

Groupe académique de formateurs

HISTOIRE GÉOGRAPHIE GÉOPOLITIQUE SCIENCES POLITIQUES

Présentation des thématiques



S'INFORMER : UN REGARD CRITIQUE SUR LES SOURCES ET MODES DE COMMUNICATION

INTRODUCTION : “S’informer : un regard critique sur les sources et mode de communication” nous invite à réfléchir sur l’acte d’informer perçu comme l’exercice des modalités qui permettent **d’acquérir, de comprendre et d’exploiter l’information** ceci en faisant preuve **d’une démarche critique**. Ce thème d’étude est révélateur de l’actualité et des attentes institutionnelles dans ce domaine (Education aux Médias et à l’Information, compétence au collège sur « s’informer dans le monde numérique », développement de l’esprit critique, mise en place des « Sciences Numériques et Technologie » en classe de seconde...). Il doit ouvrir les élèves à l’histoire des médias, à l’étude des tensions entre liberté et contrôle par les différents pouvoirs (politique, économique, social) et aux débats politiques majeurs afférents dont les futurs citoyens doivent mesurer les enjeux aujourd’hui dans un monde complexe et connecté. Dans ce contexte il doit également les amener à questionner leurs pratiques de l’information.

Ce thème nous invite à définir certains mots clés. En ce qui concerne les « **médias** » le sociologue Rémy RIEFFEL (*Qu’est ce qu’un média ?*, 2005) en propose une définition large qui inclut le contenu, le support et le public. L’historien Francis BALLE (*Les médias*, 2017 – *Que sais-je ?*) souligne la difficulté de définir les médias car la notion englobe un aspect technique (outils et supports), un aspect économique et social (industries culturelles), un aspect culturel (construction des cultures et pratiques informatives). Le terme de mass-medium est une expression forgée aux Etats Unis dans les années 1920 pour désigner la presse, la radio, le cinéma, la télévision. On y ajoute aujourd’hui le livre, l’affiche et internet pour désigner les **médias de masse**. **Les médias correspondent donc aux moyens, outils ou système permettant la diffusion d’une information**. Une **information** peut répondre à plusieurs définitions dans le langage familial, le droit ou la cybernétique. Dans le monde des médias, c’est un **message qui s’adresse à un grand nombre de personnes, basé sur des faits, vérifié par des professionnels auprès de leurs sources**.

Comment s’informe-t-on aujourd’hui ?

L’introduction du thème 4 invite à observer les pratiques informationnelles aujourd’hui en privilégiant deux pistes : la diversité des supports d’information et celles des pratiques informationnelles.

On rappellera que **la consommation d’informations n’a jamais été aussi forte**. Différentes enquêtes rappelées dans plusieurs ouvrages (Médiamétrie, TNS Sofres, voir les *Cahiers Français*) rappellent ainsi que 98% Français s’informent dont pour 63% d’entre eux plus d’une fois par jour). **Les médias consommés sont nombreux et en forte mutation** du fait de la numérisation des informations. Si la consommation des médias « traditionnels » a pu voir ses chiffres baisser (ventes de journaux, consommation TV...) ils restent la principale source de confiance (56% des Français ont plutôt confiance dans la radio, 52% dans les journaux / 25% dans internet) mais également d’approvisionnement (la TV reste le média le plus consommé (31% des Français en font leur source d’information prioritaire au quotidien) ; les médias traditionnels sont présents et fortement consommés sur internet, on assiste donc plus à un transfert de support de ces médias qu’à une disparition).

Derrière cette consommation globale on retrouve des **pratiques différenciées**. On peut voir ainsi un effet générationnel (38% des Français déclarent passer par Internet pour accéder à l’info, 77% chez les 18-24 ans ; les moyennes d’âge de consultation des JT à la télévision dépassent les 50 ans, le lectorat de la presse est vieillissant...), une corrélation avec le niveau d’études, des situations contrastées selon les territoires (statuts de l’information et de la presse selon les états, qualité de la couverture internet selon les espaces...)

Plusieurs éléments attestent d’une défiance grandissante envers les producteurs d’information : baisse de la part du budget consacré à l’information, l’intérêt pour l’actualité est à son plus bas niveau depuis les années 1980.

La nouvelle offre de médias s’est accompagnée de **nouvelles pratiques** : le consommateur d’information peut désormais suivre l’actualité, comparer les sources d’information, mais aussi envoyer des réactions aux articles, participer à l’actualité en envoyant commentaires et images, dialoguer avec des journalistes, exiger une vérification de l’information. **Les modes de production et de diffusion de l’information**, remettent en cause le rapport à l’information.

AXE 1 : LES GRANDES REVOLUTIONS TECHNIQUES DE L'INFORMATION

L'axe 1 doit faire comprendre que les progrès techniques ont renforcé la place de l'information dans notre quotidien. Les Jalons invitent à un traitement chronologique dans lequel il convient de rappeler 3 « révolutions techniques » qui ont créé de nouveaux supports d'information et ont modifié les relations au pouvoir et à l'espace public qui seront étudiées dans l'axe 2.

