

CHAPITRE 10 - Les grandes révolutions techniques de l'information

La mise au point de l'imprimerie par Gutenberg déclenche une première révolution de l'information à la fin du XV^e siècle. D'autres suivent grâce aux innovations qui s'accélérent au XX^e siècle : la radio, la télévision puis surtout Internet bouleverse le rapport des populations à l'information. Cette dernière est désormais accessible presque partout et en temps réel, transformant le monde en un village planétaire.

Cours. Les grandes révolutions de l'information, de l'invention de l'imprimerie à l'Encyclopédie (p. 284-285)

En quoi la création de l'imprimerie a-t-elle permis une diffusion plus large et plus fiable de l'information ?

I L'information au Moyen Âge

A - Une production de livres longtemps limitée

Au Moyen Âge, les livres prennent la forme de parchemins manuscrits. Dans les monastères, les moines copistes recopient à la main des textes religieux et des œuvres de l'Antiquité. Même s'ils s'efforcent de retranscrire fidèlement la version originale, il leur arrive de faire des erreurs ou d'insérer des commentaires personnels.

Ces livres sont réservés à un public fortuné. Ils répondent le plus souvent à la commande d'un particulier. En raison du temps de fabrication (4 mois pour un livre), de la qualité de la reliure et de la présence d'enluminures, les coûts de production sont très élevés.

B - Une demande en hausse

L'information passe par deux canaux : un canal écrit officiel (échange de lettres) et un canal oral plus informel, parfois proche de la rumeur (récits des colporteurs). Dans les deux cas, la transmission est freinée par les conditions matérielles de circulation. La fabrication de livres se développe avec l'essor des villes. Une nouvelle clientèle de bourgeois, juristes ou étudiants demande la publication de textes de droit ou

d'histoire.

Avec le renforcement des États, les échanges de nouvelles prennent de l'ampleur.

Les souverains sont à la fois les destinataires et les destinataires de l'information. En 1477, Louis XI crée la poste royale pour mieux contrôler le royaume : Paris est reliée aux provinces par un réseau de relais de poste.

II La révolution de l'imprimé

A - La diffusion accrue de l'information

Vers 1450, Gutenberg invente l'imprimerie moderne. La technique de l'impression est maîtrisée par les Chinois dès le VIII^e siècle et les caractères mobiles sont utilisés par les Coréens au XIII^e siècle. Mais l'imprimeur de Mayence est le premier à combiner une presse à vis et des caractères mobiles en métal. Ceux-ci permettent de rendre les textes plus lisibles, de réduire le coût et le temps de production et donc d'accroître la diffusion de l'information.

L'imprimerie se développe rapidement en Europe. Vers 1500, le continent compte entre 240 et 270 ateliers d'imprimeurs. Durant les mille ans du Moyen Âge, seuls quelques milliers d'ouvrages ont été imprimés. Entre 1455 et 1500, 12 millions sont imprimés dans une Europe peuplée d'environ 100 millions d'habitants, dont seulement 2 ou 3 millions savent lire. Cette circulation des connaissances est au cœur du projet des humanistes. La colonisation européenne permet aussi d'exporter l'imprimerie sur les autres continents : à Mexico en 1539, à Goa en 1556, à Lima en 1583, à Manille en 1593.

B - La diversification de l'information

Les imprimeurs ne produisent plus seulement des œuvres religieuses en langue latine. Ils publient également des livres profanes en langue vernaculaire, comme La Chronique de Nuremberg (1493), qui prétend raconter l'histoire du monde.

Les ateliers impriment aussi des textes d'information diffusés par les colporteurs. Il peut s'agir d'« occasionnels », comptes rendus d'événements jugés importants, ou de « canards », qui relatent des faits divers étranges ou terrifiants. Rapidement, les souverains comprennent la nécessité de contrôler la publication d'informations.

C - La naissance de l'information périodique

Dès le XVI^e siècle, des « nouvelles à la main » circulent en France et en Italie. Ces périodiques manuscrits présentent l'essentiel de l'actualité d'une ville ou d'une région. En 1605, à Strasbourg, l'imprimeur alsacien Johann Carolus imprime la toute première gazette et publie chaque semaine des informations politiques, diplomatiques et militaires. Il est imité en 1631 par Théophraste Renaudot qui lance la Gazette de France, premier journal français.

Le journalisme n'est pas encore né : les nouvelles sont simplement transmises et ne font pas l'objet de commentaires. La modernisation et l'extension du réseau routier européen permettent à l'information de se diffuser plus largement et rapidement.

III Vers une information universelle : le projet des Lumières

A - Le contrôle de l'information sous l'Ancien Régime

En France, l'imprimerie est contrôlée par le pouvoir royal. La censure est assurée

par la direction de la Librairie, qui vérifie les manuscrits avant d'autoriser leur publication par les imprimeurs-libraires parisiens, seuls habilités à publier des livres inédits.

Il est toutefois possible de contourner ce système. Les libraires de province ne respectent pas toujours le monopole parisien et publient des livres de contrefaçon. Surtout, les imprimeurs des pays frontaliers (Bâle, Neuchâtel, Genève) sont spécialisés dans la production et la diffusion en France de livres interdits, politiques ou pornographiques.

B - L'aventure de l'Encyclopédie

L'objectif est de faire la synthèse de tous les savoirs de l'époque. Pour cela, il faut maîtriser aussi bien les sciences, révolutionnées au XVII^e siècle par Galilée et Newton, que la philosophie des Lumières ou les techniques. Diderot et d'Alembert collaborent avec 120 auteurs pour rédiger les 72 000 articles du Dictionnaire raisonné des sciences, des arts et des métiers (1751-1772).

