier amendement de la Constitution, adopté en 1791, jetait les bases de la liberté pour la presse américaine, en stipulant que : « Le Congrès ne fera aucune loi restreignant la liberté de parole ou de presse. » Les procès de presse, avec parfois des condamnations lourdes, ont cependant encore été fréquents aux Etats-Unis, jusque vers 1830.

4 | EN FRANCE

Le régime de la presse française, sous l'Ancien Régime, est celui du privilège et de la censure. Le privilège est le droit de publication, accordé par le roi. La censure se fait de plus en plus vigilante, avec le développement des gazettes : il y a, au milieu du XVIII^e siècle, plus de cent censeurs royaux, placés sous l'autorité du directeur de la librairie. Les censeurs font plus que contrôler les textes insérés dans les journaux : ils les orientent, lorsqu'ils ne les rédigent pas. « *La Gazette* de Renaudot, entreprise privée bénéficiaire d'un privilège, soumise à la censure, recevait de Richelieu, du P. Joseph, de Louis XIII même, des instructions et des textes à insérer », écrit F. Terrou.

On connaît, plus tard, la fameuse tirade du *Mariage de Figaro* de Beaumarchais (acte V, scène 3) — celle dans laquelle se trouve la phrase qui figure toujours dans l'« ours » de l'actuel *Figaro* : « sans la liberté de blâmer, il n'est point d'éloge flatteur » — dans laquelle Figaro, s'en prenant, dans une allusion transparente au gouvernement de Madrid, explique : « Pourvu que je ne parle dans mes écrits ni de l'autorité, ni du

culte, ni de la politique, ni des gens en place, ni des corps en crédit, ni de l'Opéra, ni des autres spectacles, ni de personne qui tienne à quelque chose, je puis tout imprimer librement sous l'inspection de deux ou trois censeurs. »

Dans ces conditions, la presse française des XVII^e et XVIII^e siècles est évidemment une presse conformiste centrée sur les nouvelles, et faisant peu de place au commentaire, plus souvent spécialisée dans le genre littéraire que dans les faits politiques, fréquemment inspirée par la Cour. A part des feuilles en général très spécialisées, trois titres dominent la période : *La Gazette* de Renaudot, *Le Journal des Savants* et *Le Mercure Galant*.

La Gazette, déjà organe très officieux du vivant de Renaudot, fut officiellement rattachée, en 1762, par Choiseul au ministère des Affaires étrangères. Rachetée en 1785 par Panckoucke, elle avait alors plus de 12 000 abonnés et bénéficiait du monopole des informations de caractère politique, qu'elles proviennent de France ou de l'étranger.

Le Journal des Savants, fondé en 1665 comme hebdomadaire par Denis de Sallo, avec la protection de Colbert (et devenu mensuel à partir de 1724), rendait essentiellement compte des livres récemment parus. Il connut un grand succès, et fut fréquemment imité à l'étranger, notamment en Allemagne et en Europe centrale.

Le Mercure Galant, fondé en 1672 par Donneau de Vizé, inaugura la formule de la feuille littéraire et d'échos. Rapidement pris en charge par le ministère des Affaires étrangères, devenu en 1724 *Le Mercure de France*, il fut racheté en 1778 par Panckoucke.

Le caractère essentiellement conformiste de cette presse d'Ancien Régime explique sans doute dans une large mesure le scepticisme des intellectuels à l'égard de cette forme d'expression des idées — à un moment où au contraire le livre, le pamphlet, la brochure, affirment leur caractère corrosif. Il reste qu'il est intéressant de noter que le journal n'a guère eu la faveur, à ses débuts, des intellectuels, pas plus que la radio, ni la télévision n'en auront auprès des mêmes milieux, à leur création. Georges Weil cite par exemple deux textes significatifs, de Diderot et de Rousseau. Diderot écrit dans *L'Encyclopédie*, à propos des périodiques : « Tous ces papiers sont la pâture des ignorants, la ressource de ceux qui veulent parler et juger sans lire, le fléau et le dégoût de ceux qui travaillent. Ils n'ont jamais fait produire une bonne ligne à un bon esprit, ni empêché un mauvais auteur de faire un mauvais ouvrage. »

Rousseau écrit en 1755 à un de ses amis de Genève : « Qu'est-ce qu'un livre périodique ? Un ouvrage éphémère, sans mérite et sans utilité, dont la lecture, négligée et méprisée par les gens lettrés, ne sert qu'à donner aux femmes et aux sots de la vanité sans instruction, et dont le sort, après avoir

brillé le matin sur la toilette, est de mourir le soir dans la garde-robe. » Et Voltaire et Montesquieu n'ont guère été plus tendres pour les gazettes.

A la fin du règne de Louis XV et sous Louis XVI, des journaux, littéraires surtout, commencèrent à tourner les monopoles accordés par privilèges royaux, et à braver plus ouvertement la censure. Les quotidiens font par ailleurs leur apparition : le premier en France fut *Le Journal de Paris*, lancé le 1^{er} janvier 1777, suivi l'année postérieure par *Le Journal général de France* ; cependant qu'une presse naissait, encore timidement, en province, à partir de la création des *Affiches de Lyon*, en 1748. La défense de la liberté de la presse devint un thème politique important. Malesherbes — pourtant directeur de la Librairie — disait par exemple, rapporte F. Terrou, que « la discussion publique des opinions est un moyen sûr de faire éclore la vérité... Toutes les fois que le gouvernement en a le noble projet... il n'a d'autre parti à prendre que... d'établir ce qu'on appelle la liberté de la presse ». Et Mirabeau, adaptant en français, en décembre 1788, *L'Areopagitica* de Milton, n'hésitait pas à écrire, à l'intention des futurs membres des états généraux : « Que la première de vos lois consacre à jamais la liberté de la presse ; la liberté la plus inviolable, la plus illimitée, la liberté sans laquelle les autres ne seront jamais acquises ; qu'elle imprime le sceau du mépris public sur le front de l'ignorant qui craindra les abus de cette liberté ; qu'elle dévoue à l'exécration universelle le scélérat qui feindra de les craindre. »

La Révolution de 1789 marque évidemment une étape fondamentale dans l'histoire de la presse française : c'est la découverte de la liberté. « Le journal, ont écrit les Goncourt, est sorti tout armé du cerveau de la Révolution. » En fait, la période de liberté illimitée est assez courte : elle va d'août 1789 à août 1792. L'article XI de la Déclaration des Droits de l'Homme et du Citoyen (26 août 1789) consacre le principe de la liberté : « La libre communication de la pensée et des opinions est un des droits les plus précieux de l'homme : tout citoyen peut donc parler, écrire, imprimer librement, sauf à répondre de l'abus de cette liberté dans les cas déterminés par la loi. »

On sait quel a été le foisonnement exceptionnel des feuilles révolutionnaires. Parmi les plus connues de celles qui ont eu une certaine régularité, on peut citer *Le Patriote Français*, de Brissot, *Le Courrier de Provence* de Mirabeau, *Les Révolutions de France et de Brabant* et *Le Vieux Cordelier* de Camille Desmoulins, *Le Courrier de Paris* de Gorsas, *L'Ami du Peuple* de Marat, *Le Père Duchesne* d'Hébert. Parmi les feuilles contre-révolutionnaires, il faut citer *Le Journal Politique National*, où s'illustra Rivarol.