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

On peut distinguer trois périodes de l'information imprimée / aux « révolutions techniques ».

a) L'invention de la presse et son évolution jusqu'au XIX siècle

Avec l'invention de l'imprimerie par Gutenberg naît la presse. C'est d'abord une **littérature de colportage**, puis au XVII^e siècle la presse se caractérise par des **périodiques** partout en Europe (en France *la Gazette* créé par Renaudot). La presse est un monopole concédé par et au service du pouvoir tandis que se développe une **presse politique d'opinion** à partir du XVIII^e siècle en lien avec les **Lumières**. Des différences existent entre les Etats en fonction de la liberté accordée aux imprimeurs et au nombre de lettrés, aux stratégies entreprises (la presse anglaise invente la « réclame » pour se dégager de l'emprise politique et sociale). Ces tensions entre liberté de la presse et pressions politiques, économiques, sociales sont toujours d'actualité. La **Révolution française** occupe une place singulière : multiplication des journaux, engagement des journalistes, liberté de la presse affirmée et remise en cause. La presse construit les représentations communes des événements, affirme la naissance d'une **opinion publique** et favorise la **politisation des masses**.

b) La presse au XIX siècle : multiplication, circulation

L'avènement de la liberté de la presse a des temporalités différentes selon les Etats au XIX^e siècle en Europe. C'est l'émergence d'une **presse de masse** liée aux facteurs techniques de la « révolution industrielle » (rotatives, encre, télégraphe, papeterie, chemin de fer...) et aux facteurs sociaux et économiques (alphabétisation, urbanisation, politisation...). Il y a une multiplication des exemplaires grâce à la **mécanisation de la presse** (presse à rouleaux à vapeur vers 1810, puis rotatives vers 1860), enrichie d'**illustrations** (gravure sur bois, lithographie). La création des agences Havas en France et Reuters en Grande Bretagne permettent de couvrir une information internationale transmise par le télégraphe. Quelques journaux peuvent être mentionnés (*Le Figaro*, *La Revue des deux mondes*, *Le Moniteur*...) ainsi que la naissance du **dessin de presse** (caricatures de Daumier...). C'est la **consolidation d'une presse populaire, diversifiée et spécialisée**. A la fin du XIX^e siècle, plusieurs écrivains dénoncent une « presse corrompue » qui appartient aux banquiers, industriels ou hommes politiques alors que la **liberté de la presse** triomphe en France en **1881**. En 1914, on compte plus de 80 quotidiens différents à Paris et un Français sur deux lit le journal tous les jours.

c) La presse au XX siècle : mondialisation, numérisation dans un espace concurrentiel

La première guerre mondiale est une rupture et ce n'est pas une rupture technique. La presse perd la confiance des lecteurs : la censure dès août 1914, le bourrage de crâne au début du conflit, la propagande nationaliste, la porosité des milieux lui font perdre son prestige. Dans le même temps, il faut noter l'apparition d'une presse contestataire qui dénonce la censure (*le Canard enchaîné*, *le Crapouillot*...). Le rôle de la presse peut être soulignée pendant la Seconde Guerre mondiale avec la presse officielle et clandestine. Elle apparaît dans la période d'après-guerre comme un **instrument de culture** dans un contexte de **société de consommation et de loisirs** et tend à cibler un public (nombreux magazines avec des techniques d'impression nouvelles). Elle est soutenue par l'Etat qui veille à sa pluralité. Les révolutions techniques de la radio, de la télévision et de l'Internet l'obligent à s'adapter dans un **contexte concurrentiel et dématérialisé** qui contraint les rédactions à des choix (formats, publics, gratuité...) et transforment les **métiers du journalisme**.

Jalon : L'information par le son et l'image : radio et télévision au XX siècle

Avec la radio et la télévision l'information sonore et visuelle a pénétré tous les foyers au cours du XXème siècle. Ces deux médias ont eu des destins partagés mais ont connu un déploiement différencié et obéissant à des logiques différentes selon les Etats L'évolution des techniques et leur diffusion est un élément central de cette histoire.

a) L'invention de la radio et l'émergence de l'audiovisuel

L'invention technique de la radio est due à trois personnes à la fin du XIX siècle : l'Allemand **Hertz**, le Français **Branly** et l'Italien **Marconi**. La radio est utilisée pour la navigation maritime à la fin du XIX siècle et de manière marginale jusqu'à la Première Guerre mondiale, puis par les armées pendant la guerre. Les premières stations radio en Amérique du Nord et en Europe naissent dans les années 1920. Dès le départ, les Etats-Unis ont choisi des radios commerciales privées, tandis qu'en Europe il existe plusieurs variables (système britannique, hollandais et italien, français). Dans tous les pays, l'**Etat** intervient pour accorder **les fréquences** aux émetteurs. Dans les années 1930, c'est le passage de radios amateurs à des **radios professionnelles**. Les coûts diminuent et dans les années 1940, les émetteurs sont améliorés (fréquence en modulation, magnétophone). L'importance de la radio dans les événements historiques rappelle les atouts spécifiques de ce média et son crédit (les discours de Roosevelt sur le *New Deal*, « la guerre des ondes » lors de la Seconde Guerre mondiale, le discours de De Gaulle en 1961...).

