



Extrait du site d'Acrimed | Action Critique Médias

<http://www.acrimed.org/article4232.html>

# Lire : De Christophe Charle, Le siècle de la presse (1830-1939)

- Des ressources - Des textes - Des livres : présentations et extraits -

Naissance, développement, apogée et déclin du premier média de masse.



Date de mise en ligne : jeudi 26 décembre 2013

**Naissance, développement, apogée et déclin du premier média de masse : la presse écrite. Comment analyser et comprendre cette trajectoire qui parcourt un siècle, de la première victoire de la liberté de la presse après la « Révolution de juillet 1830 » à la veille de la seconde guerre mondiale ? C'est à répondre à cette question, par-delà le détail minutieusement restitué (et impossible à résumer...) des transformations de la presse, que s'attache particulièrement *Le siècle de la presse (1830-1939)* [1], de Christophe Charle.**



À la différence de nombre d'histoires de la presse, l'ouvrage de Christophe Charle n'est pas un simple récit linéaire de la succession des titres ou une présentation unidimensionnelle de mutations générales, scandées par quelques événements majeurs. Synthèse des travaux existants sur l'histoire de la presse écrite et mise en forme d'un cours universitaire, il mérite d'être lu, par-delà la précision des données sur lesquelles il repose, en raison de la méthode qu'il met en oeuvre.

Cette histoire de la presse repose, en effet, sur « trois approches » et se présente comme une triple histoire : une histoire *sociale* des variables qui permettent de rendre compte de la rencontre entre une offre et une demande, entre des rédacteurs et des publics ; une histoire *culturelle* qui, déjà présente dans la perspective précédentes », s'attache à étudier non seulement la stratification des goûts du publics, mais aussi la forme même des messages, le style de rédaction et le rôle de la presse dans la « construction de la culture du temps » ; une histoire *politique* enfin : la presse comme enjeu politique et instrument de lutte politique, dont l'histoire est abordée à travers quelques grandes ruptures qu'il s'agisse de la Révolution de 1848, de la guerre de 1870 et de La Commune de Paris, de l'affaire Dreyfus, de la guerre de 14-18, des scandales financiers des années 1930, etc.

**(1)** Le premier chapitre - « **Les cadres de la liberté de la presse vers 1830** » - est consacré aux diverses entraves qui pèsent alors sur la presse écrite : elles sont « *à la fois sociales (quel public la presse peut-elle toucher ?), techniques (comment produire vite un périodiques avec des moyens d'expression anciens et des transports lents ?)* »

*et surtout politiques (comment surmonter l'hostilité a priori d'un pouvoir chatouilleux de son autorité ?) » - « À ce stade initial, la presse est essentiellement un instrument de regroupement interne à la classe dominante : c'est un moyen de propagande, de mobilisation, une arme politique dans la lutte électorale où électeurs et lecteurs se confondent presque. »*

**(2) Le chapitre 2 - « La presse de la monarchie de Juillet »** (entre 1830 et 1848) - revient sur les effets de la « Révolution de juillet 1830 » (provoquée par les Ordonnances prises par Charles X qui, entre autres, suspendaient la liberté de la presse périodique) sur la libéralisation de la presse et sur ses limites. Sur la presse et la révolution, Christophe Charle relève ceci : *« Contrairement aux légendes libérales la presse n'a (...) pas formé un front uni pour résister à la suspension de la liberté (...) Ce qui emporte tout, c'est de la révolte ouvrière, étudiante et républicaine. (...) Après la victoire, la presse libérale contribue aussi au détournement de la révolution »* et au recours à Louis-Philippe (p.40-41).

L'effervescence post-révolutionnaire trouve sa traduction dans la « violence de la presse libérée » et le « lancement de journaux nouveaux destinés à des publics jusque-là exclus du débat public ». Mais cette effervescence sera suivie rapidement d'un « retour à l'ordre ». En revanche, une « nouvelle presse industrielle » voit le jour avec la naissance en 1836, de deux journaux - *La Presse* de Emile de Girardin et *Le Siècle* d'Armand Dutacq - dont le tirage reste encore modeste mais qui s'adresse à un nouveau public, plus populaire et moins politisé. De façon plus générale, Christophe Charle présente le tableau d'une presse diversifiée et en particulier d'une « répartition des publics des journaux » (que l'on ne peut malheureusement pas restituer ici).

