

Médias et opinion publique dans les grandes crises en France depuis l’Affaire Dreyfus

Table des matières

Introduction.....	2
I/ L’Affaire Dreyfus et la presse (1894-1906)	3
1/ Une affaire créé par la presse ?	3
a/ La presse sous la III ^e République	3
b/ L’essor de la presse jusqu’en 1914	3
c/ La concurrence de la radio	3
2/ Le champ de bataille médiatique	3
3/ Le débat sur la presse.....	4
II/ Les médias, l’opinion et la guerre	4
1/ Les médias face aux guerres mondiales.....	4
a/ Les médias dans la guerre	4
b/ La PGM	4
c/ L’entre-deux-guerres	5
d/ Les médias et la 2GM.....	5
2/ Les médias face aux guerres étrangères	6
a/ Les médias et la Guerre froide	6
b/ Les médias et la guerre d’Algérie	7
III/ Les médias des années 1970 à nos jours	7
1/ Le Général de Gaulle et les médias.....	7
2/ La crise médiatique de 1968	8
a/ Mai 1968.....	8
b/ Les suites	8
3/ Les médias à l’orée d’un nouveau siècle	8
a/ Naissance de la communication	8
Conclusion.....	8

Introduction

Qu'est-ce que les médias ?

Dispositifs et supports qui mettent en relation des individus dispersés en leur apportant des informations.

Le terme renvoie aussi aux entreprises et aux acteurs qui participent de cette diffusion.

Evolution des médias :

La presse est le seul jusqu'à la fin du XIX^e siècle.

Actualités cinématographiques au début du XX^e.

Radio à partir des années 1920.

Télévision à partir des années 1950-1960.

Internet à partir des années 2000.

Il y a une superposition mais pas de disparition.

Qu'est-ce que l'opinion publique ?

Somme des jugements, valeurs, convictions, préjugés, croyances d'une population. Elle est diverse, même si une opinion majoritaire peut se dégager. Elle est variable et versatile en fonction des circonstances. Elle peut se former librement ou subir des contraintes, des pressions, être formée, orientée ou déformée.

En quoi les médias influencent l'opinion publique, en quoi l'opinion façonne les médias ? L'opinion publique est-elle une pure construction médiatique ou émerge-t-elle spontanément d'une source d'information ?

Quelles sont les crises politiques ?

Analyser l'interaction médias et opinion publique dans le contexte des crises politiques. Le pouvoir politique peut créer la liberté d'expression ou au contraire la censure. Les médias peuvent être libres ou servir de propagande au pouvoir.

En période de guerre, il y a des exceptions, les libertés peuvent donc être suspendues.

Problème posé par les médias : représentent-ils vraiment l'opinion publique ? Ils sont souvent dirigés ou contrôlés par des hommes politiques, et par des intellectuels qui vivent entre eux. S'agit-il d'informer ou de former ?

Pourquoi les médias sont-ils à gauche ? Tropicisme culturel. Pas toujours le cas. Application des principes de Gramsci.

Problématique : Comment les médias, l'opinion et le pouvoir interagissent en période de crises ?

I/ L'Affaire Dreyfus et la presse (1894-1906)

1/ Une affaire créée par la presse ?

a/ La presse sous la III^e République

Loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse. Pas besoin d'autorisation, pas de censure, sauf en cas de diffamation.

Les innovations techniques facilitent la diffusion des journaux. Insister sur le rôle des innovations techniques pour la diffusion des médias.

1872 : apparition des rotatives, permet d'imprimer en masse.

1887 : création des linotypes : permet de composer à partir d'un clavier, et non pas lettre à lettre.

Télégraphe et téléphone permettent de collecter les informations et de réagir plus vite aux nouvelles. Les journaux peuvent être diffusés plus facilement grâce au train.

Reproduction photographique pour la presse populaire illustrée. Essor de l'alphabétisation.

b/ L'essor de la presse jusqu'en 1914

Les Français sont les plus grands lecteurs de journaux. Affaire Dreyfus, aventure coloniale, relations internationales, faits divers, tout passionne. Les opinions se radicalisent.

Les grands quotidiens populaires : *Le Petit journal* (1M ex. en 1914), *Paris-Soir* dans les années 1930.

Presse d'opinion : très influente. *L'Humanité*, 1904, *L'Action Française* (1908-1944), *L'Aurore*, radical, 1897, *Le Figaro*.

c/ La concurrence de la radio

Apparition dans les années 1920.

1939 : 60% des foyers ont une radio.

Edouard Daladier, président du Conseil, crée une organisation unique de la radiodiffusion sous contrôle de l'Etat.

2/ Le champ de bataille médiatique

Etude du dossier documentaire.

Le concept d'intellectuel est fondé le 14 janvier 1898 par Clemenceau.