Le projet est plébiscité par le grand public éclairé. La publication, entravée par la censure royale en 1752 puis par la condamnation de l'Église en 1759, est néanmoins menée jusqu'au bout, parfois de manière clandestine. À la veille de la Révolution, 25 000 collections des 17 volumes de l'Encyclopédie ont été vendues dans toute l'Europe. Le contenu de l'ouvrage se diffuse aussi dans les villes grâce à certains lieux de socialisation comme les cafés.

Cours. L'essor de l'information au XIX^e siècle (p. 286-287)

Pourquoi la diffusion de l'information s'accélère-t-elle encore au XIX^e siècle ?

I Des révolutions techniques à l'origine d'une révolution de l'information

A - La révolution industrielle : une révolution des transports et de la communication

L'utilisation de nouvelles sources d'énergie révolutionne le transport. Suite à la première industrialisation, le chemin de fer se développe. Les premières lignes ferroviaires transcontinentales sont ouvertes aux États-Unis en 1869 et en Russie en 1904. Les voies ferrées recouvrent progressivement l'ensemble de la planète : on passe de 35 000 km de voies en 1850 à plus d'un million en 1914. L'utilisation industrielle du pétrole (années 1850) et la mise au point du moteur à explosion (années 1880) permettent ensuite le développement de l'automobile et de l'aviation.

La maîtrise de l'électricité, sur laquelle repose la seconde industrialisation, permet l'essor des télécommunications. La transmission d'informations à distance est facilitée par l'invention du télégraphe électrique puis du téléphone. La diffusion de ce dernier, principalement aux États-Unis, montre le rôle croissant du Nouveau Monde dans le domaine technologique. En 1901, la première transmission radio transatlantique est réalisée grâce à la mise au point de la télégraphie sans fil (TSF). Dans le domaine de l'image, l'Américain Edison réalise les premiers films (1891), suivi de peu par les frères Lumière (1895).

B - Une révolution de l'information

Ces progrès permettent de raccourcir les distances et d'accélérer la diffusion de l'information à toutes les échelles. Si la mise au point du navire à vapeur a permis de diviser par trois le temps que met une information pour traverser l'Atlantique, l'utilisation du télégraphe permet de le diviser par dix. Les agences de presse, comme l'agence Havas fondée en France en 1835 utilisent ainsi le téléphone et le télégraphe afin de collecter et transmettre l'information plus rapidement. Les films que les frères Lumière tournent à l'étranger permettent aux Français de mieux connaître le monde. Ces bouleversements accroissent l'interconnexion entre les différents territoires de la planète et alimentent ainsi le processus de mondialisation.

La maîtrise de la communication est aussi un outil de pouvoir. Si le RoyaumeUni domine le monde à la fin du XIX^e siècle, c'est aussi parce qu'il contrôle l'information commerciale et financière grâce à un réseau télégraphique puis téléphonique intercontinental. Ce réseau relie par exemple Londres à Melbourne à partir de 1872.

II La Belle Époque, âge d'or de la presse écrite

A - La mécanisation de l'imprimerie

L'imprimerie entre dans l'ère industrielle de la production de masse grâce à deux innovations. La rotative, mise au point dans les années 1860, remplace la presse traditionnelle. À partir des années 1880, la linotype facilite la composition des textes à imprimer, car il n'est plus nécessaire d'insérer les caractères mobiles un à un.

Ces progrès techniques révolutionnent l'édition. Ils permettent de saisir et d'imprimer de grands volumes de texte dans des délais beaucoup plus courts. Ils rendent ainsi possible le développement de la presse quotidienne autour de 1900, grâce à une réactivité impossible auparavant.

B - Un essor lié à des facteurs politiques et sociaux

La liberté de la presse se renforce. Instituée en Angleterre dès 1695, elle se consolide au XIX^e siècle avec la réduction de la taxe sur les journaux, qui empêchait une partie de la population d'y avoir accès. En France, théoriquement garantie depuis 1789 par l'article 11 de la Déclaration des droits de l'Homme et du Citoyen, la liberté de la presse est remise en cause pendant tout le XIX^e siècle. Il faut attendre la III^e République et la loi du 29 juillet 1881 pour qu'elle soit inscrite dans la loi : les journaux peuvent alors paraître librement, sans autorisation préalable.

Parallèlement, un large public de lecteurs se constitue. Dès 1871, le taux d'alphabétisation de l'Empire allemand atteint 88 %. En Italie, il passe de 20 % à 50 % entre 1861 et 1901. En France, les lois de Jules Ferry sur l'instruction publique (1881-1882) parachèvent un mouvement commencé dès le début du XIX^e siècle : à la veille de la Première Guerre mondiale, 95 % des Français savent lire et écrire.

C - Le développement de l'opinion publique

Lire la presse devient une pratique quotidienne. Les Français sont les plus grands lecteurs du monde : le tirage des journaux est multiplié par trois entre 1880 et 1914, 9 millions de journaux sont vendus chaque jour en 1913 et on dénombre 60 titres parisiens et 250 en province. Les ventes sont dominées par les grands quotidiens populaires, comme Le Petit Journal, journal le plus lu au monde dans les années 1890. Ces journaux cherchent à s'adapter aux attentes du lecteur en privilégiant les faits divers et les divertissements.

La presse d'opinion, moins diffusée, n'en demeure pas moins très influente. Chaque mouvement politique fonde son journal et la presse engagée couvre tout l'éventail politique. Cette presse d'opinion est à l'origine d'une révolution civique : le citoyen a dorénavant les moyens de lire le journal pour se forger une opinion et participer au débat démocratique.