La télévision, inventée par John Logie Baird en 1926, connaît des débuts difficiles car la construction du poste reste onéreuse et concerne donc une élite - contrairement à la radio. La télévision ne s'impose qu'après 1950 aux Etats-Unis, dans les années 1960 en France. La télévision ne remplace pas la radio car **les transistors** plus petits et à bas prix ont permis une écoute mobile. Elle utilise les grands événements pour porter son essor (le couronnement d'Elisabeth II en 1953, Apollo...), puis s'équipe de la couleur. Tous les pays européens connaissent une **situation de monopole d'Etat** de 1945 aux années 1970 : diversité et liberté ont régressé depuis l'avant-guerre (l'ORTF créé en 1949 gère le paysage audiovisuel français jusqu'en 1974). Mais des radios émettent depuis les frontières (Europe 1 depuis l'Allemagne diffuse « *Salut les copains* »). La radio et la TV sont à la fois des moyens d'uniformisation de la culture et des lieux d'ouverture dans un contexte de guerre froide. Ils sont des **moyens de conditionnement, de communication et d'action**.

b) Le tournant de la libéralisation : radios libres et privatisations des chaînes

La protestation contre le monopole d'Etat s'intensifie dans les années 1960 dans un contexte d'équipement audiovisuel des ménages croissant qui fait de l'audiovisuel un outil quotidien. Des radios pirates se multiplient en Europe : c'est le début de « **la bataille des radios libres** » qui deviennent le symbole de la liberté d'expression. L'arrivée au pouvoir de la gauche en France se traduit par **la fin du monopole public**. Une mise en tension s'opère entre la volonté de liberté et la logique marchande. La radio devient un marché concurrentiel entre privé et public et le paysage radiophonique se délimite : c'est l'émergence de radios commerciales nationales dans plusieurs pays européens. Une haute autorité est chargée d'accorder les fréquences, elle deviendra le **Conseil Supérieur de l'Audiovisuel** qui impose également des normes (qualité, diffusion de chansons françaises...). C'est aussi le moment des **privatisations des chaînes de télévision** (création de Canal +, M6, vente de TF1) qui se traduit par l'introduction d'un modèle commercial concurrentiel. Dès les années 1990, de nouvelles chaînes à vocation culturelle ou éducative viennent nuancer ce constat (Arte, la 5), puis les années 2000 voient une offre en « bouquets » - notamment avec la TNT.

c) L'audiovisuel : concentration, mondialisation, numérisation

De grands groupes concentrent plusieurs radios et chaînes de télévision dès les années 1980 : certains y voient une prise de pouvoir d'un **système commercial et financier**. En France en 2017 : 90% des quotidiens nationaux, 55% de l'audience de la TV et 40% des parts d'audience de la radio appartiennent à 9 milliardaires (Julia Cagé, *Diplomatie*, n°41, p 58). D'autres soulignent l'existence de nombreuses radios associatives non commerciales et un paysage radiophonique diversifié (900 radios en France, dont 7 publiques) et les web radios. L'arrivée du numérique a modifié **les propositions et les usages** (podcast, streaming, applis) : la personnalisation de l'écoute, le partage et l'interactivité, la variété des contenus rappellent le constat réalisé pour les autres médias d'une **délinéarisation des programmes**. La radio s'est enrichie de contenus numériques avec une opportunité pour les annonceurs pour profiler les usagers. La **mondialisation** s'est accompagnée d'une domination des industries culturelles américaines à la fois sur le plan technique (satellites, produits web), sur le plan des programmes (séries, jeux...), sur le plan commercial (accords entre les Etats-Unis et les pays européens). Mais certains pays européens ripostent avec un système de quotas (« l'exception culturelle »), la création de chaînes concurrentes (face à CNN, Euronews). Internet a bouleversé les médias et continue de modifier à la fois le paysage audiovisuel et les pratiques informatives et médiatiques. Ce changement est comparable à la naissance de l'imprimerie avec des impacts plus rapides et plus conséquents pour les sociétés et la vie politique des démocraties contemporaines.

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

Qu'est-ce qu'Internet ? C'est un ensemble d'opérations de l'informatique et des télécommunications à partir d'un ordinateur qui crée **un réseau** pour communiquer des données.

a) La naissance d'Internet : des algorithmes à l'internaute

Contrairement à une idée reçue Internet n'a pas été mis au point par des militaires : c'est le résultat des contextes historiques spécifiques, de l'influence des pratiques sociales et des enjeux économiques et politiques. Le rôle des militaires a été longtemps surévalué. Les principaux acteurs sont des civils. En 1967, les ingénieurs Paul Baran et Larry Roberts pilotent le projet **ARPANET** qui a trois objectifs majeurs : économique (rationaliser les dépenses informatiques des universités), fonctionnel (assurer le partage des ressources informatiques), et idéologique (développer des communautés en ligne). Si le programme est financé par la Défense, la construction et l'appropriation du projet sont bien civiles. Le contexte est favorable à une prise de risque technologique pendant la guerre froide, les acteurs partagent une culture universitaire basée sur le consensus, l'égalité entre pairs, le service public non marchand.

Il est aisé de retrouver les étapes clés de la naissance d'Internet (premier algorithme d'Ada Lovelace en 1840, le premier ordinateur électronique reprogrammable en 1945, le projet Arpanet en 1967, Internet en 1982 et World Wide Web en 1991, puis le Web 2.0 dans les années 2000).

Le **Web 2.0** est pensé comme une plateforme qui s'appuie sur l'intelligence collective (**participation des usagers** à la production de contenu numérique) tout en collectant des données (enjeu majeur économique aujourd'hui du **big data**), les logiciels sont des services et les interfaces ergonomiques. Le développement des smartphones est à mettre en relation avec ces évolutions techniques. Dès lors les pratiques informationnelles ont évolué sous le contrôle des industries (GAFAM) : ce qui interroge le risque d'une **surveillance de masse**, une **information personnalisée** dans un espace public restreint, une autocensure des professionnels dans un contexte concurrentiel. Prochaine étape ? La recherche s'oriente vers un **Web 3.0 sémantique** capable d'associer des données pour réaliser des tâches (google home, deep fake). Le passage d'un **web statique et linéaire** à un **web participatif et collaboratif**, puis un Web qui utilise **l'intelligence artificielle** réinvente de nouveaux codes et expressions de communication liés à l'évolution technique.

b) Internet, une information sans frontière ?

