

---

## Communication politique, le plus vieux métier du monde Partie 4 : Révolution industrielle et bourgeoisie

Chapeau long:

Chemin de fer, photographie, télégraphe, cinématographe, etc. Autant d'innovations techniques apparues au cours du XIX<sup>ème</sup> siècle que les hommes politiques ont su s'approprier à leurs fins de communication. Une nouvelle pratique de la communication politique naît alors, caractérisée également par l'essor de la presse. Cette dernière devient un puissant outil de communication pour le pouvoir politique...mais aussi les contre-pouvoirs.

Chapeau court:

Tout au long du XIX<sup>ème</sup> siècle, la bourgeoisie a su utiliser les techniques de communication à sa disposition aux fins d'établir la société industrielle. Et de s'imposer comme la classe dominante.

Texte:

Comme au temps de Pharaon, les Etats européens du XIX<sup>ème</sup> siècle accompagnent et encadrent le développement des nouveaux moyens de communication émergeant au cours du XIX<sup>ème</sup> siècle : réseau électrique, puis radiographique, chemin de fer, etc. Un contrôle qui permet à l'élite dirigeante, incarnée par la bourgeoisie, de mettre en oeuvre sa communication ayant pour pivot la famille, caractéristique de l'imagerie de Louis XVIII; pour credo le progrès technique exalté lors des Expositions universelles; et pour dynamique l'aventure coloniale.

Pendant ce temps, la presse profite également des évolutions techniques pour se développer , constituant ainsi un "quatrième pouvoir" sur lequel s'appuie la bourgeoisie.

Face au pouvoir que prend la presse, les hommes politiques tentent d'en prendre le contrôle, soit par la détention de titres à l'instar du *Moniteur Universel* qui est l'organe de presse officiel de 1800 à 1869; soit par la mise en place de mécanismes et procédures évoluant vers plus ou moins de censure suivant les régimes politiques. L'opposition et les contre-pouvoirs trouvent également, à travers la presse, un puissant outil de communication : les catholiques ultramontains avec *L'Univers* (1833), les libéraux et anti-cléricaux avec *Le Siècle*, les classes populaires avec *Le Petit Journal*, etc. Ainsi, la presse peut se révéler une arme de communication tournée contre les politiques : en témoigne les nombreuses caricatures de figures politiques parues dans des journaux comme *La Caricature*.

La III<sup>ème</sup> République va largement utiliser la presse dans sa communication politique, marquée par l'esprit de revanche après la perte de l'Alsace-Lorraine en 1870. Exacerbant le nationalisme, la presse participe de façon significative à la montée des égos qui vont conduire à la Première Guerre mondiale. Un coup d'arrêt pour la liberté de la presse alors bridée par les militaires aux fins de la communication de guerre.

Dans son A-book en six parties, Jean-Noël Dibie va à l'encontre des idées reçues : non, la communication politique n'est pas née au XXI<sup>ème</sup> siècle!

**Les cinq autres parties sont également disponibles à la vente :**

- [Partie 1 : De la préhistoire à l'Empire romain](#)
- [Partie 2 : Christianisme et islam](#)
- [Partie 3 : Le peuple à l'assaut des rois](#)
- [Partie 5 : Société de consommation et mass medias](#)
- [Partie 6 : Le défi du Web](#)

Indication date de parution:

Juin 2014

Voir dans les meilleurs ventes:

Oui

Voir dans les mieux notés:

Oui

Nombre de mots:

15 508

Nombre de pages:

40

Extrait:

<p>En adoptant l'article XI de la Déclaration des droits de l'homme et du citoyen, le législateur de 1789, a, dans le même temps, installé les libertés d'opinion et d'expression, et légitimé son encadrement  par le

---

politique.

«La libre circulation des pensées et des opinions est un des droits les plus précieux de l'homme.» Tout citoyen peut donc parler, écrire, imprimer librement, sauf à répondre de l'abus de cette liberté dans les cas déterminés par la loi.