**(3) Le chapitre 3 - « La presse de la Deuxième République »** souligne comment, « pour un court moment » (entre 1848 et 1851), la levée des contraintes politiques et l'avènement du suffrage universel se traduisent par un changement de fonction de la presse qui contribue à une intense lutte politique, par une multiplication des publications à vocation essentiellement politique et par une politique non moins active de répression, par le pouvoir, de la presse d'opposition (cautionnement, droit de timbre, signature obligatoire des articles et emprisonnement de journalistes).

**(4) Le chapitre 4 - « Le Second Empire : la presse bâillonnée »** - met en évidence ce que résumait ses premières lignes : « Le Second Empire encadre très strictement la presse jusqu'en 1860 avant de desserrer un peu l'étau. La décennie 1860 voit alors un nouvel essor de la presse d'opinion, tandis que se développe une nouvelle forme de presse populaire à partir de 1863. ». De cette double évolution, on retiendra surtout ici la seconde, marquée par la naissance en 1863 du *Petit Journal* qui « explicitement, veut s'adresser à public véritablement populaire », rendu disponible par la progression de l'alphabétisation. Son succès (dont Christophe Charle analyse les divers facteurs) « suscite de nombreuses imitations » au point que, avec 600 000 exemplaires, le tirage de cette presse populaire représente « les deux tiers du tirage totale de la presse quotidienne ». Ce succès repose sur un « changement du rapport au public » qui se traduit notamment par un « apolitisme oecuménique » : « Le *Petit journal* remplit d'abord une fonction de loisir au lieu d'être, comme l'ancienne presse, un lien avec l'espace public officiel ». C'est également le cas des périodiques de divertissement qui fleurissent alors, en échappant ainsi à l'encadrement de la presse politique.

**(5) Le chapitre 5 - « Les combats politiques de la presse 1868-1871 »** - est consacré à trois années qui sont « comme la répétition dramatique du cycle 1848-1851 » : libéralisation, révolution, répression. La libéralisation politique se traduit par « un changement complet de la législation en matière de presse » (la loi du 11 mai 1868) qui « encourage la publication de nouveaux titres » et la radicalisation de certains d'entre eux. La presse d'opposition développe « des campagnes systématiquement hostiles non seulement au pouvoir établi mais aussi à l'Église », mais avec des effets politiques limités. Prise « dans la tourmente de l'Année terrible » (la guerre franco-prussienne et la Commune), la presse, plus divisée que jamais, est de tous les combats et en subit toutes les conséquences, notamment après « l'écrasement de la révolution parisienne ».

**(6) Le chapitre 6 - « Vers la presse libérée 1871-1881 »** - Après quelques années d'un « *impossible retour à l'ordre (1871-1877)* », s'ouvre une période de libéralisation politique de la presse marquée par la loi de juillet 1881 et par une véritable explosion de la presse populaire. Cette liberté profite d'abord à la presse politique traditionnelle qui peut être aussi diverses que les courants d'opinion traversant la société. Le nombre de quotidiens s'accroît fortement ainsi que les tirages : entre 1867 et 1880, on passe de 78 quotidiens à 250 et d'un tirage global quotidien de 963 000 à 2 750 000 exemplaires. Mais la liberté de la presse profite surtout à la presse industrielle destinée au grand public : sa croissance est rendue possible par l'accroissement du potentiel de lecteurs mais aussi par des progrès techniques qui permettent de fabriquer et de diffuser plus vite, et en grand nombre d'exemplaires, les journaux (agences de presse qui vendent l'information, linotypes qui permettent une composition rapide, rotatives qui permettent un tirage massif, papier journal qui réduit les coûts du quotidien, réseau national de chemins de fer qui permet l'acheminement dans la France entière). En 1910, on compte 42 quotidiens à Paris qui diffusent chaque jour 5 millions d'exemplaires.