Jalon. La révolution de l'imprimerie (p. 288-289)

Vers 1450, à Mayence, dans le Saint Empire romain germanique, Johannes Gutenberg (1400-1468) utilise des caractères mobiles en métal et une presse à vis pour fabriquer le premier livre européen imprimé. Son invention se diffuse rapidement dans toute l'Europe et révolutionne la transmission du savoir.

Pourquoi parle-t-on d'une révolution de l'imprimé ?

Doc 1 p. 288 : L'introduction de l'imprimerie en France

Guillaume Fichet et Jean Heynlin, deux professeurs de théologie, ont installé dans l'Université de Paris, en 1469, la première imprimerie française.

Tu viens de m'envoyer les savoureuses lettres de Gasparino de Bergame¹. Non seulement tu en as revu soigneusement le texte, mais il est nettement et correctement reproduit par les imprimeurs allemands². L'auteur te doit de grands remerciements pour les longues veilles que tu as consacrées à rendre son livre parfait, de corrompu qu'il était auparavant. Mais tous les hommes savants doivent te remercier encore davantage, toi qui non seulement t'appliques à l'étude des lettres sacrées (comme t'y appellent tes fonctions), mais leur rends un signalé service en t'occupant de rétablir, dans leur pureté, les textes des auteurs latins. Sans parler de plusieurs autres grandes pertes subies par les lettres, les mauvais copistes ne sont-ils pas une des causes qui ont le plus contribué à les précipiter pour ainsi dire dans la barbarie ! Aussi quelle est ma joie de voir que tu as eu la bonne idée de chasser enfin ce véritable fléau de la ville de Paris ! Ces industries du livre que, de ton pays d'Allemagne, tu as fait venir en cette cité produisent des livres très corrects et conformes à la copie qui leur est livrée. Tu fais, du reste, la plus grande attention à ce qu'ils n'impriment rien sans que le texte n'ait été confronté avec tous les manuscrits que tu réunis et corriges plusieurs fois.

Lettre de Guillaume Fichet à Jean Heynlin, 1470.

1. Recueil de lettres de l'humaniste italien Gasparino Barzizza, premier livre imprimé en France.
2. Jean Heynlin a fait venir à Paris trois ouvriers imprimeurs allemands.

Doc 4 p. 289 : L'imprimerie, une invention européenne ?

Le papier, sans lequel l'art typographique¹ n'aurait pu exister, fut inventé en Chine et transmis à l'Europe par l'intermédiaire des Arabes. On utilisa également en Orient la xylographie pour imprimer des livres un demi-millénaire avant l'Europe. Cela consistait à reproduire le texte à imprimer sur une feuille de papier transparente qui était retournée et gravée sur une planche de bois tendre. Malgré plusieurs tentatives, les Chinois n'ont pas pu utiliser les caractères mobiles avant la fin du XIX^e siècle. En revanche, dès la fin du Moyen Âge, les Coréens en font usage. Reste que c'est bien la technique mise au point par Gutenberg vers 1450 – caractères mobiles en métal et presse à bras – qui fut adoptée dans le monde entier.

Axelle Chassagnette et Olivier Christin, « L'autre voie de la modernité »,
L'Histoire, n° 387, mai 2013.

1. Ici, art d'utiliser les caractères en relief, ou « types », pour la composition et l'impression de textes.

Doc 5 p. 289 : L'Église face à l'imprimerie

Notre charge pastorale nous impose avant tout de veiller à ce que les initiatives de notre temps qui sont salutaires et louables soient en harmonie avec la foi catholique et conformes aux bonnes mœurs, et au contraire que celles qui s'avèrent pernicieuses, condamnables et impies soient extirpées dans leur racine. Ainsi l'imprimerie se présente comme une invention très profitable quand elle facilite la diffusion des livres utiles et approuvés par Nous-même. Elle serait au contraire très condamnable si l'on employait cette technique d'une façon perverse pour répandre partout des écrits pernicieux. Nous interdisons donc par les présentes lettres, en vertu de l'autorité apostolique¹, à tous les imprimeurs, à leurs aides et collaborateurs, soit qu'ils demeurent à Rome, soit dans les autres régions de l'Italie, de l'Allemagne, de la France, de l'Espagne, de l'Angleterre, de l'Écosse ou toute autre nation de la chrétienté, sous peine d'excommunication et d'une forte amende, et nous faisons défense d'imprimer à l'avenir aucun livre, traité ou écrit, quels qu'ils soient, sans en avoir au préalable demandé la permission audit maître du Sacré Palais à la curie romaine² et hors de Rome aux ordinaires des lieux³, et sans avoir obtenu une autorisation spéciale et expresse qui leur sera délivrée gratuitement.

Pape Innocent VIII, Constitution *Inter multiplices*, 1487.

1. L'autorité du pape.
2. Théologien personnel du pape, chargé ici d'autoriser ou non la publication des livres imprimés.
3. Les évêques.

Jalon. La Belle Époque, âge d'or de la presse française (p. 290-291)

De la fin du XIX^e siècle à la Première Guerre mondiale, la presse française connaît un essor remarquable lié à des facteurs techniques (évolution de l'imprimerie, développement des chemins de fer), sociaux (progrès de la scolarisation) et politiques (liberté de la presse).

Pourquoi parle-t-on d'un âge d'or de la presse française à la fin du XIX^e siècle et au début du XX^e siècle ?

Doc 1 p. 290 : La liberté de la presse

Art. 1 - L'imprimerie et la librairie sont libres. [...]

Art. 5 - Tout journal ou écrit périodique peut être publié, sans autorisation préalable et sans dépôt de cautionnement. [...]

Art. 27 - La publication ou reproduction de nouvelles fausses, de pièces fabriquées, falsifiées ou mensongères sera punie d'un mois à un an d'emprisonnement et d'une amende de cinquante francs à mille francs.

Loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse.

Doc 3 p. 290 : Les Français et la presse

Le journal est un des premiers instincts de l'adolescent, une des dernières curiosités du vieillard. Il popularise les découvertes, il propage des connaissances utiles, il fait de chacun de nous un véritable fils du siècle. Par les images, il s'empare de l'enfant ; par le roman, de la femme ; par la philosophie, le souci des affaires publiques, de l'homme. S'il n'agit pas par les dissertations, il agit par les faits divers. Il prophétise ou il amuse. Son action est troublante ou réparatrice, impulsive de petites ou grandes idées, mais continue, de chaque heure, de chaque minute. C'est, pour les trois quarts des Français, un guide, un instructeur, un éducateur, un Mentor de tous les instants, un directeur de conscience : c'est, pour l'autre quart, une distraction qui s'impose, un superflu plus nécessaire à la vie que le chemin de fer ou le télégraphe, aussi indispensable que le pain quotidien.

Eugène Dubief, *Le Journalisme*, 1892.

Doc 5 p. 291 : Les mutations de la presse française

Dans les années 1880, la presse quotidienne reste dominée par les titres politiques, classiques sur le fond mais bénéficiant de la toute nouvelle liberté républicaine (tels La Lanterne ou La Petite République). Or, tout change brusquement dans les deux ou trois décennies qui suivent. Les tirages du Petit Parisien et du Matin s'envolent, rejoints même, en 1892, par ceux d'un nouveau quotidien, Le Journal. [...] On attire le chaland avec des titres spectaculaires que hurlent les vendeurs de rue ou en publiant en une – comme Le Petit Parisien, à partir de 1903 – les premières photographies d'actualité. [...] On ne saurait attribuer à un unique facteur l'apparente brutalité de la mutation. Un faisceau d'explications l'éclaire : avec les progrès de l'instruction, la presse de l'âge du suffrage universel dispose d'un marché consolidé qui s'offre bientôt à ses appétits ; le développement du chemin de fer – notamment la construction d'un réseau secondaire – favorise la conquête de la province ; l'essor de la presse quotidienne s'appuie sur un réseau humain de diffusion qui permet de toucher les gares (librairies Hachette) comme les plus petites villes. Surtout, la presse s'adapte à la demande, celle de l'actualité immédiate, de l'information variée et attractive, nourrie de nouvelles et de récits, portée par les nouveaux genres dominants, petit et grand reportage, enquêtes et interviews, qui bouleversent la conception même du journalisme.

Christian Delporte, « 1901-1944. Un parfum d'âge d'or... »,

La Presse à la une, expositions.bnf.fr, 2014.

Cours. Les grandes révolutions de la communication, de la radio à Internet (p. 292-293)

Pourquoi peut-on dire que le XX^e siècle est celui de la révolution des communications ?

I La révolution du son

A - Un nouveau média qui concurrence la presse écrite

La radio apparaît au début du XX^e siècle, avec la technique de la télégraphie sans fil (TSF) (Cours p. 286-287). Utilisée à des fins militaires pendant la Première Guerre mondiale, elle se répand dans ses usages civils en Europe et aux États-Unis durant les années 1920.

Les premiers programmes radiophoniques réguliers sont diffusés aux États-Unis dès 1920. Ailleurs, les premières stations de radio publiques font leur apparition : Radio Tour Eiffel en 1921, Radio Milan en 1926, Radio Rome en 1928.

Le monopole de l'État sur la radio est vite contesté par des stations privées. En Italie, en Allemagne et en Grande Bretagne, l'emprise de l'État reste forte et la publicité est interdite. Aux États-Unis, les radios privées et la publicité dominent. En France, les secteurs public et privé cohabitent.

B - L'âge d'or de la radio

En Occident, la radio se développe rapidement dès les années 1930. Des émissions quotidiennes variées (musique, information) voient le jour et rythment la vie des auditeurs. 9 millions d'Anglais, 13 millions d'Allemands, 5 millions de Français

possèdent une radio à la veille de la Seconde Guerre mondiale. Aux États-Unis, où plus de 40 millions de postes ont déjà été vendus, sept habitants sur 10 écoutent régulièrement la TSF.

Pendant la Seconde Guerre mondiale, la radio devient un moyen d'information essentiel. Dans les États où la liberté de la presse est supprimée, les radios clandestines permettent d'obtenir ou de diffuser partout une information échappant à la censure.

L'invention du transistor en 1954 marque une nouvelle étape. Le transistor permet le développement de radios portatives, pouvant être écoutées individuellement.

L'audience s'élargit rapidement dans les années 1960, accompagnant la naissance de la radio moderne qui se diffuse partout en Europe et aux États-Unis et devient un média de masse.

II La révolution de l'image

A - Les débuts de la télévision

Dès la fin des années 1930, de grands événements sont retransmis à la télévision (Jeux olympiques de 1936 à Berlin, couronnement de George VI en 1937 en Angleterre).

Le public est alors très restreint, mais ces retransmissions révèlent les possibilités de ce nouveau média.

Freiné par la guerre, le véritable essor de la télévision intervient après 1945. Elle se diffuse rapidement aux États-Unis et en Grande Bretagne, plus tardivement dans

le reste de l'Europe. Alors que 20 000 récepteurs fonctionnent dans la région londonienne en 1939, la France n'en compte que 300.

B - Le média dominant

À partir des années 1960, la télévision devient une source d'information dominante et influente sur l'opinion. Elle cohabite avec la radio et devient un outil de communication politique. Le débat télévisé entre Kennedy et Nixon en 1960 ou l'usage qu'en fait le général de Gaulle dès son arrivée au pouvoir en 1958 en sont des illustrations.

