



HAL
open science

Le journal

Marie-Ève Thérénty

► **To cite this version:**

Marie-Ève Thérénty. Le journal. Pierre Singaravélou et Sylvain Venayre. Le magasin du monde. La mondialisation par les objets du XVIIIe siècle à nos jours, Fayard, pp.38-42, 2020, 9782213716787. hal-04486629

HAL Id: hal-04486629

<https://univ-montpellier3-paul-valery.hal.science/hal-04486629>

Submitted on 2 Mar 2024

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

LE JOURNAL

Marie-Ève Thérenty (RIRRA21, UPVM)

dans Pierre Singaravélou et Sylvain Venayre (dir), *Le Magasin du monde. La mondialisation par les objets du XVIII^e siècle à nos jours*, Fayard, 2020, p. 38-42.

En 1789, Charles-Joseph Panckoucke, éditeur et directeur de presse français, adopte le grand format pour sa *Gazette nationale*. La taille de son journal tranche avec la plupart des journaux post-révolutionnaires imprimés en in-quarto et avec la tradition des petits journaux en in-octavo. Son inspiration est anglaise. En 1712, le *Stamp Act*, loi de taxation britannique sur la presse conçue pour enrayer la prolifération des journaux, avait eu un effet collatéral inattendu : comme cette imposition était calculée sur le nombre de pages du journal, plusieurs périodiques anglais passèrent en très grand format, inventant le *broadsheet* (approximativement 29,5 sur 23,5 *inches*). Le format de ces journaux « patagons », dont on pouvait « avec trois numéros faire un paravent » disent leurs contempteurs, s'impose peu à peu dans le monde.

Les premiers journaux, caractérisés par une forme imprimée et une périodicité courte, étaient apparus au tout début du XVII^e siècle en Europe. La première gazette est celle de Jean Carolus, publié en allemand à Strasbourg, suivie, en France, par la *Gazette* de Théophraste Renaudot en 1631. En 1660 naît le premier journal quotidien du monde, le *Leipziger Zeitung*, tandis qu'aux États-Unis la première feuille américaine, éphémère, *Public Occurrences*, paraît le 25 septembre 1690. Dès le XVII^e siècle, le développement de la presse est soumis à deux pressions, l'une politique, souhaitant contrôler l'information, l'autre commerciale, préoccupée du développement des affaires. Cette tendance explique la croissance, notamment aux États-Unis et en Angleterre, d'un modèle libéral avec un fort développement des journaux commerciaux, un faible investissement de l'État et une professionnalisation importante des journalistes. Ailleurs, comme dans l'Europe du Sud, s'imposent des journaux plus dépendants du pouvoir, dont la sphère commerciale demeure plus faible et le personnel moins professionnalisé, largement issu des milieux politiques et littéraires. Les conséquences seront importantes sur la matérialité des journaux (place de l'annonce, rubricage, taille des entreprises, diffusion).

Dès la seconde moitié du XVII^e siècle s'installe un système international de l'information où les gazettes circulent dans toute l'Europe, franchissant parfois de très longues distances et

s'imposant parmi les objets culturels indispensables des élites. La multiplication des librairies en Europe en soutient la diffusion, de même que les cabinets de lecture. Ce rythme s'accélère au XIX^e siècle avec la généralisation des chemins de fer, primordiaux dans le maillage de l'information nationale et internationale. Les gares deviennent des lieux essentiels puisque y sont proposés à la vente livres et journaux. Mais la croissance de ces derniers est aussi fortement dépendante d'autres inventions industrielles comme la production du papier en bobine (dès 1803 en Angleterre), la mécanisation de l'encrage et l'installation grâce à Koenig et Bauer en 1811 de la presse à pression, l'invention de la presse à réaction dans les années 1840, de la rotative dans les années 1880 réalisées à la fois en Angleterre et en France, et enfin de la linotype en 1886 grâce à l'Américain Mergenthaler... Preuve de cette croissance, des kiosques à journaux font leur apparition dans le paysage urbain, à Paris en 1857, à Madrid en 1860. D'une manière générale, le kiosque, les boîtes à journaux, la vente par porteur, l'affichage des journaux sur les murs font partie intégrante de l'animation des espaces publics à la fin du XIX^e siècle.

Dans tous les pays du monde la périodicité du journal crée des rituels de lecture : le matin au petit déjeuner, au café, le temps d'un trajet dans les transports, le soir après le travail. Proust insistait ainsi avec raison sur la conjonction jouissive entre les catastrophes du monde et le recueillement de la lecture du journal au petit déjeuner. Elle permet effectivement, sans sortir de chez soi, d'entrer dans l'ère de la globalisation. *Le Matin*, créé en 1884, en témoigne, lui qui, dans le bandeau de sa Une, orne ses oreilles de deux fils télégraphiques montrant qu'il est branché sur le monde.

L'essor du journal accompagne la révolution industrielle et sa matérialité quantifiée affole. En 1904, Camille Flammarion évalue que la moitié de la production mondiale de journaux, soit 30 000 titres diffusés à 10,8 milliards d'exemplaires, consomme quotidiennement 1 000 tonnes de pâte de bois, soit la charge de 37 500 wagons traînés par 1 800 locomotives. Si le calcul peut être approximatif, il met en lumière le péril que représente pour les forêts de la planète la croissance d'un objet qui, au tournant du siècle, du fait de l'alphabétisation croissante, de la chute du coût du numéro et de la démocratisation des pratiques, prolifère.