**(7) Le chapitre 7 - « Journaux et journalistes dans les années 1880-1890 »** - met en évidence comment au cours de ces deux décennies (...) s'effectuent deux « *changement décisifs* » : « *l'émergence de la profession de journalistes et sa différenciation interne, d'une part, la diversification parallèle des types de journaux en fonction d'usages et de lectorats ciblés d'autre part* ». (p. 143)

- Premier changement : la différenciation des journalismes qui se distribuent en plusieurs catégories (journalistes des grands journaux parisiens, journalistes politiques, chroniqueurs, reporters, nouvellistes, pigistes anonymes de la presse de province, etc.) et qui voient l'arrivée de journalistes issus de la petite et moyenne bourgeoisie qui veulent faire carrière dans cette activité tandis que corrélativement décline le recrutement de journalistes issus de la bourgeoisie qui faisaient du journalisme un simple tremplin vers une activité politique ou littéraire future, un moyen pour acquérir rapidement une certaine notoriété.

- Second changement : la diversification parallèle des types de journaux entre, d'une part, une presse de masse très peu tournée vers la politique (représentée par les quatre grands quotidiens populaires de Paris : *Le Petit Journal*, *Le Petit Parisien*, *Le Journal* et *Le Matin*) et, d'autre part, des journaux qui, par différence, se disent « de qualité » et sont destinés plutôt à un public bourgeois cultivé (*Le Journal des Débats*, *Le Temps*, *Le Figaro*) et/ou incarnent des courants idéologiques ou politiques, tels par exemple *La Croix* ou *L'Humanité*. À la fin du 19<sup>ème</sup> siècle, la presse est devenue un média de masse qui, à l'image de la société démocratique, répond aux différentes attentes d'une population elle-même très diversifiée : attentes politiques mais aussi attentes de distraction.

**(8) Le chapitre 8 - « Revue et journaux spécialisés (1880-1914)** - dresse le tableau d'« une expansion sans précédent du nombre des revues et des périodiques spécialisés » qui se traduit ainsi : « les périodiques imprimés accompagnent désormais toutes les activités sociales et culturelles caractéristique de la société française libérale et démocratique ».

**(9) Le chapitre 9 - « La presse et l'affaire Dreyfuss »** - met en évidence le rôle nouveau joué par la presse : si la presse est le vecteur privilégié de « l'affaire », la lenteur du changement d'attitude des différents journaux montre qu'« *une presse soumise aux lois du marché a maintenant d'abord pour fonction de conforter les préjugés du public (...)* ».

- L'affaire se présente tout d'abord comme « une affaire montée par la presse ». Or, « dans cette phase, la presse n'a joué aucun rôle critique par rapport à la version officielle ». Et cela est vrai de la presse à grand tirage qui se fonde, pour prendre position, moins sur faits établis que sur les attentes de ses lecteurs. Ainsi, par exemple, *Le Figaro* refuse les articles de Zola sur l'affaire, acceptés dans un premier temps, pour ne pas mécontenter son lectorat qui, largement antisémite, menace de se désabonner.

- Dans un deuxième temps - alors qu'il s'agit de « mobiliser l'opinion quand on est minoritaire », c'est l'arme du scandale, maniée par le « J'accuse » d'Émile Zola, qui obtient ce résultat : peu à peu, « la presse, autrefois unanime ou presque contre Dreyfuss commence à se diviser », mais la presse dreyfusarde reste très minoritaire ».

- Vient le moment du « changement du rapport de forces », non sans lenteur et sous l'impulsion des « intellectuels », critiques de la presse. Une presse qui, souligne Christophe Charle, a « globalement entretenu une culture du mensonge, du faux, du faux bruit, du conformisme, de l'anti-intellectualisme ».

**(10) Le chapitre 10 - « La presse et la guerre de 14-18 »** - s'attache à montrer comment la censure a transformé la guerre en instrument de propagande auquel n'ont résisté que des courants minoritaires, mais aussi à souligner les difficultés des entreprises de presse. La conclusion en découle : la guerre marque « une césure majeure dans l'histoire de la presse » ; elle « a interrompu la success story qui fut celle de la presse française tout au long du XIXe siècle ». Alors qu'elle était perçue ou se présentait comme l'instrument par excellence de la démocratie, la presse a cédé devant la raison d'Etat et les forces économiques. La guerre a donc miné la crédibilité de la presse : une perte de crédit qui s'accroît dans la période qui suit.