La diffusion des grands événements permet son essor fulgurant. En 1953, pour le couronnement de la reine Elisabeth II, la télévision dépasse pour la première fois la radio en audience. La retransmission des grandes compétitions sportives attire le public. Le 11 septembre 2001, partout dans le monde, tous les regards se sont tournés vers les télévisions pour assister en direct à l'effondrement des tours jumelles à New York.

À ses débuts, dans de nombreux États européens, la télévision reste dépendante du pouvoir. En France, l'ORTF contrôle ainsi les programmes : il faut attendre 1974 pour que le monopole de l'État sur l'audiovisuel s'assouplisse et 1982 pour qu'il prenne fin. Aux États-Unis, les chaînes de télévision sont essentiellement privées et commerciales.

III La révolution dans l'accès à l'information

A - Un nouveau média singulier

Apparu dans les années 1990, Internet est le média qui connaît la plus forte croissance de l'histoire des moyens de communication. Après l'imprimerie, la radio et la télévision, cette nouvelle révolution dans l'accès à l'information bouleverse l'équilibre des médias. On compte aujourd'hui plus de 85 % d'internautes dans le monde, contre 14 % en 2000.

Apparu au début des années 2000, le web social, ou web 2.0, fait d'Internet un média d'information interactif. Chacun peut produire une information et la diffuser instantanément dans le monde entier, ce qui pose la question de la fiabilité des sources. Le développement des smartphones et des tablettes a permis à chaque utilisateur d'avoir accès à l'information gratuitement, partout et à tout moment.

B - L'ère d'Internet : une coexistence de tous les médias

La concurrence d'Internet, qui peut se substituer aux médias traditionnels, pousse ces derniers à s'adapter : la plupart des journaux, des radios et chaînes de télévision proposent aujourd'hui des contenus en ligne. Le Washington Post décide en 1998 de rendre accessible l'intégralité de son contenu sur Internet : en un an, le journal passe de 10 000 à 400 000 lecteurs en ligne.

Aujourd'hui, ces trois médias d'information nés au XX^e siècle coexistent, se complètent et s'enrichissent mutuellement. Par l'intermédiaire d'Internet, la radio et la télévision n'ont plus de limite géographique et peuvent être écoutées ou visionnées partout dans le monde. Si la presse imprimée a souffert de l'essor d'Internet, la radio comme la télévision n'ont pas perdu leur statut de médias populaires.

Jalon. La radio : le pouvoir d'informer instantanément (p. 294-295)

Dès les années 1920, le développement de la radio bouleverse l'offre médiatique limitée jusque-là à la presse écrite. Premier instrument d'information instantanée, la radio intègre massivement les foyers. Écoutée individuellement ou en groupe, elle change définitivement le rapport de la population à l'actualité, avant même de devenir portative et mobile.

Comment la radio a-t-elle renforcé la place de l'information dans le quotidien ?

Doc 1 p. 294 : La crise du 6 février 1934

Le 6 février 1934, les ligues d'extrême droite manifestent violemment à Paris et menacent le Parlement. Pour la première fois, les Français en sont informés par la radio.

Des bandes, armées de revolvers et de couteaux, ont assailli les gardiens de la Paix, les gardes républicains et les gardes mobiles. Elles ont ouvert le feu sur les défenseurs de l'ordre : de nombreux agents sont blessés. La preuve est faite, par l'identité des manifestants arrêtés, qu'il s'agissait bien d'une tentative à main armée contre la sûreté de l'État. [...] Conscient de son devoir envers le pays qui réclame l'ordre et la paix, le gouvernement est résolu à assurer par tous les moyens que lui confère la loi la sécurité de la population et l'indépendance du régime républicain.

Communiqué du Président du Conseil Édouard Daladier,

diffusé le soir du 6 février 1934 sur Radio-Paris.

Doc 3 p. 294 : Roosevelt parle aux foyers américains

Entre 1933 et 1944, le président des États-Unis Franklin Delano Roosevelt s'adresse à trente reprises à la radio aux Américains (ici, en 1938), dans l'intimité de leur foyer, pour expliquer ses choix et actions politiques. Il s'y exprime avec un ton naturel et familier, ce qui a valu à ces émissions le surnom de « causeries au coin du feu ».

D'une durée de 13 à 44 minutes, ces discours sont écoutés par des millions d'Américains.

Doc 4 p. 295 : L'usage de la radio pendant la crise de mai 1968

Dans L'Express du 3 juin 1968, Danièle Heyman écrivait : « Depuis le 6 mai, le transistor est devenu le cordon ombilical qui relie la France à sa révolution. [...] Le pouvoir est à la parole. » Maurice Grimaud, préfet de Police à Paris lors de cette période, écrit plus tard : « Pour la première fois, nous mesurons le rôle considérable que jouaient dans ces événements les reporters de radio et notamment des postes périphériques¹. Cette radio dans la rue, au niveau des manifestants, sans intervalle, sans répit, donnait un caractère extraordinairement dramatique aux moindres incidents, et l'information atteignait de plein fouet des centaines de milliers d'auditeurs tendus vers leurs transistors ». Il ajoutait que ces reportages avaient « certainement contribué à rabattre vers le Quartier latin quantité de gens qui, sans cela, seraient restés chez eux ». Mais, il précisait aussi : « ces reportages étaient d'ailleurs suivis avec soin [...] par mes collaborateurs. [...] Plus d'une fois, c'est par ce moyen que, nous aussi, nous étions alertés sur un incident. [...] C'est un peu comme si, pendant la guerre, l'état-major avait su à tout instant ce qui se passait dans les lignes adverses. »

Jean-Jacques Cheval, « Mai 1968, un entre-deux dans l'histoire des médias et de la radio en France »,

Groupe de recherches et d'études sur la radio, 2010.