Après le 10 août 1792, la Terreur s'en prit notamment à la presse, et

d'une manière implacable : le Comité de Salut public supprima les journaux trop critiques ; des journalistes girondins, enragés, modérés, furent guillotins. Ne subsistèrent guère que des publications officieuses ou dévouées à la cause de Robespierre, comme *Le Journal de la Montagne*, ou *Le Journal des Hommes Libres*, et des feuilles plus ou moins illégales, à parution en général irrégulière.

Le Directoire accentua les mesures de répression contre la presse : poursuites contre les journalistes, cent sept suppressions de journaux entre septembre 1797 et septembre 1799, établissement du timbre et remise en vigueur de la censure, subventions importantes aux journaux gouvernementaux. « Malgré ces brimades, notent P. Albert et F. Terrou, la presse restait très active. On comptait soixante-dix feuilles à Paris en 1796 et encore soixante-treize en 1799. »

Bonaparte, tout à la fois hostile à toute liberté en matière de presse et désireux de se servir de la presse comme instrument de la propagande officielle, prit des moyens de plus en plus drastiques. Dès le 27 nivôse an VIII (17 janvier 1800), un décret des consuls rétablissait l'autorisation préalable et n'accordait le droit de parution qu'à treize journaux à Paris. Ce chiffre fut réduit à quatre en 1811 : *Le Moniteur*, *Le Journal de l'Empire*, *Le Journal de Paris* et *La Gazette de France*. Entre-temps, en 1805, des censeurs avaient été placés auprès de la rédaction des journaux, cependant que les rédacteurs en chef étaient désormais désignés par le ministère de la Police.

Le Moniteur fut par ailleurs, dès le mois de décembre 1799, le véritable journal officiel du régime. Des notes d'orientation indiquaient aux journaux ce qu'ils devaient imprimer en matière politique.

En province, à dater d'août 1810, un seul journal fut autorisé dans chaque département.

A partir de la Restauration, la question du statut de la presse va se trouver au cœur des débats politiques. La période de la Restauration (1815-1830) fut dans l'ensemble une période de contrôle autoritaire de l'Etat sur la presse : en 1814 avait été instauré un système comprenant l'autorisation préalable de parution, la censure, le cautionnement et le timbre. Les lois de Serre, de mars et juin 1819, marquaient un essai de libéralisation : l'autorisation préalable était supprimée, les délits politiques par voie de presse devenaient de la compétence du jury ; mais Villèle revint dès l'année suivante à une attitude plus répressive, et les délits politiques furent à nouveau confiés à la correctionnelle. Après un nouvel et timide essai de libéralisation sous le ministère Martignac (1828-1829), Polignac entendit engager une politique résolument ultra. L'une des « quatre ordonnances » du 25 juillet 1830 visait à rétablir la

censure, à supprimer toutes les autorisations de paraître et à n'autoriser désormais que les publications ultra. Ce sont alors les équipes de journalistes et les travailleurs de l'imprimerie parisiens, qui, à l'initiative du *National*, de Thiers, organisent la riposte au régime : la Révolution de 1830 a été déclenchée par la presse, en raison des menaces du pouvoir contre son existence.

La Monarchie de Juillet (1830-1848) accorda à la presse une marge de liberté plus grande. Le taux de cautionnement fut réduit. La compétence du jury fut réaffirmée. Le régime de Louis-Philippe fit cependant voter en septembre 1835, après l'attentat de Fieschi, des lois facilitant les procédures de poursuite contre les journaux et augmentant le cautionnement. La censure fut par ailleurs mise en vigueur sur les dessins politiques : on sait l'impact qu'avaient alors les dessins d'un Daumier.

Parmi les journaux importants de cette période 1815-1848, il faut citer surtout *Le Journal des Débats*, organe des milieux modérés sous la Restauration, gouvernemental sous la Monarchie de Juillet ; *Le Constitutionnel*, moyen d'expression de l'opposition libérale sous la Restauration et gouvernemental lui aussi sous Louis-Philippe ; *Le National*, journal de l'opposition républicaine, de Thiers et Armand Carrel ; *Le Siècle et La Presse* (fondés en 1836), le premier se situant dans l'opposition de gauche, le second dans l'orbite du gouvernement ; *L'Univers*, journal catholique (fondé en 1833), dans lequel s'illustra le polémiste Louis Veuillot ; *La Réforme*, créée par Ledru-Rollin en 1843. Notons que, d'après un exposé présenté par Villèle devant la Chambre des Députés en 1827, *Le Constitutionnel* avait alors 20 000 abonnés, et *Le Journal des Débats*, 12 600.

3 / Du milieu du XIX^e siècle à la première guerre mondiale : naissance de la presse écrite moderne

I | LES PROGRÈS TECHNIQUES

Parallèlement à la conquête progressive d'une plus grande liberté d'expression pour les journaux, un facteur décisif va entraîner la naissance d'une presse présentant un nouveau visage et s'adressant désormais à un

vaste public : c'est la Révolution industrielle, qui va entraîner pour la presse l'adoption de progrès techniques tout à fait essentiels dans plusieurs secteurs.

A / Les progrès de la typographie

1) *Presses à imprimer.* — La presse en bois de Gutenberg n'avait guère reçu de perfectionnement au cours des siècles. Vers 1780, Didot avait remplacé le bois du marbre par du fer, et celui de la platine par du cuivre, et multiplié par deux la vitesse du tirage. En 1795, Lord Stanhope réalisa la première presse entièrement métallique. La mise au point de cette « presse Stanhope » fut définitive en 1808 ; elle permit de multiplier par dix la vitesse du tirage : on put désormais tirer environ 2 à 3 000 feuilles par jour. L'encrage de cette presse restait fait à la main. La première presse mue par une énergie non fournie par l'homme fut réalisée en prototype par l'Allemand F. Kœnig en 1803 ; le même Kœnig inventa en 1810 un système d'encrage de la presse par rouleaux. En 1812, associé à A. Bauer, il conçut une presse dans laquelle la pression ne s'exerçait plus au moyen d'une platine, mais d'un cylindre : c'est la première machine « plan contre cylindre ». Enfin, en 1814, il mettait au point pour le *Times* de Londres la première presse double à vapeur : cette machine comprenait deux cylindres et deux marbres, et imprimait en même temps les deux côtés du papier. Le journal créé par John Walter annonçait fièrement à ses lecteurs, dans son édition du 29 novembre 1814 : « Notre numéro d'aujourd'hui présente au public le résultat pratique du plus grand perfectionnement qu'ait connu l'imprimerie depuis son invention... En une heure, on n'imprime pas moins de 1 100 feuilles. » L'invention adoptée par le *Times* fut rapidement utilisée également par les autres journaux anglais, puis par ceux du continent.