**(11) Le chapitre 11 - « Déclin de la presse d'opinion et essor de la presse commerciale dans l'entre-deux guerres »** - s'efforce d'expliquer la stagnation, puis le recul, de la presse pendant cette période. L'après-guerre va ajouter à la suspicion croissante à l'égard de la presse en mettant en lumière, à travers la révélation de scandales, la soumission brutale de la presse aux forces économiques. En outre, la presse commerciale est prise dans une concurrence avec elle-même, une presse plus performante économiquement entraînant le déclin de titres pourtant bien installés. Ainsi, dès la fin des années 1930 on observe les signes du déclin de la presse quotidienne d'opinion, concurrencée par la création d'hebdomadaires politiques (à gauche, *Marianne* qui tire à 100 000 exemplaires et *Vendredi* à 50 000 et, à droite, *Candide* qui tire à 340 000, *Action Française*, *Gringoire* qui tire à 640 000). L'apparition du cinéma et le développement de la photographie suscite un besoin nouveau d'images qui est pris en compte par une nouvelle presse quotidienne commerciale, plus « moderne », qui fait une large place à la photographie. Ainsi les quatre grands quotidiens parisiens de la Belle Epoque vont voir leur tirage chuter de plus de la moitié durant l'entre-deux-guerres (passant de 900 000 à 400 000 exemplaires) au profit d'un nouveau titre, *Paris Soir* qui va atteindre un tirage moyen de 2 millions d'exemplaires. Le succès de ce quotidien repose sur plusieurs facteurs : le recours massif à la photographie, la diversité de ses rubriques (sports, résultats des courses, horoscope, etc.), la place accordée aux faits-divers, la publication régulière de grandes enquêtes, la multiplication des envoyés spéciaux et la collaboration de grandes signatures de la presse réputée « sérieuse ». Le ton du quotidien se veut optimiste et dépolitisé, se refusant à prendre parti dans les affrontements violents qui caractérisent cette période.

**(12) Le chapitre 12 - « Les journalistes dans l'entre-deux-guerres : une nouvelle profession ? »** - analyse pourquoi et comment, au cours de cette période, « la profession de journaliste s'aligne progressivement sur les autres professions libérales ou intellectuelles avec la naissance d'un véritable syndicalisme corporatif », mais aussi en quoi cette évolution se conclut par une « victoire incomplète ». À la veille de la seconde guerre mondiale, coexistent deux définitions du journalisme : d'une part un journalisme militant qui se met au service du combat politique d'autre part un journalisme, pratiqué par des salariés dans des entreprises de presse, qui cherche à attirer un maximum de lecteurs (donc qui s'adresse plutôt au grand public qu'aux élites sociales) en cherchant à répondre au mieux à leurs besoins de distraction.

**(13) Le chapitre 13 - « La presse et l'argent »** - est ordonné au tour de « trois thèmes » : la domination de deux grandes entreprises (« La presse prise en tenailles entre Havas et Hachette »), les investissements dans la presse (« Presse financière et financement de la presse ») à des fins d'influence sur l'opinion (« Le patronat dans la presse ») et les scandales qui révèlent au grand jour une corruption active ou passive de la presse. Quelques affaires sont particulièrement retentissantes. Pour ne citer qu'un exemple, en 1923, *L'Humanité* révèle que des journaux étaient payés par la Russie pour éviter la publication d'articles alarmistes afin de garder la confiance des épargnants.

français qui avaient massivement souscrits des emprunts auprès de l'état russe. S'agissant du rôle du patronat, ce chapitre rappelle comment se dernier, qui a compris l'intérêt qu'il peut retirer du contrôle de la presse à grande diffusion, achète ou crée des titres qui défendent son point de vue. De Wendel, du Comité des Forges, finance le *Journal des Débats* et *Le Temps*. Quant au parfumeur Coty soutient des journaux d'extrême droite, prend le contrôle du *Figaro* (qui tire à 30 000 exemplaire en 1921) et surtout crée *L'Ami du Peuple* (qui atteindra le million d'exemplaires en 1930 mais chutera à 450 000 exemplaires en 1933) qui se présente comme le défenseur les petits contre les monopoles ?