Cette impression d'être entré dans un âge d'or du journal est proclamé avec force par tous les observateurs des pays industrialisés occidentaux et va perdurer jusqu'à la Seconde Guerre mondiale. Beaucoup de discours soulignent le paradoxe du journal, à la fois action d'un esprit sur des millions d'autres et feuille sale charriée par la rue. Effectivement, le papier journal, d'une qualité moindre que le papier ordinaire, jaunit facilement à cause de son fort taux de lignine et est souvent réutilisé. Avant que les sacs en plastique n'apparaissent, il sert au petit

commerce à envelopper la marchandise, ou à allumer le poêle. Aujourd'hui, dans certains pays, on le recycle. Au Brésil existent ainsi des coopératives de matériaux recyclables qui transforment le papier de presse en objets décoratifs et en vêtements, le travail de collecte et de recyclage, particulièrement pénible, étant souvent assuré par des non-lecteurs. Mais le journal est aussi le signe de la modernité. Jules Claretie, dans une très belle chronique du *Temps* le 22 février 1881, décrit les boulevards enfouis sous les papiers-journaux les jours de gros événements : « Des feuilles blanches semblent pousser au bout des doigts plus rapidement que les feuilles vertes aux arbres. C'est une éclosion électrique. Les paquets de papier fleurant l'encre typographique s'entassent devant les kiosques. Les marchands déploient et redéploient les gazettes. Les porteurs courent le long des trottoirs en s'arrêtant, de kiosque en kiosque, comme plus tard l'allumeur devant chaque bec de gaz. »

Considérer la matérialité d'un journal, format, couleurs, typographie, permet, sans même le lire, d'avoir une idée sur son contenu. En 1896, en Angleterre, Lord Northcliffe lance *The Daily Mail* sur la moitié d'un format *broadsheet* et invente le tabloïd, nom donné d'après un médicament en comprimés qui proposait un effet condensé. Les travailleurs peuvent ainsi lire rapidement ce journal populaire le matin dans les transports en commun, entre deux stations. Maniables, les tabloïds sont aussi souvent les voix d'une rhétorique populiste, avec des titres sensationnalistes qui mettent en avant les faits divers, les rumeurs, les potins et parfois des *fake news*. Il en est ainsi du journal le plus vendu aujourd'hui au Brésil, *Super Notícias*, qui rythme chaque jour le voyage des travailleurs de la région de Belo Horizonte, souvent très pauvres, dans les transports publics.

La couleur est tout autant significative. En 1883, Joseph Pulitzer rachète à New York un quotidien en faillite, *The New York World*. En 15 ans, le tirage de ce journal, fondé sur une recette efficace alliant reportages scandaleux, *cartoons* et faits divers, devient le plus important du pays. Comme les bandes dessinées sont imprimées dans un supplément en couleur et qu'un de leurs héros est surnommé Yellow Kid, on qualifie *The New York World* et les journaux du même genre de presse jaune (*yellow press*). Au XX^e siècle, parce qu'ils utilisent la couleur rouge pour leurs titres, les tabloïds anglais, *The Daily Mail*, *The Daily Star*, *The Sun*, sont eux appelés *Red Tops*.

Il est vrai qu'une histoire mondiale du journal est complexe tant l'objet est protéiforme et circulant, à la fois signe de la mondialisation et des identités locales, universel et tellement particulier. Le maintien du niveau de la presse papier dans certains pays tient sans doute à ces spécificités culturelles. Ainsi au Japon, le système de livraison à domicile des journaux sur abonnement est très profondément ancré dans la vie quotidienne et dans les mentalités. 95 %

des exemplaires sont vendus par ce biais contre 5 % seulement en kiosque ou en supérette, et tout ceci pour un tarif minime (environ 3 000 yens par mois, soit moins de 25 euros). Cependant, même si dans certains pays (aujourd'hui, les deux journaux les plus vendus du monde sont japonais, le troisième est indien) la presse papier se maintient, son destin global paraît aléatoire devant l'essor des offres d'information numériques gratuites. Les journaux ont donc dû aussi se convertir au digital. Et il faut bien avouer que les versions en ligne ressemblent par leur mise en page... à des tabloïds.

Marie-Ève Thérénty

Bibliographie :

Dominique KALIFA, Philippe REGNIER, Marie-Ève THERENTY et Alain VAILLANT (dir.), *La Civilisation du journal. Histoire culturelle et littéraire de la presse au XIX^e siècle*, Paris, Nouveau Monde éditions, 2012.

Alexis LEVRIER et Adeline WRONA (dir.), *Matière et esprit du journal, du Mercure Galant à Twitter*, Paris, Presses de l'université Paris-Sorbonne, 2013.

Guillaume PINSON, *La Culture médiatique francophone en Europe et en Amérique du Nord de 1760 à la veille de la Seconde Guerre mondiale*, Québec, Presses de l'université de Laval, 2016.