La circulation de l'information est un **enjeu des relations internationales** pendant la guerre froide, entre les grandes puissances aujourd'hui. Dans les années 1980, le poids des agences anglo-américaines (Reuters, BBC puis CNN) s'accroît dans un contexte de libéralisation et privatisation. De nombreuses radios et chaînes de télévision n'ont pas les moyens de couvrir l'actualité et se font les relais des grandes agences et des vidéos d'actualité (rôle de CNN dans la guerre du Golfe). Mais la parabole puis Internet permet d'accéder à des chaînes étrangères et nuancer cette domination (Al Jazeera créée en 1996, TeleSur en 2005 en Amérique latine...). Ainsi Internet apparaîtrait aujourd'hui comme un espace « déterritorialisé » de l'information. Or, les principaux sites d'actualité internationale reproduisent les dépêches des grandes agences et sont reproduits également par les agrégateurs (Google News...) : c'est **l'information circulaire**. Quelques initiatives ont tenté de renverser la tendance avec une réelle ouverture internationale. Aujourd'hui la bataille de l'information internationale se joue sur Internet et devient un **enjeu diplomatique**. Entre les Etats se livre une guerre de l'information : on parle de **militarisation de l'information** qui comprend aussi bien la piraterie autour des données, les attaques de fermes de trolls, les cyberattaques. La **mondialisation** a permis un accès à une information du monde entier mais dominée par quelques chaînes et agences occidentales : ce qui pose la question de la diversité des points de vue indispensables à l'esprit critique des journalistes et des citoyens.

c) Internet, une information individualisée

La nouveauté avec le Web 2.0 réside dans la création et distribution de l'information. Chaque usager peut produire une information ou la diffuser : c'est la remise en cause des médias traditionnels et de leur maîtrise des flux d'information. L'accès à l'information est continu (chaîne en continu, réseaux sociaux, sites des journaux) avec des coûts réduits pour l'utilisateur (une partie de la presse en accès gratuit...). L'individu peut prendre **le contrôle de l'information** en sélectionnant l'accès à ce qui lui plaît : elle est personnalisée, triée, algorithmée.

AXE 2 LIBERTE OU CONTROLE DE L'INFORMATION : UN DEBAT POLITIQUE FONDAMENTAL

L'axe 2 invite à faire appréhender le **rôle décisif d'une information libre pour éclairer l'opinion** et faire prendre conscience de l'ensemble des enjeux autour de l'information (**tensions entre liberté et contrôles de l'information**).

Jalon : L'information dépendante de l'opinion ? l'affaire Dreyfus et la presse

Longue d'environ douze années (1894-1906) l'Affaire Dreyfus occupe une place centrale dans l'histoire contemporaine de la France. Comme le rappelle Vincent Duclert (*La République imaginée 1870-1914*, Belin 2010) elle incarne ce qu'est une « affaire » c'est-à-dire un **événement qui polarise l'opinion publique, domine la vie politique**, traverse les institutions, mobilise les personnes.

a) La presse à l'époque de l'affaire Dreyfus

La période courant des années 1870 à la Première Guerre mondiale a pu être baptisée « **l'Âge d'or** » de la presse. Cette dernière est alors en pleine expansion : la loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse lui a fourni un cadre légal structurellement lié à l'instauration de la III^{ème} République et qui a permis son épanouissement. Elle a également rencontré des mouvements de fonds : demande sociale liée à l'alphabétisation généralisée des Français, demande politique issue du suffrage universel, capacités économiques et techniques, avec les rotatives et le transport par chemin de fer... Le paysage médiatique rassemble 250 à 300 quotidiens qui tirent ensemble à 5 millions d'exemplaires à la fin des années 1890 et à 9 millions d'exemplaires dans les années 1910.

Cette presse est diverse. On retrouve de grands quotidiens parisiens à diffusion nationale ciblant un lectorat populaire (*Le Petit Journal*, *Le Petit Parisien*, *Le Journal* et *Le Matin*) et qui représentent l'essentiel des tirages (4 millions d'exemplaires). Mais aussi une presse de quotidiens d'opinion radicaux plutôt destinée aux élites (*Le Figaro*, *Le Temps*, *L'Aurore*, *La Justice*), une presse catholique (*La Croix*), une presse nationaliste et antisémite (*La Libre Parole*, *l'Intransigeant*, *le Gaulois*). Cette presse avait un tirage plus confidentiel que la précédente mais exerçait une grande influence. Il faut y ajouter la grande diversité des tirages d'organes de presse régionaux.