**(14)** Le Chapitre 14 - « **Le Petit Parisien : le plus grand journal de la Troisième République** » - est consacré, au quotidien, fondé en 1876, dont l'histoire résume et incarne celle de la grande presse pendant cette période : comment ce petit journal est devenu une grande entreprise de presse, à quelle formes de diffusion et à quel contenu il doit son succès, comment sa situation s'est détériorée à partir de 1833 : son tirage retombe à 1 million en 1937 et à 500 000 en 1939 en raison d'une part de son glissement à droite et de son anticommunisme virulent (ce qui lui aliénera une fraction du public populaire) et d'autre part de la concurrence des nouveaux médias (le cinéma, la radio, la presse illustrée) et aussi de *Paris Soir*, plus moderne, plus innovant mais aussi peut-être plus démagogue et moins austère relativement. *Le Petit Parisien* est en fait progressivement redevenu un journal populaire parisien et non plus ce grand quotidien diffusé dans la France entière. Compromis sous l'occupation, il reparaitra après la guerre sous le titre *Le Parisien Libéré*.

\* \* \*

L'ouvrage de Christophe Charle, parce qu'il est attentif aux effets conjugués des logiques économiques, des évolutions politiques et des transformations techniques, mais aussi des variations et variétés des dispositions et des goûts des publics, rompt avec les représentations simplificatrices d'une presse dont les mutations ne serait dues qu'à elle-même et en particulier aux seuls journalistes. Cet ouvrage permet également de soulever des questions qui ne concernent pas seulement le passé de la presse, mais également son présent et son avenir (ainsi que ceux de l'ensemble des médias). Il incite à tirer quelques conclusions qui excèdent celles que l'auteur retient explicitement.

- Ce livre, tout d'abord, en conjuguant histoire sociale et histoire culturelle, permet de prendre la mesure des effets du développement de l'alphabétisation et de la politisation différenciée des publics sur la croissance de l'audience elle-même diversifiée, mais longtemps ascendante, du lectorat de la presse : jusqu'à sa saturation, avant que la radio, puis la télévision ne contribuent à l'inversion de la courbe et à de nouvelles répartitions des publics.

- Ce livre, ensuite, bien qu'il rende compte des luttes entre les journalistes et le pouvoir politique, est loin d'épouser la représentation dominante d'une presse qui serait le meilleur défenseur et propagateur de la démocratie. L'histoire de la presse met au contraire en évidence à quel point, à des moments décisifs de son histoire, elle a été dépendante de transformations politiques qui ont conditionné son évolution, plus qu'elle n'a favorisé l'expansion de la démocratie. Bénéficiaire d'une liberté qu'elle n'a que partiellement contribué à conquérir et de transformations démocratiques qu'il lui est arrivé de freiner, la presse écrite n'a pas été uniformément un pilier de la démocratie.

- Ce livre, enfin, montre comment deux pôles n'ont pas tardé à se constituer, sous des formes changeantes et avec toutes les variétés intermédiaires, entre un journalisme « commercial », parce qu'il est plus ou moins subordonné à des exigences essentiellement économiques (et aux préférences de publics populaires) et un journalisme réputé « sérieux », parce qu'il affiche son professionnalisme et son souci d'éclairer la vie politique (et s'adresse à ce qu'il est convenu d'appeler des « élites », sociales et culturelles).

Christophe Charle cite un journaliste de la Belle Epoque qui écrivait déjà : « *Le rôle de la presse n'est pas comme on l'a cru jusqu'à présent de défendre des opinions ou de propager certaines doctrines. Il consiste simplement à vendre le plus cher possible le plus grand nombre d'exemplaires, à insérer à sa quatrième pages des monceaux de réclame et à induire le public dans des affaires véreuses ou lucratives* [2]. » Cette opposition entre une logique politique qui place la presse au centre de la vie démocratique et une logique économique qui l'assujettit au marché travaille

encore aujourd'hui le journalisme, qu'il s'agisse de la presse écrite ou des nouveaux médias de masse qui se sont développés ou qui sont nés après la seconde guerre mondiale.

Henri Maler (avec Patrick Champagne)

---

[1] Paris, Le Seuil, 2004, 41 p., 26 euros.

[2] Citation reprise d'André Billy et Jean Piot, *Le Monde des journaux. Tableau de la presse française contemporaine*, Paris, G. Crès, 1924, p.228.