3/ Le débat sur la presse

Etude du doc 7 p. 135. La presse antidreyfusarde est celle qui a les plus grands tirages. Qu'est-ce que cela signifie ? Que les Français sont majoritairement opposés à Dreyfus ? Pourquoi ? Quelle place alors pour l'opinion, et pour le pouvoir politique. L'affaire a été lancée deux fois par la presse : une première fois en 1894 avec l'article du Figaro, puis en 1898 avec celui de l'Aurore, puis les autres journaux qui s'emparent du sujet.

II/ Les médias, l'opinion et la guerre

1/ Les médias face aux guerres mondiales

a/ Les médias dans la guerre

En temps de guerre, il est indispensable de contrôler l'opinion et de veiller à son moral. Attention portée à l'information qui est donnée (ne pas informer l'ennemi), attention portée au moral des troupes et des civils. D'où le bourrage de crâne et la propagande.

Les médias ne sont pas neutres. Ils peuvent vouloir influencer l'opinion pour faire triompher leurs idées. Journaux communistes pendant la GF. Journaux nationalistes pendant la guerre d'Algérie. Essayer de manipuler l'opinion pour qu'elle fasse pression sur le pouvoir politique. Relation médias / pouvoir est toujours sensible.

Au XX^e siècle, de nouveaux médias voient le jour. Le pouvoir essaye de les contrôler, notamment en faisant un organisme d'Etat. On subventionne les médias.

Question des journalistes : comment s'informer, comment trouver l'information, comment la diffuser.

b/ La PGM

Le régime a largement recours à la censure et à la propagande. Des journaux sont interdits, ou des articles. Comité de censure et de veille.

La censure

2 août 1914 : loi sur l'état de siège. La censure est établie de façon automatique.

5 août : création d'un organe de censure.

La censure est surnommée Anastasie : femme avec une paire de ciseaux.

1915 : création d'un service de photographie des armées. Il a l'exclusivité des images venant du front.

Mobilisation des journalistes et pénurie de papier. Ces contraintes matérielles empêchent aussi la presse.

La propagande

1916 : création d'un bureau de propagande. Mais existe officieusement avant.

Campagnes de presse pour orienter l'information. Montrer une vision adoucie de la guerre. On minimise les mauvaises nouvelles.

1916 : fondation du Canard Enchaîné. La presse peut paraître, à condition de ne pas démoraliser les soldats et de ne pas donner d'informations aux Allemands. La PGM est une parenthèse dans l'histoire de la presse. Avec la fin de la guerre, celle-ci retrouve ses pratiques et ses luttes d'autrefois.

[c/ L'entre-deux-guerres](#)

La presse entretient un climat malsain de guerre civile et de clivage politique fort. Elle peut être très violente.

Gringoire, *Je suis partout* à droite, *Marianne*, *Vendredi* à gauche. Journaux à la fois satirique, littéraire et politique.

Campagne menée contre Roger Salengro, ministre du front populaire. Accusé d'avoir déserté. Attaques ad hominem. Il se suicide en novembre 1936.

< Analyse du texte p. 35 du CNED.

La radio

André Tardieu est le premier à faire sa campagne électorale à la radio en 1932. Gaston Doumergue, président, intervient à la radio pour parler à l'opinion, à partir de 1934. On le lui reproche, on l'accuse de vouloir un pouvoir personnel en passant au-dessus du Parlement.

[d/ Les médias et la 2GM](#)

Les médias sont contrôlés par Vichy et les Allemands. Censure et propagande. On peut douter de l'efficacité : les Français deviennent de plus en plus hostiles au régime, la presse clandestine se développe.

Octobre 1940 : loi qui aryanise les journaux, c'est-à-dire qui confisquent les entreprises de presse des juifs et leur interdit d'y travailler. Les médias sont aux mains des collaborateurs. Radio Paris.

La propagande est inefficace car elle est outrancière. A partir de 1942-1943, les Français sont attentistes, c'est-à-dire qu'ils font avec le gouvernement. La presse illustrée et féminine connaît un grand essor parce que c'est la seule qui ne parle pas de politique. La presse politique se vend mal.

La presse clandestine

Le premier journal résistant est *Pantagruel*. La presse clandestine connaît un essor continu. Problème de l'encre et du papier, problème des presses. *Combat* tire à 40 000 exemplaires en 1942 et 2.5 M en 1944. *L'Humanité* clandestine paraît, de même *Libération* et *Défense de la France*.

1942 : création d'un Bureau d'information et de propagande, créé par le Général de Gaulle, pour fournir des informations à la presse libre.

La guerre des ondes

La guerre mondiale est la guerre de la radio. Londres émet les messages du Général. BBC. Guerre des ondes.

