

Thème 4, Axe 1 – Les grandes révolutions techniques de l'information

Jalon 1, Cours p. 300 : Les grandes révolutions de l'information, de l'invention de l'imprimerie à l'Encyclopédie

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. L'accès au savoir est alors un privilège social.

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**. Cette diversification permet l'émergence de nouvelles perspectives et la remise en cause des récits dominants.

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. 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 du réseau routier européen permet à l'information de se diffuser plus largement.

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 (à 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.

Jalon 1, Cours p. 302 : L'essor de l'information 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. À la suite de 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 Royaume-Uni 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. Cette domination des communications permet à la City londonienne de s'imposer comme la première place financière mondiale et aux entreprises britanniques de réagir plus vite que leurs concurrentes aux évolutions des marchés internationaux.

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 se modernise profondément. Les journaux adoptent une structure qui perdure (gros titres, éditorial, faits divers, publicité) et privilégient souvent les faits aux opinions. Les illustrations se multiplient et de nouveaux métiers apparaissent, comme celui de grand reporter. La presse devient un acteur majeur du débat public. Si les grands quotidiens populaires dominent, la presse d'opinion joue un rôle essentiel dans le débat démocratique, suscitant des inquiétudes quant aux liens entre groupes de presse, milieux d'affaires et monde politique.

Jalon 1, Étude p. 304 : La révolution de l'imprimerie

Doc 4 p. 305 : 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.

Doc 5 p. 305 : 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. Ce recueil de lettres de l'humaniste italien Gasparino Barzizza, premier livre imprimé en France, est un manuel de rhétorique.

2. Jean Heynlin a fait venir à Paris trois imprimeurs allemands.

Jalon 1, Étude p. 306 : La Belle Époque, « âge d'or » de la presse française

Doc 1 p. 306 : 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. 306 : 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. 307 : 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.**

Jalon 2, Cours p. 308 : Les grandes révolutions de la communication, de la radio à internet

I. La radio : une révolution sonore

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, initialement 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, transformant radicalement les modes de communication et d'information, en permettant une diffusion instantanée et massive des nouvelles.

Les premiers programmes radiophoniques réguliers sont diffusés aux États-Unis dès 1920. En France, en Italie et en Grande-Bretagne, les premières stations de radio publiques voient le jour, avec des modalités de contrôle étatique variables. Le monopole de l'État est rapidement contesté par des stations privées, créant un nouvel équilibre médiatique où coexistent secteurs public et privé, et où la publicité joue un rôle croissant dans le financement des émissions.

B. L'âge d'or de la radio

En Occident, la radio se développe rapidement dès les années 1930, avec des émissions quotidiennes variées qui rythment la vie des auditeurs. L'invention du **transistor** en 1954 marque une étape décisive, permettant le développement de radios portatives et individuelles. À la veille de la Seconde Guerre mondiale, 5 millions de Français, 9 millions d'Anglais et 13 millions d'Allemands possèdent un

poste, faisant de la radio un **média de masse** qui transforme l'expérience collective de l'information.

Pendant la Seconde Guerre mondiale, la radio devient un moyen d'information essentiel et un outil de résistance. Dans les États où la liberté de la presse est supprimée, les radios clandestines permettent d'obtenir ou de diffuser une information échappant à la **censure**, jouant un rôle crucial dans la circulation des nouvelles et le maintien du moral des populations. Cette période confirme le pouvoir politique et social de la radio.

II. La télévision : la révolution de l'image

A. Les débuts d'un nouveau média

Dès la fin des années 1930, de grands événements sont retransmis à la télévision, comme les Jeux olympiques de 1936 à Berlin ou le couronnement de George VI en 1937 à Londres. Le public est alors très restreint, mais ces retransmissions révèlent les possibilités extraordinaires de ce nouveau média qui va bouleverser la perception de l'information, en rendant les événements mondiaux immédiatement accessibles.

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, ce qui illustre les inégalités initiales de développement technologique et les différences de politique médiatique entre pays.

B. Un média dominant et politique

À partir des années 1960, la télévision devient une source d'information dominante et influente sur l'**opinion publique**. Elle cohabite avec la radio et devient un outil de communication politique majeur, comme le montre le débat télévisé américain entre Kennedy et Nixon en 1960 ou l'usage qu'en fait le général de Gaulle, transformant les pratiques démocratiques et la manière de faire campagne.

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. Des moments comme le 11 septembre 2001 illustrent sa capacité à rassembler les regards du monde entier, faisant de la télévision un média global capable de créer une expérience collective instantanée et partagée.