b) La presse et le premier procès Dreyfus

La presse s'intéresse tôt au procès d'Alfred Dreyfus. Avant même le verdict du Conseil de Guerre (22 décembre 1894), plusieurs titres relaient les faits reprochés à celui qui n'est encore qu'un jeune officier. Certains participent même à la stratégie de fabrication de « preuves » visant à convaincre l'opinion de sa culpabilité (*Le Figaro* relaie ainsi les propos du Ministre de la Guerre pendant le procès). A la suite de la condamnation de Dreyfus la presse est d'abord unanime pour le blâmer : tel est le cas dans la presse ouvertement nationaliste (le rédacteur en chef de *l'Intransigeant* soufflant sur les braises de la haine anti allemande et de l'antisémitisme regrette même qu'il n'ait pas été condamné à mort) mais aussi dans la presse en général : Clémenceau dans *La Justice* déplore la clémence de la condamnation ; Jean Jaurès, dans le régional « *Le Petit Troyen* » signe un papier sévère non dénué de relents antisémites ; *Le Matin* décrit la scène de la dégradation publique de Dreyfus (janvier 1895) comme pleinement justifiée. Il faudra en fait attendre le « *J'Accuse* » de Zola pour qu'une relative unité de traitement vole en éclat.

c) Une distinction entre information et opinion qui s'est clarifiée

L'Affaire Dreyfus nous renseigne à plusieurs niveaux. Dans son deuxième moment, la « deuxième affaire » de 1897 à 1899 (engagement des défenseurs de Dreyfus et riposte antidreyfusarde - procès de Rennes) puis dans son troisième moment, « la troisième affaire » (qui voit une relance de l'activité dreyfusarde entre le discours de Jaurès de 1903 et la proclamation de l'innocence du capitaine par la cour de cassation en 1906) s'exprime une dichotomie de plus en plus forte entre des organes de presse divisés entre antidreyfusards, dreyfusards et favorables à la révision. Usant des armes à leur disposition (éditoriaux, illustrations, caricatures...), **ces médias ont reflété l'opinion publique dans ses divisions et ses évolutions tout autant qu'ils ont contribué à la faire évoluer.**

A un autre niveau, l'Affaire, dans ses rythmes, dans son évolution et dans son dénouement, invite également à une réflexion sur la **distinction entre information et opinion**. On peut dire qu'au bénéfice de l'Affaire cette distinction s'est affinée. Au-delà des engagements partisans qui ont reflété des convictions personnelles ou collectives (opinion), certains journalistes et/ou intellectuels ont su ériger leur esprit critique comme premier principe aidant à affirmer leur point de vue : s'appuyer sur des faits avérés, savoir analyser ce qui relève des faits ou de leur interprétation, suspendre son jugement tant qu'il n'est pas éclairé, ne pas céder aux entraînements de la foule ou de l'autorité. La distinction entre presse d'information (qui s'attache avant tout à une neutralité de contenu et à un traitement des faits avec esprit critique) et d'opinion a pu en être facilitée.

Jalon : l'information entre le marché et l'Etat : histoire de l'Agence Havas et de l'AFP

L'histoire de l'Agence Havas, devenue AFP en 1944, renseigne sur les conditions de la naissance d'un organe d'information, les tensions qui existent entre pratique de l'information et logiques de marché d'une part et entre pratique de l'information et encadrement de l'Etat d'autre part.

a) La naissance d'une agence de presse

L'Agence Havas a été **fondée par Charles Louis Havas en 1835**. Homme d'affaires, ancien propriétaire de presse, son but était de **fournir aux acteurs de la presse un ensemble d'informations** qui relevaient tout autant de la traduction/compilation d'informations étrangères que de la collecte directe d'informations à la source par le déploiement d'un réseau de correspondants. L'agence de presse s'est développée (via la vente de *La Correspondance Havas*, bulletin d'information) en bénéficiant d'un contexte favorable d'évolution de la presse écrite au XIX^{ème} siècle : apparition de titres (*La Presse*, *Le siècle* dans les années 1830), évolution du cadre légal autour de l'information vers plus de libertés (un tournant libéral sous Louis Philippe), grande proximité avec les gouvernements, intégration des progrès techniques (télégraphe, téléphone, câble...), développement de l'industrialisation qui confère aux informations un rôle stratégique.

b) Les liens avec les sphères politiques et économiques

L'Agence Havas développe également, dans les années 1850, ses activités dans le domaine de la **publicité**. Dès 1857 la SGA (Société Générale des Annonces) domine les annonces dans les presses parisiennes et départementales jusqu'à la Seconde Guerre mondiale au rythme des fusions totales ou des scissions formelles entre les deux entités. La deuxième moitié du XX^{ème} siècle voit l'Agence se développer à **l'international** : création des agences Reuters (Londres 1851) et Wolff par des ex employés d'Havas (accords de coopération entre ces agences) ; implantation de l'Agence dans plusieurs parties du monde (Amérique du Sud...) ; intensification de la couverture des événements internationaux. Si l'"âge d'or de la presse française" profite à l'Agence ce sont aussi des années de collusion grandissante entre le pouvoir et certains organes de presse : proximité plus ou moins fortes avec le gouvernement et/ou certains hommes politiques, corruption et conflits d'intérêts plus ou moins avérés (emprunts russes).

Pendant la 1^{ère} Guerre mondiale l'Agence est aux prises avec la **censure** (contrôle du bureau de la presse, attitude "patriotique" de l'Agence, publication de dépêches commanditées par le gouvernement...). Au lendemain du conflit, l'Agence retrouve un cadre de liberté de la presse. Elle reconquiert une partie de ses positions à l'international mais connaît un nouveau contexte concurrentiel. En France son nouveau développement est très lié à la fusion totale des activités avec la branche publicité (haute main sur la publicité des titres parisiens (*Le Matin*, *Le Journal*, *Le Petit Parisien*...) et de province ainsi que dans la presse étrangère.