Par la suite, les presses furent améliorées et diversifiées. On distingue trois catégories de machines. Les premières sont les presses « plan contre plan », descendantes directes de la presse de Gutenberg, dont un prototype avait été réalisé par Kœnig en 1810, mais dont les premières platines ont été les « Liberty » mises au point aux Etats-Unis par Degener en 1857. Aujourd'hui les presses de ce type impriment jusqu'à 3 500 feuilles à l'heure.

Les presses « plan contre cylindre », selon le système inventé par Kœnig en 1812, ont vu naître des formules diverses s'inspirant toutes du même principe ; aujourd'hui, selon les formules utilisées et les modèles, ces machines impriment de 2 000 à 5 000 feuilles par heure. Enfin, le dernier type de presse, « cylindre contre cylindre », est représenté par les

rotatives ; la première presse rotative fut réalisée aux Etats-Unis en 1846 par Hoe ; le principe de la rotative est celui de la mise en présence de deux cylindres, l'un portant les clichés correspondant à une page de journal, l'autre servant de pression. Le papier est présenté entre les deux cylindres, soit sous forme de feuilles, soit à partir de 1865 sous forme de bobines (technique alors mise au point à Philadelphie par Bullock). Concrètement, le déroulement des opérations est le suivant : la mise en page du journal est faite sur le marbre, par colonnes et paquets de textes, auxquels on ajoute les titres et illustrations. On prend ensuite, pour chaque page ainsi préparée, une empreinte dans un plan en carton (appelé *flan*). On donne à ce flan une forme de la même courbure que le cylindre. On coule le plomb, on le fixe sur le cylindre de la rotative et on l'encre. Le papier à imprimer est présenté en bobine à l'entrée de la rotative ; il se déroule de la bobine et passe entre les deux cylindres qui tournent et l'impriment. Une fois imprimé, le papier est acheminé vers une plieuse qui le découpe, le plie et compte les exemplaires pliés. Aujourd'hui les rotatives peuvent imprimer seize pages d'un journal à chaque tour, à une vitesse dépassant 30 000 tours par heure.

2) *Composition*. — La composition n'évolua pratiquement pas pendant quatre siècles. On en était toujours, au milieu du XIX^e siècle, à la composition manuelle des textes à l'aide de caractères mobiles. Cela constituait un goulot d'étranglement pour l'amélioration du rendement des imprimeries, dans la mesure où les autres opérations de l'impression typographique, elles, étaient perfectionnées et accélérées.

La première machine à composer est réalisée en 1884 par J. Thorne ; à peu près en même temps, J. Mac Millan met au point un système permettant d'assurer la *justification* des textes composés, c'est-à-dire d'assurer une répartition automatique des lettres et des blancs, de façon que toutes les lignes du texte occupent une largeur de colonne identique.

Mais l'amélioration qualitative essentielle résida dans l'abandon de l'assemblage de caractères métalliques déjà existant au profit d'un système dans lequel les lettres de plomb sont fondues au fur et à mesure des besoins, à partir de matrices creuses. Il existe deux types de fondeuses : les fondeuses de lignes — comme la *linotype* — et les fondeuses de caractères — comme la *monotype*. Ce sont surtout les premières qui sont utilisées dans la presse.

La *Linotype* a été conçue aux Etats-Unis en 1884 par un immigrant allemand, Mergenthaler. Utilisée pour la première fois par le *New York Tribune* le 3 juillet 1886, elle sera introduite en France en 1890. La

linotype est essentiellement composée d'un clavier, comparable à celui d'une machine à écrire mais comportant 90 touches, et d'un magasin comptant 90 canaux reliés aux 90 touches. Dans chaque canal se trouvent un certain nombre de matrices, petites plaques en cuivre sur la tranche de chacune desquelles est gravé en creux un signe ou une lettre. Lorsque l'ouvrier linotypiste tape sur le clavier, il fait descendre les matrices correspondantes et celles-ci viennent se ranger dans le composteur. Des coins en acier, les espaces-bandes, sont automatiquement intercalés entre les mots pour assurer la justification. Quand une ligne est ainsi terminée, le composteur vient se placer devant un creuset d'où coule du plomb en fusion, qui remplit les matrices. La ligne est fondue, refroidie, démoulée et transportée manuellement derrière la précédente, tandis que les matrices, libérées, rejoignent leurs canaux de départ.

D'autres machines utilisent le même principe que la linotype, c'est-à-dire la fusion de lignes entières, par exemple la Typograph (créée en 1897), l'Intertyp (apparue en 1913), la Linograph, la Ludlow. La vitesse de ces fondeuses de lignes est généralement comprise aujourd'hui entre 5 000 et 7 000 signes à l'heure.

La *Monotype*, fondeuse de caractères et non plus de lignes, a été inventée par l'Américain Lanston en 1887. Elle comprend un clavier de 225 touches, au moyen duquel l'opérateur perfore une bande de papier (la place de chaque perforation déterminant la lettre, le signe, le chiffre à fondre), et une fondeuse non reliée au clavier, qui produit, après lecture de la bande perforée, des caractères séparés, à partir de matrices creuses. D'une vitesse comparable à la linotype, la monotype (ou la Rototype, qui appartient à la même famille) est surtout utilisée pour les travaux délicats d'édition (tableaux de chiffres, dictionnaires) et peu dans les journaux.

L'invention des machines à composer des lignes de plomb a constitué une étape fondamentale dans la modernisation et l'industrialisation de la presse.

3) *Photogravure*. — En 1876, Charles Gillot, utilisant notamment les travaux de Niepce, vieux de cinquante ans, mit au point la première méthode de photogravure : on appelle ainsi un procédé qui permet des gravures en relief, sur métal (qu'on appelle des clichés), destinées à l'impression typographique. La fabrication d'un tel cliché sur métal s'obtient à partir d'un négatif photographique qu'on reporte sur le métal ; celui-ci est ensuite gravé à l'acide et monté sur le support nécessaire pour les opérations d'impression.

La technique mise au point par Gillot, qui utilisa des plaques de zinc, fut très peu modifiée par la suite. Néanmoins, au lieu de recouvrir les plaques de zinc, comme il le fit, d'albumine bichromatée, on eut recours par la suite à la colle d'émail (mise au point par Hyslop en 1892) ou à l'émail à froid (apparu en 1921 grâce à T. et R. Freundorfer). On utilisa également, après 1892, des plaques de cuivre, concurremment au zinc.