1. Les radios périphériques sont des radios qui peuvent être écoutées en France mais qui émettent depuis l'étranger et échappent ainsi au contrôle de l'État.

Jalon. La télévision : l'information confrontée au pouvoir de l'image (p. 296-297)

En 1949, le premier journal télévisé français passe totalement inaperçu.

Rapidement, pourtant, il transforme les habitudes d'information des Français.

Avec l'apparition puis le développement de magazines d'actualité, l'image devient le cœur de l'information, un nouvel objet de fascination et d'émotion.

Comment la télévision et l'image ont-elles transformé le rapport des Français à l'information ?

Doc 1 p. 296 : Le journal télévisé, l'information en images

Inventé en 1949, le journal télévisé tient une place particulière dans l'histoire de la télévision [...]. Il est, depuis plus de 60 ans, un lieu central pour la circulation de l'information, un rendez-vous quotidien pour les téléspectateurs et un programme phare pour les chaînes de télévision. Le lancement du premier JT est fixé au 29 juin 1949 [...]. Compte tenu du faible équipement des Français en téléviseurs à l'époque (moins de 1 % des foyers français équipés), l'objectif de cette première diffusion n'est pas de réunir une audience importante. Il s'agit de convaincre le gouvernement de l'intérêt d'une information en images. [...]

C'est seulement dans les années 1960 que les moyens financiers alloués au journal télévisé permettent de construire une véritable information télévisée. C'est le temps de l'expansion de la télévision, qui équipe 62 % des foyers français en 1968. Les éditions se multiplient : 13 h, 19 h 15, 20 h 15 et 21 h 30. [...]. À partir de 1962, se met en place un échange européen quotidien d'actualités qui enrichit les sources d'images du JT. Le prompteur est introduit en 1963, et une nouvelle formule du journal télévisé est alors inaugurée. Elle donne la priorité à l'image, perçue comme garante d'objectivité. Le présentateur est désormais là pour assurer le lien entre les reportages, les témoins et les « spécialistes » [...] qui viennent éclairer un dossier ou animer un débat [...]. Avec les débats et dossiers, c'est le « journalisme d'examen » qui prend plus de place dans les JT. Il s'agit d'être pédagogue, en utilisant graphiques, méthodes et schémas.

Claire Blandin, Le Journal télévisé, incontournable ou dépassé ?

La Revue des médias [en ligne], 9 septembre 2015.

Doc 2 p. 296 : De Gaulle, « première star de la télévision française » ¹

Comprenant très rapidement l'intérêt de la télévision alors en plein essor, de Gaulle est le premier homme politique français à l'utiliser comme moyen de communication direct avec les électeurs. Il multiplie les interventions à la télévision, ici le 2 octobre 1961.

1. Citation de Jérôme Bourdon, historien des médias.

Doc 3 p. 297 : La naissance du grand reportage à la télévision

Cinq Colonnes à la une, émission d'actualité diffusée à partir de janvier 1959 le vendredi soir, cherche à montrer une actualité plus large que le journal télévisé. Le grand reportage fait ainsi son apparition sur le petit écran et captive rapidement les téléspectateurs.

Dans le reportage sur le mur de Berlin, les journalistes de Cinq Colonnes recourent, comme les hebdomadaires d'actualité, à la personnalisation extrême des événements. Le sujet sur le Mur répond aux règles classiques de la narration : « Une introduction qui présente les faits, les lieux les acteurs de l'événement [...], puis une partie centrale composée d'une succession d'interviews entrecoupée d'images et de commentaires de transition, destinée à exposer les différents aspects du sujet, enfin une conclusion, [...] formulée en voix off par le journaliste »¹. Ainsi, à travers la visite de Berlin et les interviews de Berlinois, on découvre le Mur, les drames qui y sont liés, la vie de la population. Dans ce reportage, le journaliste [...] s'exprimant à la première personne, se met en scène au cœur de la ville, se présentant comme un guide et un témoin de l'événement. Ainsi, le spectateur vit-il la même progression que le témoin/journaliste dans les rues de Berlin. [...] Ce reportage raconte un drame humain. « L'un des apports les plus originaux de Cinq Colonnes à l'information télévisée est l'interview [...]. L'interview de témoins ou d'acteurs devient une source d'informations qui personnalise un problème. [...] L'interview devient un élément de la dramatisation du récit. »¹

Marie-Françoise Lévy et Marie-Noële Sicard (dir.), Les Lucarnes de l'Europe, télévisions, cultures, identités, 1945-2005,

Publications de la Sorbonne, 2008.

1. J.-N. Jeanneret, M. Sauvage (dir.), *Télévision, nouvelle mémoire*, Seuil, 1982.

DOSSIER. Les débats télévisés, un enjeu de l'élection présidentielle aux États-Unis (p. 298-299)

Le 26 septembre 1960, le premier débat télévisé entre deux candidats à la présidentielle est diffusé aux États-Unis, constituant l'une des émissions les plus regardées de l'histoire de la télévision américaine. Plus de 8 Américains sur 10 possèdent alors une télévision. Depuis, ces débats télévisés sont devenus de véritables événements politiques et médiatiques.

Quel est l'impact des débats télévisés sur les choix politiques des électeurs lors de l'élection présidentielle aux États-Unis ?