III. Internet : la révolution numérique

A. Un nouveau média singulier et interactif

Apparu dans les années 1990, internet est le média qui connaît la plus forte croissance de l'histoire des communications. Initialement réseau de centres de recherche universitaires américains, il se densifie progressivement et s'ouvre au grand public nord-américain et européen, bouleversant l'équilibre des médias, avec près de 70 % d'internautes dans le monde aujourd'hui, contre 14 % en 2000.

Avec le web social ou web 2.0, internet devient un média interactif. Chacun peut produire une information et la diffuser instantanément dans le monde entier, ce qui pose la question de la fiabilité des sources. Cela modifie profondément le rapport traditionnel entre producteurs et consommateurs de l'information, transformant la façon dont l'information circule.

B. La convergence des médias

La concurrence d'internet pousse les médias traditionnels à s'adapter : la plupart des journaux, des radios et chaînes de télévision proposent aujourd'hui des contenus en ligne. Le développement des smartphones et tablettes a permis à chaque utilisateur d'avoir accès à l'information gratuitement, partout et à tout moment, bouleversant nos pratiques informationnelles.

Aujourd'hui, ces trois médias 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, créant un écosystème médiatique global et interconnecté qui redéfinit en profondeur notre rapport à l'information.

Jalon 2, Étude p. 310 : La radio : le pouvoir d'informer

instantanément

Doc 5 p. 311 : L'usage de la radio pendant la crise de mai 1968

En mai 1968, alors que l'État contrôle l'ORTF (Office de Radiodiffusion-Télévision française), les radios périphériques, comme Europe 1 ou RTL, qui émettent depuis l'étranger, jouent un rôle essentiel au cœur des manifestations.

« Dites à Farkas de cesser de radioguider les manifestants, il nous complique la tâche. » Dès le 6 mai et après la manifestation de la place Maubert, où 345 policiers et 600 étudiants ont été blessés, Christian Fouchet, ministre de l'Intérieur, est excédé par les reportages de RTL. Le Premier ministre, Georges Pompidou, également, qui condamne « le rôle néfaste des stations périphériques. Sous prétexte d'informer elles enflamment, quand elles ne provoquent pas ». [...] « C'était la première fois que des types manifestaient avec un poste à l'oreille, se souvient Jean-Pierre Farkas, à l'époque directeur de l'information de RTL, aujourd'hui à la retraite. Si l'on annonçait un rassemblement devant la fontaine Saint-Michel, une demi-heure plus tard, il y avait 3 000 personnes. [...] On était des acteurs informés et des auditeurs actifs, raconte un étudiant d'alors. [...] Après des années de mensonges, on entendait enfin à la radio le récit du réel. » En 68, RTL joue à fond la carte du direct, accélérant, du coup, le passage d'un discours rigide à une expression ouverte. « Pendant les reportages, explique Jean-Pierre Farkas, les journalistes avaient du mal à conserver un ton normal. Au milieu des grenades lacrymogènes, pas loin des coups de matraque et des jets de pierres, ils avaient peur, se cachaient, couraient, leur respiration haletante dramatisant davantage encore la situation.

Anne-Marie Gustave, « mai 1968 à la radio : De Gaulle, t'es foutu, la radio est dans la rue », *Télérama*, décembre 2020.

Jalon 2, Étude p. 312 : La télévision : l'information confrontée au pouvoir de l'image

Doc 1 p. 312 : Le succès du journal télévisé

Depuis sa première apparition à la télévision française en 1949 [...], le journal télévisé connaît un succès populaire durable, malgré les moments de défiance qui caractérisent son histoire. Il faut rappeler que le JT a été initialement pensé par le gouvernement comme un outil de communication à sens unique, remis en cause par la suite au nom de l'indépendance de l'information. C'est notamment à partir de la fin des années 1980 que l'information à la télévision occupe une place contradictoire dans l'espace public. [...]

À l'heure actuelle, les téléspectateurs plébiscitent toujours le rendez-vous quotidien du JT, qui est pour une majorité d'individus en France le moyen d'information privilégié. Les scores d'audience actuels des deux journaux télévisés les plus regardés (celui de TF1 et celui de France 2) représentent en moyenne un peu plus de 20 % de part d'audience chacun ; toutes chaînes confondues, environ 20 millions de téléspectateurs regarderaient un journal télévisé chaque soir. La part d'audience annuelle pour 2021 des 4 chaînes d'information en continu s'élève à 6,7 % (2,9 % pour BFMTV qui se classe à la 7^e place des chaînes les plus regardées, *ex aequo* avec Arte ; 2 % pour CNews ; 1,1 % pour LCI et 0,7 % pour FranceInfo), [...]. Le rendez-vous particulier qu'a rapidement constitué le JT dans la vie d'une majorité d'individus est en partie un rendez-vous avec un journaliste présentateur, à la longévité remarquable pour certains.