L'illustration, notamment photographique, était désormais tout à la fois possible et aisée pour les journaux. Comme l'écrit Gérard Martin : « Les clichés en relief sur zinc ou sur cuivre, qu'ils soient au trait ou en similigravure, présentent l'intérêt considérable de pouvoir être serrés, comme les gravures sur bois, au milieu des caractères en plomb venus des linotypes et des monotypes, et de permettre par conséquent la préparation de formes imprimantes composites susceptibles d'être montées directement sur les marbres d'une presse... Ils se trouvent à l'origine d'un essor extraordinaire de la typographie, qui fut capable, grâce à eux, de produire rapidement et à bon compte, dès le commencement du *xx*^e siècle, une quantité prodigieuse de livres, de journaux et de périodiques illustrés. »

B | Apparition de l'héliogravure

Alors que le principe de la typographie était fondé sur des éléments imprimants en relief, l'héliogravure, qui va faire l'objet de découvertes et d'améliorations successives au cours de la deuxième moitié du *xix*^e siècle et au début du *xx*^e, est fondée sur des éléments imprimants en creux. Les premières impressions héliogravées ont été réalisées à Lancaster par Klic et Fawcett en 1895. Le principe de l'héliogravure, appelé aussi impression en creux ou rotogravure, est le suivant : un cylindre de cuivre est gravé, de façon que le texte (ou l'illustration) à imprimer se présente en creux. On fait baigner ce cylindre dans un bac rempli d'encre fluide. L'encre pénètre dans les creux. On fait passer sur la circonférence du cylindre une raclette en acier souple qui élimine l'encre restant à la surface et ne laisse subsister que l'encre entrée dans les creux de la gravure. On applique alors le papier sur le cylindre, et l'encre restée dans les creux vient imprimer le papier, avec une épaisseur plus ou moins grande selon que chacun des creux aura été creusé plus ou moins profond. Cette différence d'épaisseur d'encre permettra d'obtenir toutes les graduations de teinte recherchées.

Concrètement, après l'établissement d'un diapositif du texte ou du document, on procède à l'insolation du papier sensible (appelé papier charbon, inventé par l'Anglais Swan en 1864, ce papier comporte une couche de gélatine sensibilisée au bichromate de potassium) : la gélatine est durcie par la lumière devant les blancs, elle l'est plus ou moins devant

les demi-teintes, et pas du tout devant les noirs. Le papier insolé¹ est alors placé sur le cylindre. On procède au « dépeuillement » de ce papier, c'est-à-dire qu'un bain d'eau tiède ne va laisser subsister à la surface du cuivre que la gélatine plus ou moins durcie. Ainsi le réglage des temps de morsure par l'acide permet de graver sur le cylindre des creux dont la profondeur varie selon l'intensité de la couleur à imprimer. La gravure est arrêtée par un arrosage à grande eau. Le cylindre est alors prêt pour l'impression.

L'impression elle-même est réalisée soit sur des machines à feuilles, soit, le plus souvent, sur des rotatives. La première rotative utilisable pour l'hélio fut construite en France par Auguste Godchaux en 1860. La vitesse des rotatives hélio est aujourd'hui assez élevée (jusqu'à 12 500 tours à l'heure) ; elles permettent par ailleurs d'imprimer du papier sur grand format.

L'héliogravure est un procédé plus coûteux que la typographie, et ne devient envisageable qu'à partir de tirages importants. Elle présente l'avantage, notamment pour les illustrations, d'un travail offrant une beaucoup plus grande richesse de tons et de demi-teintes.

C | Naissance de l'offset

Dans le système de l'impression offset, l'élément imprimant est plan, sans creux ni relief : il s'agit d'utiliser l'antagonisme entre l'eau et les corps gras (l'encre, en l'espèce).

L'ancêtre de l'offset est la lithographie, qui fut inventée en 1796 en Bavière par Senefelder. Le principe de l'impression lithographique est simple : on reporte sur une pierre à grain fin le dessin inverse du modèle à imprimer, en le dessinant au vernis ou à l'encre grasse ; on passe sur la pierre un rouleau humide : l'eau pénètre la pierre calcaire mais pas les endroits recouverts de vernis ou d'encre ; on passe ensuite sur la pierre un rouleau encreur : l'encre ne prend pas aux endroits mouillés, mais au contraire vient recouvrir les endroits enduits de vernis ; on peut alors presser le papier sur la presse, et on obtient une impression.

1. Si l'encre se maintient sans grande difficulté dans les petits creux du cylindre, elle a tendance à être chassée, au passage de la raclette, des creux plus importants. D'où la nécessité de faire intervenir une *trame*, pour créer des alvéoles séparées par des cloisons s'arrêtant au niveau exact de la surface du cylindre, afin d'empêcher la raclette de chasser un tant soit peu l'encre des creux. Cette trame est interposée sur le trajet des rayons lumineux, lors de l'insolation du papier sensible. Si elle ne crée aucun inconvénient pour les illustrations, elle produit un très léger déchiquetage du contour des lettres. C'est pourquoi, pour des travaux très soignés, certains journaux utilisent la typographie ou l'offset pour les textes et l'héliogravure pour les illustrations.

La substitution du zinc à la pierre fut brevetée par Kaepelin en 1834. Mais un inconvénient grave subsistait : le contact direct du papier et de la forme usait rapidement celle-ci. Malgré une amélioration de rendement, il en était de même avec le système inventé par Marinoni en 1868, et dans lequel la plaque de zinc était enroulée autour d'un cylindre (procédé d'impression cylindre contre cylindre).

Le véritable changement qualitatif permettant le passage de la lithographie à l'offset — même si Voisin en eut l'idée en France, dès 1880, pour réaliser des impressions sur métal —, c'est l'imprimeur américain Rubel qui le permit, en 1904, en réalisant la première machine dans laquelle le contact direct du cylindre porteur de la plaque de zinc et du cylindre fournissant la contrepression était supprimé. L'idée de la presse offset est, en effet, d'intercaler un troisième cylindre revêtu de caoutchouc : on réalise ainsi une bien meilleure adhérence de la plaque et du papier. Le principe est désormais le suivant, tel que l'explique C. R. Haas : « Le cylindre qui porte la forme imprimante (plaque de zinc cintrée) reçoit d'abord le rouleau mouilleur, puis le rouleau encreur, puis le rouleau de caoutchouc qui est mis en contact avec le papier pour réaliser l'impression. L'adhérence zinc-caoutchouc et caoutchouc-papier est meilleure que l'adhérence zinc-papier, car le caoutchouc, très souple, épouse bien mieux le grain de la plaque et s'applique exactement au papier ; l'encre est donc mieux distribué, moins onéreux ; le papier peut être de qualité ordinaire. De plus, l'emploi de machines où tous les mouvements sont rotatifs permet d'atteindre de grandes vitesses et d'obtenir un rendement pouvant atteindre 6 000 impressions à l'heure ; des machines spéciales à cylindres jumelés permettent d'imprimer en couleurs et en tirage ; d'autres enfin, rotatives, travaillant en continu, atteignent 15 000 impressions à l'heure. »

Le report des textes et illustrations sur la plaque de zinc se fait généralement par des moyens photomécaniques. Il en existe deux procédés principaux : le report à l'albumine et le report « offset creux ».