Doc 1 p. 298 : Le débat Nixon-Kennedy en 1960

C'est un Nixon fatigué, les traits tirés et le teint pâle, qui arrive dans les studios. Hewitt¹ lui conseille d'utiliser les services d'une maquilleuse. Nixon refuse car Kennedy n'a pas voulu y avoir recours ! De plus, il aime débattre et demeure persuadé qu'il ne va faire qu'une bouchée du sénateur de la côte est. Le déroulement du débat semble ne pas contredire cette assurance. [...] Toutefois, comme les deux candidats le comprennent après coup, le regard des spectateurs s'est déplacé du fond vers la forme. Dans ce domaine, Nixon perd beaucoup de points par rapport à son adversaire. Il apparaît usé, nerveux, fatigué [...]. Face au teint hâlé de Kennedy, Nixon, qui vient de passer une semaine à l'hôpital, apparaît bien pâle et hagard.

Un jeune réalisateur qui a fait ses premières armes à la télévision, Arthur Penn, a été recruté pour conseiller le candidat Kennedy. [...] En coulisse, Penn comprend tout l'intérêt qu'il peut tirer de cette impréparation nixonienne et de son état de méforme. De façon très habile, le jeune réalisateur demande des plans serrés sur son propre candidat, persuadé que l'équipe de Nixon va le suivre. Lors de la prise de parole de Nixon, l'effet attendu est au rendez-vous : les gouttes de sueur qui perlent sur le visage de Nixon, la nervosité apparente, la barbe peu soignée donnent une image désastreuse du candidat à la présidence. [...] [...]

La vie politique est inexorablement entrée dans le monde de l'image, les débats à la télévision n'en seront qu'un révélateur parmi d'autres.

Romain Huret, « Les hommes politiques de la voix à l'image », Cahiers d'histoire. Revue d'histoire critique, n° 115, 2011.

1. Don Hewitt est le producteur du débat télévisé dans les studios CBS de Chicago.

Doc 3 p. 299 : Les enjeux du débat télévisuel

Les débats télévisés entre candidats à la présidence américaine constituent des moments de grande fébrilité lors des campagnes électorales ; ils attirent une audience dont la majorité se tournera exceptionnellement vers une émission à caractère politique, et les médias font de ces rencontres le spectacle politique par excellence en entretenant l'intérêt et même le suspense sur leur moment et leurs modalités ainsi qu'en rappelant les moments haut en couleur des débats précédents. Ce type de joute électorale donne l'occasion aux hommes et aux femmes politiques de se faire valoir, de démontrer leur maîtrise du langage, en utilisant de façon alternative esquives, attaques, et tactiques de persuasion de toutes sortes.

Voilà sans doute pourquoi l'impression demeure qu'une gaffe monumentale ou une performance particulièrement brillante d'un ou d'une prétendante au pouvoir peut entraîner d'importants changements dans l'opinion publique, même si les recherches indiquent généralement que les débats électoraux modifient peu les choix de l'électorat.

Anne Marie Gingras, « L'Argumentation dans les débats télévisés entre candidats à la présidence républicaine », *Hermès*, n° 16, 1995.

Jalon. L'information mondialisée et individualisée, naissance et extension du réseau Internet (p. 300-301)

Le réseau Arpanet, lancé en 1966 par l'armée américaine, devient Internet en 1983 avec la mise au point d'un langage informatique commun. En 1989, le Web est créé pour faciliter la navigation. Avec Google, en 1998, l'information devient accessible partout, avant de s'individualiser avec les réseaux sociaux qui permettent à chacun de se l'approprier.

Quel impact la révolution technologique d'Internet a-t-elle eu sur l'information ?

Doc 1 p. 300 : Un média pas comme les autres

Après l'imprimerie, la radio et la télévision, une nouvelle révolution de l'information et de la communication est apparue avec Internet qui n'est pas un média comme les autres. En effet, il ne s'inscrit pas dans une simple logique de diffusion puisqu'il permet de recevoir mais aussi d'émettre. Cette particularité que l'on appelle l'interactivité est unique dans le monde des médias. [...] On peut dire que l'Internet a profondément modifié l'accès à l'information et au savoir à travers les moteurs de recherche consultables n'importe où dans le monde et sur n'importe quel sujet. [...] Ainsi dans nos sociétés, on est passé du simple besoin d'informations qui consiste à mettre en relation des hommes et des événements, à un besoin de communication, c'est-à-dire à un échange d'informations entre les individus pour finalement aller vers un besoin de télécommunication en s'affranchissant des contraintes spatiales. Tous les acteurs sociaux agissent à présent dans un contexte transformé et ils ont besoin pour remplir leur fonction sociale, familiale, productive ou culturelle de plus en plus d'informations et de communication qui passent par Internet.

Xavier Niel et Dominique Roux, « La révolution de l'Internet »,

Les Cent Mots de l'Internet, PUF, « Que sais-je ? », 2010.

Doc 3 p. 301 : La croissance continue d'Internet

La question n'était pas de savoir si cela allait arriver, mais plutôt quand. Et cela vient de se produire. En 2018, le nombre d'utilisateurs d'Internet a franchi la barre des 3,6 milliards d'utilisateurs [...], ce qui représente plus de 50 % de l'humanité. Du jamais vu. La connexion globale des Hommes s'est accélérée ces dix dernières années. Tandis qu'elle est passée de 0 % à 24 % entre la fin des années 1980 et 2009, elle a réussi à plus que doubler entre 2010 et 2018, passant de 24 % à plus de 50 %.

Les utilisateurs d'ordinateurs et de smartphones passent en moyenne cinq heures et 54 minutes devant un écran. C'est surtout la progression qui est vertigineuse. La consommation d'écran a plus que doublé en seulement 10 ans. En 2008, elle n'était « que » de deux heures et 42 minutes, tout écran confondu. Les principaux bénéficiaires de l'explosion d'Internet et de l'usage du mobile sont évidemment les réseaux sociaux, et notamment les messageries instantanées. En quelques années, le nombre de leurs abonnés a littéralement explosé. La consommation de vidéo a également explosé. Et explique en partie la hausse du temps passé devant les écrans. En 2018, les gens regardent en moyenne 35 minutes de vidéo par jour, soit sept fois plus qu'il y a seulement six ans. [...]