Pour de Gaulle, la défaite est due à des causes militaires, pour Pétain à des causes politiques. Pour l'un, il faut donc changer de stratégie militaire, pour l'autre, il faut changer de politique.

Les Français parlent aux Français. 30 mn d'émission quotidienne. 10 mn de nouvelles, 5 mn d'informations officielles (Maurice Schuman), 15 mn de commentaires politiques et de sketches (Pierre Dac et Jean Oberlé).

Brouillage des récepteurs et confiscation des postes. Cela montre les limites de la propagande et de la censure.

[2/ Les médias face aux guerres étrangères](#)

[a/ Les médias et la Guerre froide](#)

Opposition des médias communistes et des autres.

Les médias communistes

La presse est héritée de la Résistance. *Pif gadget* pour les enfants (1969, avant Vaillant), *Les lettres françaises* pour les intellectuels, *Miroir du cyclisme*, pour le sport, *L'Humanité* et *L'Humanité dimanche*.

L'opinion communiste est considérable, l'imprégnation est très grande.

Les médias occidentaux

1950 : création d'un Bureau spécialisé dans la protection psychologique, pour lutter contre la propagande communiste. On capte des radios américaines comme La voix de l'Amérique et Radio free.

Des journaux plus neutres essayent d'exister : Le Monde, L'Express, France Observateur. Ce sont aussi des journaux politiques.

b/ Les médias et la guerre d'Algérie

La situation est difficile à cause de la partition de la nation française. Face à elle, le gouvernement remet en place la censure et la propagande. La difficulté vient du fait que la presse n'essaye pas de donner une information objective, mais de diffuser des idées partisans. Est-ce que cela change l'opinion ? Les gens lisent la presse qui développe leurs idées.

Des médias de plus en plus critiques

Les médias dénoncent les moyens, et notamment la torture. Des radios émettent de territoires étrangers pour pouvoir diffuser en France : RTL (Luxembourg), Europe 1 (Sarre).

1957 : parution de La Question de Maurice Alleg, porteur de valise. Interdit en France, il paraît en Suisse.

La censure porte aussi sur le vocabulaire employé. On ne parle pas de guerre mais d'événements, de pacification, de maintien de l'ordre. Usage des litotes.

Les actualités reçoivent des images sélectionnées par ECPAD. La télévision est elle aussi contrôlée par l'Etat depuis 1945.

III/ Les médias des années 1970 à nos jours

1/ Le Général de Gaulle et les médias

Pour le Général, les médias doivent être la voix de la France. Ils doivent refléter la politique du gouvernement, et donner une information correcte.

Tous les médias publics sont réunis au sein de l'ORTF. Soumis à la gauche.

De Gaulle passe régulièrement sur les ondes. Il s'agit d'expliquer sa politique et d'éviter les coups d'Etat ou les erreurs.

On fait attention aux nominations à l'ORTF.

1959 : 9% de foyers avec des télévisions.

1968 : 62%.

La télévision devient un média de masse.

1965 : égale répartition du temps d'antenne entre les candidats à la présidentielle.

Rôle des conférences de presse : sert à faire des annonces.

2/ La crise médiatique de 1968

a/ Mai 1968

La parole publique se libère. Les journaux amateurs diffusent largement. Affiches, tracts, journaux, slogans. C'est la naissance d'une nouvelle opinion, celle issue de la scolarisation de masse. L'opinion cherche à s'exprimer différemment.

b/ Les suites

Giscard met un terme à l'ORTF mais sans briser le monopole d'Etat. Mitterrand crée les radios libres et privatise des chaînes de télévision : TF1, La Cinq (Robert Hersant et Berlusconi).

3/ Les médias à l'orée d'un nouveau siècle

a/ Naissance de la communication

Importance du marketing et de la communication. On mène des enquêtes d'opinion pour savoir ce que les gens pensent et aiment avant de prendre des décisions. Les publicitaires vont organiser les programmes.

Mais toujours la même question : qui forge l'opinion ? Qui la forme ? Court-on après elle ? Les médias ne modifient pas l'opinion en profondeur. Ils peuvent en revanche cristalliser un événement ou un thème.

L'émergence d'internet bouleverse les médias et la manière d'accéder à l'information.

Foyers connectés à internet :

2001 : 11.9 M

2009 : 38 M.

Conclusion

Les médias à l'heure d'internet.

Internet est un média global qui donne accès à tous les autres médias : radio, presse, télévision. Il permet aussi la liberté et évite censure et propagande, mais pas complètement : contrôle des sites. C'est un self-média : chacun peut le construire pour soi.

Permet de créer une opinion mondiale, avec les blogs et les forums. Plastique, immédiat, accessible, interactif, variable. Les médias sont-ils essentiels à la démocratie ?