Au cours du XIX<sup>e</sup> siècle, les mécanismes et procédures de contrôle de la presse évoluent avec les régimes politiques. Le droit de timbre institué en 1797, supprimé en 1848, est réintroduit sous le Second Empire; la censure, établie en 1800, perdure jusqu'à 1820; l'autorisation préalable, instaurée en 1800, supprimée après la révolution de 1830, est restaurée par Napoléon III, de 1852 à 1868; les éditeurs de presse sont tenus de s'acquitter d'un cautionnement entre 1815 et 1870; les brevets d'imprimeur et de libraire sont requis entre 1810 et 1870; le régime des avertissements impose de 1842 à 1868.

Mais plus encore que l'assouplissement des contraintes juridiques, c'est la conjonction des progrès des techniques d'impression et de distribution, avec l'avènement du parlementarisme, qui font que la presse tourne alors une page de l'histoire des pratiques de communication.

La mécanisation des presses, qui permettent de réduire le coût de fabrication des journaux et d'améliorer la qualité des tirages, la percée du chemin de fer qui facilite la distribution, et les progrès de l'enseignement, qui élargissent le lectorat, favorisent la parution de nouveaux titres.

Le Journal des Débats, fondé en 1789, demeure le journal de référence jusqu'à ce qu'il soit supplanté par Le Temps, créé en 1861.

Le Moniteur Universel est l'organe de presse officiel de 1800 à 1869.

Le Constitutionnel, d'opposition lors de sa création en 1815, est gouvernemental sous la monarchie de Juillet et le Second Empire.

L'Univers est créé en 1833 par les catholiques ultramontains.

Le Siècle, lancé en 1836, s'affirme libéral et anticlérical. La même année, Emile Girardin crée La Presse, premier quotidien destiné aux classes moyennes, vendu la moitié du prix des autres journaux.

Puis, les progrès techniques de l'imprimerie permettent les magazines illustrés à grand tirage. Lancé en 1843, L'Illustration, premier hebdomadaire illustrés français, s'inspire des magazines britanniques Penny magazine et London Illustrated News.

L'autorisation de la distribution des journaux non politiques par ballots, donnée en juin 1856 par le législateur français en dérogation du monopole postal, facilite le développement d'une presse populaire. Les amateurs de romans feuilletons et de faits divers arrachent

Le Petit Journal, magazine chichement illustré, vendu un sou, diffusé à 300 000 exemplaires.

L'accès du lectorat populaire aux journaux a pour corolaire de faire entrer la presse dans l'économie de marché. Pour compenser le manque à gagner induit par la diminution du prix de vente au numéro, les éditeurs insèrent annonces et encarts commerciaux dans les colonnes de leurs journaux.

Dès lors, la presse conforte son rôle politique, celui d'un «quatrième pouvoir», qui a vocation à forger l'opinion publique.

ePub:

[9782212869330.epub](#)

PDF:

[9782212869330\\_communication\\_p4\\_0.pdf](#)

## Thème principal:

- [Politique](#)

## Thèmes secondaires:

- [Culture](#)
- [Histoire](#)
- [Société](#)

Type:

A-Book

## Mots clés:

- [Atlantico éditions](#)
- [Eyrolles](#)
- [A-book](#)
- [e-book](#)
- [Jean-Noël Dibie](#)
- [communication politique](#)
- [révolution industrielle](#)
- [bourgeoisie](#)
- [Louis XVIII](#)
- [colonisation](#)

- 
- [chemin de fer](#)
  - [progrès techniques](#)
  - [nationalisme](#)
  - [Première Guerre mondiale](#)

Titre URL:

Communication politique, le plus vieux métier du monde Partie 4 : Révolution industrielle et bourgeoisie Jean-Noël Dibie

Disponibilité:

Disponible à la vente

Code ISBN:

978-2212-86933-0

Montant:

2.49

Niveau de lecture:

Grand public

- [Connectez-vous](#) ou [inscrivez-vous](#) pour publier un commentaire