Céline Ségur, « Le journal télévisé français, un rituel populaire au service du public ? », *The Conversation*, 15 juin 2023.

Doc 3 p. 313 : 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. Jeannerey, M. Sauvage (dir.), *Télévision, nouvelle mémoire*, Seuil, 1982.

Jalon 3, Étude p. 314 : Internet : l'information mondialisée et individualisée

Doc 1 p. 314 : La révolution internet

Nous sommes entrés dans l'ère internet, une période de bouleversements [...] comparable à la révolution industrielle tant ces technologies ont des incidences dans tous les domaines de la vie. Depuis les années 1990, le développement d'internet et des technologies de l'information et de la communication (TIC) a transformé le paysage des médias et notre rapport à l'information. Toute information (texte, son, vidéo) peut désormais être numérisée et transmise [...] au moyen de toutes sortes d'appareils : ordinateurs, tablettes, smartphones... La numérisation a conduit à une offre considérable d'informations, avec des sources multiples. Avec sa facilité d'accès [...] et son système décentralisé, internet accroît les échanges entre personnes et offre d'immenses potentialités pour participer au débat public : l'interactivité est en effet au cœur de l'information numérique. [...] S'ajoutant aux médias traditionnels, des médias numériques, des sites et des portails d'information, [...] des blogs, des forums, [...] des réseaux sociaux donnent la possibilité à chacun de produire de l'information, de la recevoir, la commenter et de combiner image, son et écrit sur un même support.

« L'information à l'heure du numérique : la révolution internet », *S'informer, décrypter, participer ! Guide pour s'orienter dans le brouillard de l'information*,

Ritimo, 2017.

Doc 3 p. 315 : La croissance continue d'internet

En juillet 2024, la planète a passé un nouveau palier numérique : désormais, 70 % de la population mondiale est équipée d'un téléphone portable. Cela représente près de 5,7 milliards d'individus. [...] Parmi ce flot de personnes équipées d'un portable, plus de 85 % possèdent un smartphone. Et qui dit smartphone, dit internet : le nombre d'internautes a en effet augmenté de 167 millions ces douze derniers mois, soit une augmentation de 3,2 %. Ainsi, 67,1 % de la population mondiale est désormais en ligne. 2,67 milliards de personnes restent, quant à elles, hors ligne. C'est d'ailleurs le smartphone qui est majoritairement privilégié pour accéder au web, pour 93,7 % des personnes sondées. [...] En moyenne, nous passons 6 h 31 sur le web chaque jour. [...] Trouver l'information reste la première raison d'aller sur le web, pour 62,4 % des utilisateurs. Suivent ensuite « garder le contact avec ses proches » (59,6 %) et « se tenir au courant de l'actualité et des événements » (54 %) [...]. Facebook revendique toujours plus de 3 milliards d'utilisateurs, devant YouTube (2,5 milliards), puis WhatsApp et Instagram (2 milliards).

Matthieu Eugène, « Les chiffres clés d'internet et des réseaux sociaux dans le monde en juillet 2024 », *BDM*, 31 juillet 2024.

Doc 5 p. 315 : 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 p. 316 : les réseaux sociaux, amis ou ennemis des médias traditionnels ?

Doc 1 p. 316 : Faire table rase des médias historiques ?

L'irruption d'internet dans l'univers des médias a constitué, chacun le sait, chacun le sent, un événement d'une immense portée. Quelque incertaines qu'en soient encore les conséquences, nul ne peut douter qu'il s'agisse de la plus grande révolution, depuis Gutenberg, dans le champ de la communication entre les hommes ; nul ne peut manquer d'observer qu'internet a commencé d'exiger d'une profession tout entière d'impressionnantes capacités d'adaptation. En 2004, devant le congrès, tenu à Istanbul, de l'Association mondiale des journaux regroupant 1 300 patrons de presse et rédacteurs en chef, le directeur délégué du groupe de presse espagnol Prisa, éditeur du journal de référence *El País*, Juan Luis Cebrian, eut cette formule qui est restée fameuse parmi ses pairs : « Si nous ne nous adaptons pas aux évolutions de l'environnement technologique, nous serons bientôt les derniers habitants d'un Jurassic Park. » [...] Comme chaque fois qu'un mode inédit de communication collective est né d'une nouvelle technologie, beaucoup d'observateurs fascinés [...] ont prédit aussitôt que le déclin puis la disparition des supports antérieurs étaient inévitables à terme proche. Or l'historien, voué à faire surgir les précédents dans l'attention publique, tend à résister à ce fantasme de la table rase. [...] La presse écrite a été angoissée par l'expansion de la radio, dans les années 1930, comme la radio par l'arrivée de la télévision, dans les années 1950. En l'une et l'autre occurrence, de bons esprits ont annoncé une substitution radicale du nouveau média à l'ancien – avant que ne s'impose l'évidence d'une complémentarité et d'un enrichissement mutuel.