Raphaël Bloch, « Les cinq chiffres fous de l'Internet »,

Les Échos, 2 juin 2018.

Doc 5 p. 301 : Naissance d'un réseau social d'information

Le 15 janvier 2009, à 15 h 29, un Airbus A320 amerrit sur l'Hudson River, à New York. Quelques minutes après avoir décollé de l'aéroport La Guardia, il a percuté des oiseaux au-dessus de la ville. Moteur à l'arrêt, il a dû se poser en catastrophe et non pas sur terre, mais sur l'eau. [...] Une autre raison a rendu cette histoire célèbre : il s'agit du premier fait d'actualité à avoir été « live-tweeté », c'est-à-dire suivi en direct par des utilisateurs d'un réseau social. Tout a commencé par le tweet d'un Américain de 23 ans qui se trouvait à ce moment-là sur un ferry. « Il y a un avion dans l'Hudson. Je suis dans le ferry qui va récupérer les passagers. C'est dingue », avait-il écrit. La publication de ce message, accompagné d'une photo de l'avion, marque alors une rupture dans le traitement de l'actualité : désormais, les réseaux sociaux seront d'incontournables pourvoyeurs d'information.

« Pourquoi l'A320 posé dans l'Hudson il y a dix ans a marqué l'histoire »,
Le Monde [en ligne], janvier 2019.

Points de vue. Quelle presse pour demain ? (p. 302-303)

Doc 2 p. 302 : La presse en danger

En dix ans aucun plan ni aucune pédagogie de la part du politique pour expliquer l'évidence : pourquoi lire la presse est important ; pourquoi l'esprit est plus calme et plus à même de penser des choses intelligentes devant du papier que devant dix fenêtres ouvertes sur un écran ; pourquoi ce qui est gravé implique une autorité et une responsabilité ; pourquoi le papier nous protégeait du règne du faux. [...] Le contrechamp, c'est la domination bientôt sans partage d'Internet. Et pourtant personne ne parle de la détérioration de l'offre. Articles toujours plus vite faits, truffés d'erreurs, dépêches AFP répétées à l'infini, disparition des postes de correcteurs, de graphistes, d'iconographes (les photos sont pillées de partout), émiettement des rédactions : démantèlement de ce qui faisait la structure d'un organisme de presse. [...] La presse était le quatrième pouvoir¹. Elle croit qu'elle va rester la presse sans la presse (l'imprimerie) ? Un émiettement dans le flux d'infos des réseaux sociaux signera au contraire son impuissance et sa fin.

Stéphane Delorme, Les Cahiers du Cinéma, édito n° 748, octobre 2018.

1. Pouvoir faisant contrepoids aux trois pouvoirs de l'État (exécutif, législatif, judiciaire).

Doc 3 p. 302 : Papier et Internet, quelle complémentarité ?

Jusqu'au début des années 2000, les sites web d'un même titre complétaient ou prolongeaient la version papier. Désormais, le prestige revient plutôt au site web et c'est le papier qui le complète. Les sites web d'information font tellement autorité qu'ils sont de plus en plus cités dans les revues de presse radiophoniques. [...]

Parallèlement aux titres bi-médias (un même titre décliné sur deux supports : papier et web ; l'expression fut employée par Serge July en 2005, avant qu'il ne quitte Libération) prolifèrent des titres de presse uniquement en ligne : Mediapart, Agoravox, Rue89, Bakchich. [...] Les évolutions rapides de la presse en ligne offrent de nouvelles libertés en permettant des liens directs avec d'autres articles, des archives, des dossiers et une démarche toujours plus active et, espérons-le, citoyenne. Le lecteur en bénéficiera, à condition qu'il sache s'y repérer. Quant aux journalistes, cela suppose certaines contraintes, notamment techniques et professionnelles. L'écriture journalistique évolue et ce mouvement est loin d'être terminé : les sites des journaux sont modifiés en permanence.

Daniel Salles, Olivier Dufaut, Du papier à l'Internet,

Les Unes des quotidiens, CNDP, 2010.

Doc 5 p. 303 : Presse de l'avenir, avenir de la presse

Née il y a quatre siècles, la presse, le premier des médias qui demeura longtemps le principal, a constitué autour d'elle, par son audience et son influence, une véritable civilisation. Au départ réservé à une élite politique et culturelle, le journal pénètre dans toutes les couches de la société. [...] Depuis un siècle, le journal subit la concurrence, d'abord de la radio, puis celle de la télévision et maintenant du numérique. Pour faire face, il a fallu que la presse adapte ses formats et ses pages, améliore sa qualité rédactionnelle et accroisse son offre éditoriale, rénove ses maquettes et repense ses approches, comprenne les demandes mouvantes de ses publics. En ce début de XXI^e siècle, la presse affronte conjointement une recomposition rédactionnelle et une restructuration économique, qui la fragilise, mais qui lui donne aussi de nouveaux espoirs. Certes, la presse vend moins de papier, mais les rédactions qui la font vivre rayonnent sur tous les supports. La presse est partie prenante dans la mutation numérique qui bouscule toutes les certitudes mais laisse ouverts des champs entiers pour la diffusion des savoirs, de la connaissance et de l'information. Les femmes et les hommes qui font la presse, riches de savoirs et de savoir-faire accumulés au cours des siècles, peuvent s'emparer de l'avenir numérique.

Patrick Eveno, Cent ans à travers les unes de la presse, Larousse, 2018.