La seconde guerre mondiale marque la fin de l'Agence : elle disparaît au profit de l'AFIP (Agence française d'information de presse rattachée à la propagande allemande et qui fonctionnera jusqu'en 1942) et de l'OFI (Office français d'information : agence du régime de Vichy installée à Vichy jusqu'en 1942 puis à Paris).

c) L'Agence France Presse

Le 20 août 1944, plusieurs résistants pour partie issus des anciens bureaux de l'Agence Havas (Londres) envoient la première dépêche apportant naissance de l'AFP. Quelques semaines plus tard une ordonnance du GPRF du 30 septembre 1944 officialise la **création de l'Agence France Presse comme établissement public sous autorité du Ministre de l'Information**. La branche publicité de l'Agence Havas est nationalisée en 1945 et conserve son nom. La branche information et la branche publicité sont désormais pleinement séparées.

Dans les années d'après-guerre l'AFP va s'efforcer de regagner un prestige et une place dans le traitement de l'information (notamment à l'international). Mais **ses liens structurels avec l'Etat ne favorisent pas la production d'une information des plus abondantes et des plus objectives** dans le contexte des premières années de décolonisation (le traitement très discret des premières années de la Guerre d'Algérie).

En 1957 un nouveau statut de l'AFP est voté qui la libère de la tutelle de l'Etat et la place sous le contrôle conjoint de l'Etat et de la presse française. Ce statut lui confère une plus grande liberté éditoriale au service de ses objectifs (*« rechercher, tant en France et dans l'ensemble de l'Union française qu'à l'étranger, les éléments d'une information complète et objective ; mettre contre paiement cette information à la disposition des usagers »*). L'influence de l'Etat reste toutefois prédominante et sujet à controverse : par le biais des abonnements l'Etat contribue pendant toute la deuxième moitié du XX^{ème} siècle à 50 % du budget de fonctionnement de l'AFP (40% aujourd'hui).

Dans le contexte de Guerre froide et/puis de mondialisation de l'information dans la deuxième moitié du XX^{ème} siècle, l'AFP a su acquérir une importance (plus de 2000 journalistes employés et une implantation dans 165 pays aujourd'hui) et une crédibilité liée à la qualité de sa couverture de nombreux événements mais les rapports de dépendance qu'elle entretient toujours avec l'Etat en font une spécificité française parfois décriée.

OBJET DE TRAVAIL CONCLUSIF : l'Information à l'heure d'Internet

Savoir expliquer l'objet du travail conclusif : articulation avec les axes et enrichissement.

L'objet de travail conclusif doit permettre d'appliquer les connaissances et méthodes acquises tout au long du thème et notamment :

- Introduction : **comment s'informe-t-on aujourd'hui**
- Axe 1 : les grandes révolutions techniques de l'information. Jalon "**l'information mondialisée et individualisée : naissance et extension du réseau internet**"
- Les principales **notions et problématiques présentes dans l'axe 2** (information/opinion ; place du marché/place de l'Etat ; propagande...)

Vers une information fragmentée et horizontale

Les **pratiques informationnelles et médiatiques** sont de plus en plus différenciées selon les **caractéristiques sociodémographiques des consommateurs** mais aussi de plus en plus **nomades et hybrides** (consommation/interactivité) grâce aux outils et de plus en plus **individuelles et asynchrones** dans un contexte d'infobésité. L'avènement d'internet s'inscrit dans ce contexte dont il n'est pas la cause. On ajoutera qu'Internet n'a pas effacé les autres médias et qu'il y a donc superposition et complémentarité des **pratiques informationnelles**.

Toutefois Internet a marqué le passage d'une **information verticale de masse à une information horizontale et individualisée**. Jamais l'individu n'avait eu accès à une telle multitude d'informations. Aujourd'hui, chacun peut suivre l'actualité, comparer les sources d'information, mais aussi envoyer des réactions aux articles, participer à l'actualité en envoyant commentaires et images, dialoguer avec des journalistes, exiger une vérification de l'information. Dès lors, pour de nombreux auteurs, la pluralité des espaces publics sur Internet participe à la montée d'une **démocratie d'opinion**. Ainsi Internet bouleverse **les modes de production et de diffusion de l'information**. Le travail des journalistes est bouleversé par ces pratiques médiatiques : en amont avec un accès à une documentation infinie à consulter en un temps plus court en faisant preuve de **hiérarchisation** et d'**esprit critique** avec la vérification des informations (infox), en aval avec une dislocation des circuits de distribution qui dépassent les frontières à des moments fluctuants (replay pour la TV, podcast pour la radio...). Ce **modèle d'immédiateté et d'infobésité** est toutefois remis en cause par certaines rédactions qui s'affirment par des formats narratifs et interactifs (reportages, webdocumentaires), des sujets approfondis avec une créativité qui ne remet pas en cause les apports du numérique.

Pour plusieurs auteurs, les nouvelles pratiques de consommation et de production de l'information peuvent engendrer une **infobulle** qui isole l'individu dans une **information fragmentée** qui conforte ses représentations. Se pose la question du **profilage** des usagers (débat sur le rôle de Facebook dans la campagne présidentielle), du **rôle de synchronisation et de fédération de l'information** auprès des masses. D'autres auteurs y voient une opportunité d'**émancipation des individus** au sein des groupes sociaux.

Les théories du complot : comment trouvent-elles une nouvelle jeunesse sur internet ?