Dans le report à l'albumine, les opérations sont les suivantes : on graine et on décape la plaque de zinc (ou d'aluminium, également utilisé depuis 1891), de façon qu'elle présente une structure « en grains », et qu'on ait éliminé toute poussière ; on étale sur la plaque une couche d'albumine bichromatée (inventée par Poitevin en 1855) ; on insole la plaque ainsi sensibilisée sous un document en négatif ; on recouvre avec une couche d'encre grasse ; on lave à l'eau, de façon à éliminer les parties non durcies et à mettre à nu le zinc dans les parties non imprimantes ; on chauffe à 60 ou 80 °C pour coaguler l'albumine durcie et améliorer son adhérence.

Le procédé dit, assez improprement, d'offset en creux est aujourd'hui celui qui est généralement employé ; il s'est développé après la première guerre mondiale. Dans ce système, les parties imprimantes de la feuille de zinc (ou d'aluminium) sont obtenues par morsure d'acide (solution de perchlorure de fer). Même si cette morsure provoque effectivement de légers creux à la surface de la plaque, le procédé ne peut se comparer à celui de l'héliogravure : ici les morsures de l'acide ont pour objet de renforcer l'intensité de l'impression, mais celle-ci reste fondée sur des réactions chimiques (antinomie de l'eau et des corps gras). Dans ce procédé, aujourd'hui généralisé, les opérations se déroulent ainsi : les textes à imprimer sont composés en typographie, et reportés sur une pellicule transparente de papier cellophane (« cello »). Pour les illustrations, on fait des clichés en positif, les « typons » ; la plaque offset est grainée et décapée, comme dans le procédé à l'albumine ; on recouvre la plaque d'une couche de colle émail bichromatée (ou éventuellement de gomme arabique) ; les cellos et les typons sont assemblés, pour former les pages à imprimer, puis serrés contre les plaques, dans un châssis pneumatique, au travers de la glace duquel on projette une lumière intense : la colle émail est ainsi durcie sur les portions correspondant aux blancs ; on fait mordre la plaque par l'acide, comme dans l'héliogravure ; on enduit enfin la plaque d'un vernis et, après encre et séchage, on enlève la colle-émail. La plaque est alors prête pour l'impression : l'encre grasse ne sera retenue que par les portions creuses de la plaque.

2 | APPARITION ET DÉVELOPPEMENT D'UNE PRESSE « POPULAIRE »

A / En France

On peut fixer au 1^{er} juillet 1836 la date du début d'une nouvelle époque dans l'histoire de la presse française : c'est la naissance de la presse à bon marché, de la presse pour toutes les bourses, ou tout au moins pour celles de la moyenne bourgeoisie. Jusque-là, le prix de l'abonnement d'un an à un journal coûtait 80 F. L'idée d'Emile de Girardin, journaliste et homme d'affaires, soucieux de réussir, fut de réduire ce prix de moitié, en utilisant les ressources fournies par la publicité — par les « annonces », comme on disait alors : les commerçants seraient d'autant plus disposés à passer des annonces dans les journaux qu'ils sauraient qu'un plus large public de consommateurs peut désormais acquérir ces journaux. Girardin s'associa

à Dutacq, mais leur collaboration n'alla pas jusqu'au lancement du journal, et chacun d'entre eux fit paraître séparément, à cette même date du 1^{er} juillet 1836, le premier *La Presse*, le second *Le Siècle*, à un prix d'abonnement de 40 F. Le succès de la formule fut important : *La Presse* comptait plus de 20 000 abonnés en 1848, *Le Siècle* 38 000. Ces journaux offraient à leur public, outre les nouvelles politiques et générales, des feuilletons, des récits d'aventures, des histoires sentimentales. Les autres journaux durent d'ailleurs recourir aux mêmes recettes : Alexandre Dumas avait fait la fortune du *Siècle* avec *Le capitaine Paul*, Eugène Sue fit celle du *Journal des Débats* avec *Les mystères de Paris*.

« De 1836 à 1847, précisent P. Albert et F. Terrou, le tirage des quotidiens parisiens passa de 80 000 à 180 000 exemplaires. »

Les débuts de la II^e République allaient ouvrir une courte période de totale liberté de la presse. La presse ayant, une fois encore, joué un rôle important dans le changement de régime — le gouvernement provisoire avait du reste été préparé dans les bureaux du *National* et de *La Réforme*, et deux rédacteurs en chef de journaux comptaient parmi ses membres — on sut la récompenser : rétablissement de la compétence du jury, suppression du timbre et du cautionnement. Une presse d'opinion vivante et diversifiée se développa : *L'Ami du Peuple*, avec Raspail, *Le Bien Public*, avec Lamartine, *Le Peuple Constituant* avec Lamennais, *L'Ere Nouvelle* avec Lacordaire, *Le Représentant du Peuple*, avec Proudhon.

Ce développement s'opéra parallèlement à la croissance du succès des anciens journaux, comme *La Presse* de Girardin. Mais cette période de liberté fut de courte durée : dès après les journées de juin 1848, le cautionnement fut rétabli. C'est de là que date le fameux cri de Lamennais, lancé dans le dernier numéro de son journal, contraint de disparaître, cri souvent repris aujourd'hui (mais moins contre l'Etat que contre la publicité) : « Il faut de l'or, beaucoup d'or pour jouir du droit de parler. Nous ne sommes pas riches. Silence aux pauvres ! »

La liberté de la presse ne fut plus qu'un souvenir après le coup d'Etat du 2 décembre 1851. Le décret du 23 février 1852 marqua le retour à l'autorisation préalable, et institua le système des communiqués — par lesquels les autorités pouvaient désormais faire insérer les vérités officielles dans la presse — et surtout des avertissements ; délivrés aux journaux par les préfets, ils entraînaient des effets graves : le deuxième, la suspension temporaire du journal ; le troisième, son interdiction pure et simple. Ce système, qui incita les journalistes à une sourcilieuse autocensure, fut maintenu jusqu'à ce qu'une loi du 11 mai 1868 supprime autorisation préalable et avertissements.

Malgré ce cadre répressif, la presse se développa considérablement

sous le Second Empire. D'après les estimations de P. Albert et F. Terrou, le tirage des quotidiens parisiens passa de 150 000 exemplaires en 1852 à 1 million en 1870, tandis que l'ensemble des feuilles politiques de province (quotidiennes ou hebdomadaires) passait d'un tirage de 450 000 exemplaires en 1853 à 900 000 en 1870. Le Second Empire est d'ailleurs marqué par une date fondamentale : le 1^{er} février 1863, Moïse Millaud lance *Le Petit Journal*, journal de 4 pages à 5 centimes, qui va inaugurer l'ère de la « presse populaire ». N'abordant pas les problèmes politiques (pour n'avoir pas à payer le timbre), *Le Petit Journal* exploitera souvent le fait divers et le feuilleton : c'est dans ses colonnes que Ponson du Terrail publiera *Rocambole*. Le succès fut foudroyant : en deux ans, *Le Petit Journal* atteignait le tirage, extraordinaire pour l'époque, de 260 000 exemplaires.