**Jean-Noël Jeanneney, *Une histoire des médias des origines à nos jours*, Seuil,
Collection Points Histoire, 2015.**

Doc 3 p. 317 : Du JT aux réseaux sociaux

Pendant la campagne présidentielle de 2022, France Télévisions a déployé l'interview politique rituelle des candidats à la fin du journal télévisé de France 2 (la séquence « 20 h 22 ») sur la plate-forme de vidéo en streaming Twitch (« 20 h 22, la suite sur Twitch ») ; – les journalistes y poursuivaient l'interview à partir de certaines des questions posées dans le chat par les spectateurs. Par ailleurs, des influenceurs, comme l'équipe d'HugoDécrypte, reprennent les principes du format JT (un présentateur qui livre l'information avec un ton chaleureux) en y ajoutant la participation du public, incarnée par les réponses aux sondages, les « j'aime », les commentaires, etc. La personnalisation de l'information est une tendance actuelle, matérialisée par des applications qui proposent aux usagers de construire leur propre JT en ne visionnant successivement que les reportages qui les intéressent : Artifact.news, le JT personnalisé de TF1. Par la création de comptes sur le réseau TikTok, les rédactions contribuent également à une offre d'informations « à la carte ». Cette logique de segmentation de l'information est présentée comme un service proposé aux spectateurs connectés. Si elle concourt à « retrouver le goût de l'information » en particulier chez les jeunes publics, elle peut aussi nuire à la diversité et à la pluralité du débat d'idées : la « newsletterisation » du JT risque de rétrécir la pluralité des points de vue auxquels un individu est confronté, limitant ainsi son esprit critique.

Céline Ségur, « Le journal télévisé français, un rituel populaire au service du public ? », *The Conversation*, 15 juin 2023.

Doc 4 p. 317 : Le problème X

Le quotidien espagnol *La Vanguardia*, basé à Barcelone, a annoncé jeudi 14 novembre qu'il ne publierait plus de contenus sur X (ex-Twitter), la plateforme d'Elon Musk devenue, selon le journal « un réseau de désinformation » [...]. Dans un court article publié mercredi, le *Guardian*, quotidien britannique aux 10,8 millions d'abonnés sur X, avait annoncé prendre la même décision. « Nous pensons que les bénéfices à rester sur X sont désormais moins importants que les inconvénients, et que nos ressources pourraient être mieux utilisées à promouvoir notre journalisme ailleurs », avait expliqué le journal, « X est une plateforme toxique et son propriétaire, Elon Musk, l'a utilisée afin d'influencer le débat public ». [...] Le *Guardian* compte par ailleurs 8,9 millions d'abonnés sur Facebook, 5,8 millions d'abonnés sur Instagram, 2,3 millions sur YouTube et 19 000 sur Mastodon, plateforme dont l'approche est similaire à celle de X. Les deux journaux ne sont pas les premiers à prendre une telle décision. Avant eux, d'autres titres, comme la Sveriges Radio, la radio publique suédoise, ou les médias américains NPR et PBS, ont choisi de se distancier de la plateforme et de cesser de publier. Depuis le 12 avril 2023, le compte officiel de la radio NPR affiche ainsi un message expliquant aux lecteurs comment continuer à suivre son travail en dehors de la plateforme d'Elon Musk. Le propriétaire de Tesla, SpaceX et X, n'a jamais caché son animosité envers le monde médiatique. [...] Mercredi encore, en réponse à un compte X se réjouissant de la baisse des audiences de certaines chaînes de télévision américaines depuis l'élection de Donald Trump, Elon Musk répondait : « Vous êtes les médias à présent. »

« Après le *Guardian*, le quotidien espagnol la *Vanguardia* annonce qu'il ne postera plus sur le réseau social X », *Le Monde*, 13 novembre 2024.