Cet objet conclusif peut être **problématique** dans la mesure où, d'une part, de nombreuses enquêtes attestent de la porosité de la population française en général et de la jeunesse en particulier aux « théories du complot », où, d'autre part, on se retrouve face à un objet d'étude très contemporain et où, enfin, on retrouve beaucoup d'approximations et de représentations vagues dans l'appréhension de ces éléments.

On veillera donc tout d'abord à **clarifier les termes du débat**. Par **théorie du complot** on entendra « *une opinion selon laquelle l'explication d'un phénomène consiste en la découverte des hommes ou des groupes qui ont intérêt à ce que ce phénomène se produise et qui ont planifié et conspiré pour qu'il se produise* » (voir J Grondeux et D Desormeaux, le complotisme : décrypter et agir). Le **complotisme** pourrait quant à lui être défini comme l'attitude visant à récuser la version communément admise d'un événement et de chercher à démontrer qu'il relève d'un complot. Enfin le **conspirationnisme** correspondra à une attitude visant à se persuader ou persuader autrui que les détenteurs du pouvoir pratiquent la conspiration du silence pour cacher des vérités ou contrôler des consciences.

Ces théories s'ancrent sur la prolifération de **fake news ou infox** (mot générique qui désigne un élément falsifié, un faux, une contrefaçon ou un trucage) et relèvent d'une logique de **désinformation** (utilisation de techniques de l'information pour induire en erreur, cacher ou travestir les faits) qui s'oppose à la notion de **mésinformation** (qui exclut le caractère intentionnel de l'entreprise).

Dès lors on veillera à mettre en évidence les éléments caractéristiques d'internet qui, en complément à ce qui a été rappelé précédemment sur l'information fragmentée et horizontale permettent de comprendre la "nouvelle jeunesse" des théories du complot. Le sociologue Gérard Bronner évoque ainsi la révolution du « **marché cognitif** » induite par les nouvelles pratiques informationnelles : **massification de l'offre d'information** disponible (grâce au taux d'équipement et à un accès facilité à l'information), **hiérarchisation de plus en plus malaisée entre les sources**

disponibles et **effacement** de plus en plus marqué des **gatekeepers** (portiers ou experts) ; **viralité** (diffusion très rapide) d'informations de toutes sortes facilitées par la posture de relai et/ou de producteur de l'information possible à tout un chacun dans le contexte du web 2.0 ; biais des recherches d'information du fait des « **bulles de filtrage** » en lien avec l'utilisation des moteurs de recherche... Les caractéristiques de ce « marché cognitif » pourraient ainsi renforcer certains biais socio cognitifs individuels et collectifs : renforcement du biais de confirmation (qui fait que l'on recherche en premier lieu ce qui renforce sa pensée), biais d'intentionnalité (rechercher une causalité à tout événement), biais de proportionnalité (être face à une masse de renseignements sur un événement renforcerait la crédulité face à celui-ci)...

Les supports et les pratiques d'information se caractérisent donc aujourd'hui par un éclatement qui interroge sur la **manipulation des masses** ainsi que sur l'exposition sélective à l'information des individus qui peut mener à une réduction de l'espace public et une distension du lien social. Il s'agit de questions aux forts enjeux citoyens qui doivent faire réagir les élèves dans le domaine médiatique, certes, (quel traitement de l'information à l'ère du big data) mais qui touchent aussi les dimensions politiques, éthiques et scientifiques et qui entraînent des choix de société. Face à cet état de fait, des outils (logiciels et application de vérification, détection automatique) et des attitudes nouvelles de différents acteurs se multiplient (fact-checking, travail collaboratif).

Pistes possibles

- De la source unique contrôlée par l'Etat à l'information fragmentée et horizontale

Capacités et méthodes visées : se documenter

« En classe de première, le travail de documentation est guidé par le(s) professeur(s) de la spécialité et le professeur documentaliste, qui accompagne méthodiquement l'élève dans sa recherche de sources d'information, y compris sur internet ».

Réalisation d'un glossaire et rédaction d'articles courts destinés aux plus jeunes sur Vikidia : le vocabulaire spécifique du chapitre et sa maîtrise sera assuré par un travail de documentation avec les sources identifiées et mentionnées, une confrontation des points de vue explicités simplement. Les professeurs documentalistes sont formées à ce mode de rédaction collaboratif en ligne.

Capacités et méthodes visées : analyser, interroger, adopter une démarche réflexive « en confrontant les points de vue » (...) « en mettant en évidence les démarches suivies ».

Questionnement à partir d'un dossier qui permettrait de présenter le projet de l'Internet russe (plusieurs articles dans *Courrier International*, Qui règnera sur Internet?, N°1484, avril 2019), les enquêtes d'investigation sur Facebook de *Spicee* pendant la campagne électorale européenne en 2019 (*Le 1*, n°252, juin 2019 « Facebook, la nouvelle fabrique de l'opinion »). On veillera à distinguer la propagande, la désinformation, l'information profilée.

Capacités et méthodes visées : se documenter / analyser, adopter une démarche réflexive

Le webdocumentaire "[Do not track](#)" (2015) en plusieurs épisodes permet un travail de groupes sur les différents aspects de la surveillance de masse et manipulation de l'information tout en mettant en avant les nouveaux modes journalistiques. [Une présentation](#) est disponible sur le portail académique.