Mais la phase la plus brillante de la presse française, son âge d'or, s'ouvrit avec la III^e République. P. Albert et F. Terrou considèrent que la période 1871-1914 a été la « belle époque » de la presse : « La multiplicité de ses titres, la puissance politique de ses organes qui donnèrent aux crises du 16 mai 1877, du boulangisme, de Panama, de l'Affaire Dreyfus, des dimensions nationales d'une ampleur jamais atteinte, fournissent la preuve d'une vigueur exceptionnelle. Jamais la presse n'avait été aussi présente à tous les instants et dans tous les secteurs de la vie française, jamais elle n'avait été aussi écoutée. »

Sur le plan juridique, le statut accordé à la presse par la loi du 29 juillet 1881, qui pour l'essentiel est la base de notre droit actuel de l'information (voir II^e Partie, chap. I^{er}), lui assurait incontestablement les conditions d'une indépendance réelle à l'égard de l'Etat. Il n'est pas sûr cependant que cette indépendance ait toujours été aussi grande à l'égard des milieux financiers et des groupes de pression.

A la veille de la première guerre mondiale, les « quatre grands » de la presse quotidienne parisienne apparaissent comme les plus grands journaux du monde, par le tirage, sinon par la pagination (4 pages, 6 pour *Le Matin*) ou la qualité rédactionnelle. *Le Petit Journal* et *Le Petit Parisien* (fondé en 1876) exploitaient une même veine : celle d'une presse dite populaire, centrée sur le fait divers, le sensationnel, et le feuilleton, dont René Bazin montre l'importance persistante en nous apprenant que le tirage de ces journaux montait ou baissait de 50 000 à 80 000 exemplaires selon que l'auteur avait réussi ou non à conquérir son public. *Le Petit Journal*, qui dépassait le million d'exemplaires en 1900, fut probablement victime ensuite de son engagement anti-dreyfusard ; *Le Petit Parisien* atteint un million et demi d'exemplaires en 1914 : il était ainsi « le plus fort tirage des journaux du monde entier ». *Le Matin* (fondé

en 1883) connut le succès à partir du moment où, vendu un sou, il compta 6 pages et adopta un style propre à intéresser les couches populaires autant que la bourgeoisie. Son tirage était de 900 000 exemplaires en 1914. Enfin, *Le Journal* (créé en 1882), d'abord journal littéraire, se rallia à la formule du *Matin*, et dépassait le million d'exemplaires en 1914.

En dehors des quatre grands, il faut citer : parmi les journaux de droite, *Le Figaro*, monarchiste sous Villemessant, républicain, conservateur et modéré ensuite ; *L'Echo de Paris* (créé en 1884), organe de la « Ligue de la Patrie française » (120 000 exemplaires en 1914), *La Croix* (170 000 exemplaires dès 1896), grâce à l'adoption d'une formule délibérément « populaire » ; *L'Intransigeant* de Rochefort passé à la cause nationaliste en 1886 après avoir défendu des idées socialistes ; *L'Action Française* (quotidien à partir de 1908), dans laquelle s'illustraient les polémistes monarchiques de choc qu'étaient Daudet et Charles Maurras ; *Le Gaulois*, autre journal royaliste, dirigé par Arthur Meyer. Parmi les journaux de gauche : *Le Cri du Peuple* de Jules Vallès (entre 1883 et 1889) ; *L'Humanité*, organe du Parti socialiste, fondée en avril 1904 et dirigée par Jaurès ; *La Justice* (fondée en 1880), *L'Aurore* (fondée en 1897), toutes deux lancées par Clemenceau alors qu'il était encore un homme de gauche ; *L'Action* (apparue en 1903), organe des radicaux « combistes ».

Enfin, il faut souligner l'extension de la presse de province, surtout dans la moitié sud du pays avant 1900, avec le développement de *La Petite Gironde*, de *La Dépêche* et du *Progrès*, puis dans l'ensemble du pays entre 1900 et 1914.

« Ainsi, conclut G. Weill, la presse française en 1914 avait conquis des millions de nouveaux lecteurs¹. Mais la concurrence était devenue aussi âpre qu'en Grande-Bretagne ; la vente au numéro avait remplacé l'abonnement, et sans cesse il fallait s'ingénier pour conserver, en présence de rivaux toujours actifs, les annonces et les lecteurs. »

B | En Angleterre

L'abolition des taxes eut pour effet de produire une grande floraison de journaux dans la deuxième moitié du XIX^e siècle. Le phénomène dominant est, comme en France, celui de la démocratisation de la presse, de l'élargissement de son public. C'est le *Daily Telegraph*, fondé en juin 1855 qui inaugurerait l'ère de la presse à un penny (prix de vente sensiblement

1. Si l'on tient compte des tirages globaux des quotidiens (Paris et province), l'audience des journaux, compte tenu de l'évolution démographique, n'a pratiquement pas connu aujourd'hui d'augmentation par rapport à celle qui était la sienne dès cette époque.

égal aux deux cents de la presse américaine, et comparable au prix au numéro des journaux français ayant fixé à 40 F leur tarif d'abonnement). Le *Standard*, né en 1857, opta pour la même formule. Cette politique de bas prix entraîna la disparition de certains grands journaux, comme le *Morning Chronicle* (qui disparaît en 1862) et le *Morning Herald* (en 1869).

Parallèlement à cette restructuration de la presse quotidienne, on assista à un développement rapide la presse illustrée : l'*Observer*, le *Sunday Times*, *News of the World*, ne cessaient d'augmenter leur diffusion, tout comme le *Lloyd's Weekly News* (près de deux millions d'exemplaires en 1860) et *Punch* (apparu en 1841). Les progrès, tardifs par rapport à la France, des quotidiens de province, s'affirmaient également pendant cette période : le *Manchester Guardian*, le *Liverpool Daily News*, le *Scotsman* obligeaient même leurs concurrents londoniens à se moderniser et à améliorer leurs réseaux d'information pour résister à leur concurrence. Le *Daily Telegraph* et le *Daily Chronicle* publièrent ainsi de nombreux récits d'envoyés spéciaux à travers le monde ; le *Daily News* réduisit son prix de vente à un penny en 1868 ; le *Morning Post*, pourtant très aristocratique, fit de même, avec succès, en 1882.