I. L'information imprimée : de la diffusion de l'imprimerie à la presse à grand tirage

Au Moyen Âge, les seuls ouvrages disponibles sont les manuscrits produits par des moines qui recopient à la main des textes religieux ou antiques. Ces ouvrages sont réservés à une élite cultivée et fortunée. Au XV^e siècle, l'utilisation par Gutenberg d'une presse à vis et de caractères mobiles en métal permet de rendre les textes plus lisibles, de réduire le coût et le temps de production et donc d'accroître largement la diffusion de l'information. Les ateliers impriment aussi des textes d'information diffusés par les colporteurs. À partir de la fin du XVI^e siècle, apparaissent en Hollande, en France et en Angleterre les premiers journaux périodiques, mensuels puis hebdomadaires, et enfin quotidiens.

Au XIX^e siècle, de nouveaux progrès techniques sont à l'origine d'une diffusion accrue de l'information. L'industrialisation permet le développement des transports et l'essor des télécommunications : les territoires sont de plus en plus connectés et l'information s'échange plus facilement. Parallèlement, l'invention de la rotative et de la linotype permet d'imprimer plus rapidement et en bien plus grande quantité. Elle offre une réactivité impossible auparavant et entraîne l'essor de la presse quotidienne. L'apparition de la photographie et la baisse des coûts de reproduction débouchent sur la création de titres dans lesquels les illustrations occupent une place centrale. D'autres facteurs politiques, comme l'affirmation de la liberté et de la presse et de l'imprimerie, et sociaux, comme la hausse continue de l'alphabétisation, sont à l'origine d'un âge d'or de la presse à la fin du XIX^e et au début du XX^e siècle.

Grâce à la révolution de l'imprimé, l'information est donc plus fiable et diversifiée. Elle se diffuse beaucoup plus largement et la création de périodiques permet pour la première fois de suivre l'actualité. Avec la naissance de la presse quotidienne, premier véritable média, l'information devient accessible à tous ceux qui savent lire et circule plus rapidement.

II. L'information par le son et l'image : radio et télévision au XX^e siècle

Apparue au début du XX^e siècle grâce à l'invention de la télégraphie sans fil, la radio diffuse pour la première fois une information sonore. Adopté progressivement aux États-Unis et en Europe dans les années 1920, ce nouveau média concurrence la presse écrite en proposant une information instantanée. Pendant les guerres et périodes de crise, il devient un outil puissant de mobilisation et de propagande. Le développement des grilles d'émission à la radio habitue les auditeurs à des moments d'écoute spécifique, habitude que reprendra plus tard la télévision. L'invention du transistor en 1954 fait réellement de la radio un média de masse.

Apparue dans les années 1930, la télévision est d'abord réservée à un public restreint. Ce n'est que dans les années 1960 qu'elle est suffisamment répandue dans la population pour devenir le média dominant. La retransmission en direct de certains événements comme le couronnement d'Élisabeth II en 1953 ou les premiers pas de l'être humain sur la Lune en 1969 sont révélateurs d'une mondialisation de l'information. Le direct devient courant à partir des années 1970 et se renforce avec la création de chaînes d'information en continu. Combinant les pouvoirs de l'image et celui du son, permettant une information instantanée, la télévision bouleverse le rapport de la population à l'information.

Reposant sur le son et sur l'image, la radio et la télévision révolutionnent donc la transmission de l'information en offrant une immédiateté, une accessibilité et une ouverture sur le monde sans précédent. Ces deux médias de masse ont un impact considérable sur la société, influençant les modes de vie, la culture populaire et la communication politique.

III. L'information mondialisée et individualisée : naissance et extension du réseau internet

Apparu dans les années 1990, internet est le média qui connaît la plus forte croissance de l'histoire des télécommunications. L'information gagne encore en instantanéité et en diversité. Numérisée, elle devient plurimédiate et multi support. Le développement des smartphones et des tablettes permet de démocratiser toujours plus l'accès à l'information puisque celle-ci devient accessible gratuitement, partout et à tout moment.

Cette démocratisation dans la réception de l'information s'accompagne d'un élargissement dans la production : l'information devient collaborative et s'émancipe du journalisme. Internet favorise en effet une diffusion réticulaire et horizontale de l'information, qui remet en cause la transmission verticale des médias traditionnels, obligés de s'adapter. Cette démocratisation dans la production d'information soulève la question de la fiabilité.

Aujourd'hui, médias historiques et numériques coexistent, se complètent et s'enrichissent. Par l'intermédiaire d'internet, la presse, la radio et la télévision n'ont plus de limite géographique ou temporelle et peuvent être lues, écoutées ou visionnées partout dans le monde, à n'importe quel moment. Les frontières entre les différents

types de médias s'estompent, donnant naissance à de nouvelles formes de journalisme et de communication.