- Témoignages et lanceurs d'alerte

Capacités et méthodes visées : analyser, interroger, adopter une démarche réflexive « en confrontant les points de vue ». L'affaire Snowden en 2013 peut être une accroche avec la bande annonce du film *CitizenFour* (2015) qui permettrait ensuite d'évoquer les lanceurs d'alerte dans différents domaines (santé, agriculture...). La législation pour la protection des témoins et lanceurs d'alerte pourra être évoquée.

- Les théories du complot : comment trouvent-elles une nouvelle jeunesse sur Internet ?

Capacités et méthodes visées : s'exprimer à l'oral ; se documenter ; adopter une démarche réflexive.

A la suite d'un temps d'analyse d'une enquête d'opinion (cf l'enquête sur l'adhésion aux théories du complot de la fondation Jean Jaurès Conspiracy Watch) un temps d'échange oral avec la classe sur les théories du complot permet de faire émerger des représentations. Cela donne lieu à une clarification des termes (fake news, théorie du complot, conspirationnisme...). Une deuxième étape consiste à rendre les élèves producteurs d'un court document audiovisuel (2 à 3 minutes) grâce auquel ils devront – en groupe – présenter une théorie du complot et expliquer en quoi internet lui donne une caisse de résonance plus forte. On travaille de ce fait l'oral pour présenter mais aussi l'oral pour convaincre.

Les productions des élèves, accompagnées (2 séances), donneront lieu à un visionnage critique avec évaluation par les pairs (séance 4).

RESSOURCES

Bibliographie

Francis BALLE, *les médias*, Que sais-je ? 2017.

Catherine BERTHO-LAVENIR, *La démocratie et les médias au XXe siècle*, Paris, Armand Colin, coll. U, 2018

Frédéric BARBIER et Catherine BERTHO-LAVENIR, *Histoire des médias : De Diderot à Internet*, Paris, Armand Colin, coll. U, 2003

Jean-Noël JEANNENEY, *Une histoire des médias. Des origines à nos jours*, Paris, Le Seuil, coll. Points, 2015

Didier DESORMEAUX, Jérôme GRONDEUX : *le complotisme : décrypter et agir*, réseau CANOPE, 2017

David COLON, *Propagande, la manipulation de masse dans le monde contemporain*, Belin, 2019

« L'information à l'heure du numérique », Cahiers français, La Documentation Française, n° 406, septembre - octobre 2018

Sitographie de ressources (scientifiques et/ou didactiques)

Site de l'INA : [la revue des médias](#) propose de nombreux articles sur les mutations des médias, les nouvelles formes journalistiques, et les défis de la presse.

Site de la BNF : [La presse à la Une](#)

Site de Retronews : accès à des titres de presse, mises en perspectives, riches dossiers thématiques (par exemple [histoire de la presse](#))

Documentaire diffusé en 2006 sur LCP sur "[une histoire des radios libres](#)" en France (8 min)

[La Collab de l'info](#) (France tv education) : une collaboration entre journalistes et youtubeurs sur les médias sous forme de vidéo courtes (vérification de l'information, infox, théorie du complot, réseaux sociaux...)

LIEN AVEC LES AUTRES PROGRAMMES

Sciences Numériques et Technologie – classe de seconde

Le programme de SNT est composé de plusieurs thèmes organisés (repères historiques, aspects technologiques, impacts sur les pratiques humaines). Plusieurs thèmes sont en relation directe avec le thème 4 d'HGGSP. La naissance d'Internet (différents protocoles et neutralité d'Internet), le Web (adresses, moteurs de recherche, sécurité et confidentialité), les réseaux sociaux (usages, modèles économiques des entreprises, fonctionnement, harcèlement numérique), les données structurées et leur traitement (Big Data, RGPD, Datacenter, cloud), localisation cartographie et mobilité (système GPS, Galileo, calcul d'itinéraire), Informatique embarquée et objets connectés (intelligence artificielle), la photographie numérique (traitement de l'image et droit).

Enseignement Moral et Civique – classe de seconde

Le programme de la classe de seconde a pour thématique principale « la liberté – les libertés » qu'elle décline selon deux axes : « Des libertés pour la liberté » et « Garantir les libertés, étendre les libertés : les libertés en débat »

Le premier de ces deux axes propose d'étudier deux domaines au sein d'une liste de 5 possibilités parmi lesquelles on retrouve l'entrée suivante : « *Les libertés de l'individu : libertés individuelles, liberté de conscience, liberté d'expression, droit de propriété.* »

Un objet d'enseignement possible est : « *La liberté de l'information : dans les régimes politiques ; dans un environnement numérique ; dans le domaine médical ; dans le domaine scientifique* »

Le deuxième de ces deux axes propose d'étudier deux domaines au sein d'une liste de 7 possibilités parmi lesquelles on retrouve l'entrée suivante : « *L'évolution de l'encadrement juridique de la liberté d'expression dans un environnement numérique et médiatique* »

Un objet d'enseignement possible est : « *Les flux informationnels et leur régulation sur internet : la question de la liberté d'expression dans un environnement numérique et médiatique ; harcèlement et persécution sur internet* »

Enseignement Moral et Civique – classe de première

Le programme de la classe de première a pour thématique principale « la société » qu'elle décline selon deux axes : « fondements et fragilités du lien social » et « les recompositions du lien social »

Le premier de ces deux axes propose d'étudier deux domaines au sein d'une liste de 6 possibilités parmi lesquelles on retrouve l'entrée suivante : « *la défiance vis-à-vis de l'information et de la science (de la critique des journalistes et des experts à la diffusion de fausses nouvelles et à la construction de prétendues « vérités » alternatives)* ».