Dans une atmosphère libérale — après la suppression du cautionnement, en 1869, la presse anglaise n'avait plus guère de libertés formelles à conquérir — la progression de la presse se poursuivit continûment : le *Daily Telegraph* tirait ainsi à 300 000 exemplaires en 1890. Surtout, apparaissait une presse véritablement « populaire », vendue un demi-penny. C'est le cas de l'*Evening News*, lancé en 1881 par Harmsworth (qui deviendra Lord Northcliffe), et du *Star*, fondé en 1888 par T. P. Connor. Le succès de la formule, qui s'accompagnait d'une présentation des nouvelles plus claire, plus aérée, de la création de rubriques plus variées, de l'abandon des formules éditoriales au profit de l'exploitation de faits divers plus ou moins sensationnels, s'affirma rapidement, avec des journaux comme le *Daily Mail* (autre titre lancé, en 1896, par Harmsworth) qui atteindra un tirage d'un million d'exemplaires en 1901, le *Daily Illustrated Mirror* (également créé, en 1904, par Harmsworth, puis cédé à son frère, lord Rothermere), le *Daily Sketch*, le *Morning Herald* (qui, après son rachat par Max Aikens, le futur lord Beaverbrook, deviendra le *Daily Express*).

Face à des journaux comme le *Times* qui maintenait, depuis 1861, son prix de vente à trois pence, se développait ainsi une presse à grand tirage, misant moins sur le sérieux de ses informations que sur la nécessité de capter l'attention du public et de le distraire. De là date la distinction, devenue habituelle outre-Manche, de la presse « populaire » et de la presse

« de qualité ». Notons d'ailleurs que lord Northcliffe finit par racheter le *Times*, abaissa son prix de vente à un penny, en 1914, et lui permit, sans modifier son image de marque, de passer à un tirage de 145 000 exemplaires.

C / En Allemagne

Après une courte période de liberté, en 1848, la presse allemande connut à nouveau de nombreuses difficultés avec le pouvoir étatique. Malgré tout, certains journaux, comme la *Frankfurter Zeitung*, parviennent à se développer et à conquérir un public élargi. Il faut attendre 1874 pour que l'Allemagne se donne une loi d'empire sur la presse. D'orientation libérale — elle abolissait la censure préventive et conférait la compétence aux jurys dans de nombreux cas — cette loi n'en contenait pas moins des dispositions fort répressives, notamment dans les cas de lèse-majesté. Elle facilitera néanmoins l'éclosion d'un grand nombre de titres. En fait, tant que Bismarck demeure au pouvoir — pratiquant envers les journaux une politique faite tout à la fois de fermeté et de corruption —, la presse allemande resta en général une presse conformiste. Un grand journal joue par ailleurs à cette époque le rôle d'organe officieux du gouvernement : la *Norddeutsche Allgemeine Zeitung*.

Après le départ de Bismarck, les progrès de la presse seront plus rapides, facilités d'ailleurs par l'essor économique et la création de nombreux « bureaux d'annonces » commerciales. Le fondateur d'un de ces bureaux, Rudolf Mossé, fonda à Berlin un journal qui devait devenir un grand journal politique et d'information, le *Berliner Tageblatt*. A sa suite, divers journaux politiques apparurent dans plusieurs villes d'Allemagne.

Les débuts de la presse populaire à grand tirage ont eu pour origine, surtout à partir de 1890, les *Moniteurs généraux* (*General Anzeiger*), journaux fondés sur l'insertion de nombreuses annonces, faisant peu de place à l'information politique et s'adressant expressément aux couches populaires. Le précurseur de cette presse commerciale fut sans doute Auguste Scherl, qui fonda à Berlin, en 1883, le *Lokal Anzeiger* (devenu quotidien en 1855). Mais le grand homme des débuts de la presse à grand tirage fut Leopold Ullstein, qui fondera un véritable groupe de presse, à partir de ses journaux berlinois, et notamment du *Berliner Morgenpost* (créé en 1898) qui atteignait en 1913 un tirage de 400 000 exemplaires. C'est lui qui lança également, en 1904, le premier grand journal populaire, avec une

« une » composée de photos et de titres, et d'un contenu rédactionnel assez médiocre, la *Berliner Zeitung am Mittag*.

Dans l'ensemble, les journaux allemands de cette période restent d'une présentation plus austère et plus massive que leurs homologues français, britanniques ou américains; ils comportent une pagination plus abondante. Les tirages des plus importants d'entre eux demeurent relativement faibles, dans la mesure où peu d'entre eux ont une diffusion très étendue; la vivacité de la presse des grandes villes, et même des villes moyennes ou petites, est telle qu'elle limite le succès national de vente des grands organes de presse allemands.

D / Aux Etats-Unis

Comme la presse française ou britannique, la presse américaine part à la conquête d'un nouveau public. Elle le fait d'abord grâce au lancement de journaux à deux cents : *The Sun*, fondé par Day en 1833, et les deux grands rivaux new-yorkais, le *New York Herald*, lancé par Gordon Bennett en 1835, et le *New York Tribune*, lancé par Horace Greeley en 1841. A ces deux derniers s'ajoute d'ailleurs dans la presse new-yorkaise en 1851 le *New York Times*, plus sérieux et documenté. Le développement de la presse américaine est dès lors extrêmement rapide : 255 quotidiens en 1854. C'est en fait surtout après la fin de la guerre de Sécession que la presse des Etats-Unis va connaître un prodigieux essor. En 1910, on comptera 2 430 quotidiens, totalisant un tirage de 24 millions d'exemplaires.

C'est pendant cette période qu'est vraiment né aux Etats-Unis le « journalisme sensationnel », fait de sang à la « une », de drames de mœurs, de rebondissements policiers et de dénonciations moralisantes. Les premiers de ces journaux, où titres et photos le disputent amplement au texte, qui étaient les premiers journaux vendus à un cent, ont été le *New York Journal*, fondé en 1895 par William Randolph Hearst (qui devait servir de modèle à Orson Welles pour son film *Citizen Kane*), et le *New York World*, fondé l'année suivante par le non moins fameux Joseph Pulitzer. Le succès de ces journaux fut rapide et influa grandement sur le contenu de nombreux autres titres.

Le tirage des plus grands journaux américains resta cependant limité : le *New York Journal* tirait en 1913 à 700 000 exemplaires, le *New York World* à 850 000, le *New York Times* à 175 000, le *New York Tribune* à 80 000. Un peu comme en Allemagne, cela s'explique par la solidité des journaux de ville : l'audience des journaux américains reste confinée dans des limites géographiques assez étroites. Mais ce

- Bogart (L.), *Press and Public*, Hillsdale, Erlbaum, 1981, 286 p.
- Bower (T.), *Maxwell : the outsider*, Londres, Aurum Press, 1988, 374 p.
- Brand (P.) Schulze (V.), éd., *Medienkundliches Handbuch*, Braunschweig, Westermann, 1982, 542 p.
- Briggs (A.), Spicer (J.), *The franchise affair*, Londres, Century, 1985, 226 p.
- Burbage (R.), *La presse aux Etats-Unis*, Paris, Documentation française, 1981, 280 p.
- Chen (J.), « *Democracy wall* » and the unofficial journals, Berkeley, University of California, 1982, 120 p.
- Collins (R.), *The economics of television*, Londres, Sage, 1987, 136 p.
- Curran (J.), *Power without responsibility : the press and broadcasting in Britain*, Londres, Fontana, 1981, 396 p.
- Dierichs (P.), *Der Zeitungsmarkt in Deutschland*, Bochum, Brockmeyer, 1988, 216 p.
- Dunolie (H.), *Le câble aux USA*, Paris, Ed. Milan, 1988, 128 p.
- Fischer (H. D.), *Handbuch der politischen presse in Deutschland : 1480-1980*, Dusseldorf, Droste, 1981, 732 p.
- Fusaroli (G.), *Giornali in Italia*, Parme, Univ. Guanda, 1974, 346 p.
- Gross (H. W.), *Die Deutsche Presse Agentur*, Francfort, Haag, 1982, 260 p.
- Haines (J.), *L'incroyable Monsieur Maxwell*, Paris, Jacob, 1988, 520 p.
- Head (S.), Sterling (C.), *Broadcasting in America*, Boston, Houghton Mifflin, 1987, 604 p.
- Holzbach (H.), *Das « System Hugenberg »*, Stuttgart, Deutsche Verlags-Amstalt, 1981, 350 p.
- Huber (R.), *La RFA et sa télévision*, Paris, INA-Champ Vallon, 1988, 142 p.
- Jenkins (S.), *The market for glory : Fleet street ownership in the twentieth century*, Londres, Faber and Faber, 1986, 248 p.
- Jenkins (S.), *Newspapers : the power and the money*, Londres, Faber and Faber, 1979, 130 p.
- Kim (Y. C.), *Japanese journalist and their world*, Charlottesville, University Press of Virginia, 1981, 226 p.
- Lendvai (P.), *The bureaucracy of truth*, Londres, Burnett Books, 1981, 286 p.
- Mac Cabe (C.), Stewart (O.), éd., *The BBC and public service broadcasting*, Manchester, Manchester University Press, 1986, 116 p.
- Manca (E.), *Informazione e democrazia*, Milan, CESEC, Angeli, 1987, 88 p.
- Melvorn (L.), *The end of Fleet street*, Londres, Methuen, 1986, 276 p.
- Meyn (H.), *Die neuen medien*, Berlin, Colloquium Verlag, 1984, 114 p.
- Mond (G.), *Histoire et systèmes actuels de l'information à l'étranger : URSS*, Paris, Université de Paris II, 1983, 102 p.
- Musso (P.), Pineau (G.), *L'Italie et sa télévision*, Paris, INA-Champ Vallon, 1989, 142 p.
- Oberg (J. E.), *Uncovering Soviet disasters : exploring the limits of « Glasnost »*, New York, Random House, 1988, 318 p.
- Ojalvo (A.), *La Grande-Bretagne et sa télévision*, Paris, INA-Champ Vallon, 1988, 142 p.
- Pansa (G.), *Comprati e venduti : i giornali e il potere negli anni '70*, Milan, Bompiani, 1977, 358 p.
- Pasquier (D.), *La télévision américaine*, Paris, Ed. Milan, 1990, 116 p.
- Richard (P.), *La RFA et sa télévision*, Paris, INA-Champ Vallon, 1989, 142 p.
- Rossen (H.), *Freie meinungsbildung durch den rundfunk*, Baden-Baden, Nomos, 1988, 478 p.
- Sergeant (J.-C.), éd., *Visages de la presse britannique*, Nancy, Presses Universitaires de Nancy, 1987, 144 p.

- Villain (P.), éd., *Pages de la presse allemande*, Paris, Aubier, 1984, 308 p.
 Veljanovski (C.), *Freedom in broadcasting*, Londres, Institute of economic affairs, 1989, 262 p.
 Wenham (B.), éd., *The third age of broadcasting*, Londres, Faber and Faber, 1982, 140 p.

POUR UNE SOCIOLOGIE POLITIQUE DES MÉDIAS

- Altschull (J. H.), *Agents of power : the role of the news media in human affairs*, New York, Longman, 1984.
 Balle (F.), Padioleau (J.-G.), *Sociologie de l'information*, Paris, Larousse, 1973.
 Berelson (B.), *The process and effects of mass communications*, Urbana, University of Illinois Press, 1954.
 Berelson (B.), Lazarsfeld (P. F.), McPhee (W. N.), *Voting*, Chicago, Chicago University Press, 1954.
 Blumler (J. G.), éd., *Communicating to voters*, Londres, Sage, 1983.
 Blumler (J. G.), Cayrol (R.), Thoveron (G.), *La télévision fait-elle l'élection ?*, Paris, Presses de la FNSP, 1978.
 Blumler (J. G.), McQuail (D.), *Television in politics, its uses and influence*, Londres, Faber and Faber, 1968.
 Bogart (L.), *The age of television*, New York, F. Ungar, 1958.
 Cantril (H.), Gaudet (H.), Herzog (H.), *The invasion from Mars*, Princeton, Princeton University Press, 1940.
 Carey (J. W.), éd., *Media, myths and narratives*, Londres, Sage, 1988.
 Cairol (R.), *La nouvelle communication politique*, Paris, Larousse, 1986.
 Cayrol (R.), Le rôle des campagnes électorales, in Gaxie (D.), éd., *L'explication du vote*, Paris, Presses de la FNSP, 1985.
 Cayrol (R.) *et al.*, *Televisione ed elezioni*, Rome, Ed. RAI, 1977.
 Chaffee (S. H.), éd., *Political communication : issues and strategies for research*, Londres, Sage, 1975.
 Charlot (M.), *La persuasion politique*, Paris, A. Colin, 1970.
 Cohen (S.), Young (J.), *The manufacture of news*, Londres, Sage/Constable, 1981.
 Curran (J.), Gurevitch (M.), Woollacott (J.), éd., *Mass communication and Society*, Beverly Hills, Sage, 1979.
 Deutsch (K.), *The nerves of government : models of political communication and control*, New York, Free Press, 1963.
 Edelman (M.), *The symbolic uses of politics*, Urbana, University of Illinois Press, 1964.
 Ettema (J.), Whitney (C.), éd., *Individuals in mass media organizations : creativity and constraint*, Londres, Sage, 1982.
 Ferraroti (F.), éd., *Televisione e potere*, Turin, RAI, 1985.
 Golding (P.), *Making the news*, Londres, Longman, 1979.
 Gurevitch (M.) *et al.*, *Culture, society and the media*, Londres, Methuen, 1982.
 Katz (E.), Platforms and windows : broadcasting's role in election campaigns, *Journalism quarterly*, n° 48, 1971.
 Katz (E.), Lazarsfeld (P. F.), *Personal influence*, Glencoe, Free Press, 1955.
 Klapper (J. T.), *The effects of mass communication*, Glencoe, Free Press, 1960.
 Kraus (S.), éd., *The great debates*, Bloomington, Indiana University Press, 1962.