

Le 29 juillet 1881, est enfin obtenue, en France, la liberté de la presse. Vers la même époque, le journal quotidien se transforme en « média de masse ». La presse devient une industrie, son contenu et son prix se démocratisent. *Le Petit Journal*, lancé en 1863, donne le la : en un quart de siècle, ce premier quotidien à un sou passe de 60 000 à un million d'exemplaires. L'agence Havas devient la plus importante agence d'information et de publicité en France et, avec des associés (un temps rivaux), à Londres et à Berlin, est qualifiée d'« usine à nouvelles ».

Le journalisme se modifie ; une presse d'opinion, une presse littéraire perdurent ; une presse d'information et « la rage du reportage » prolifèrent. Les journalistes s'affranchissent pour partie des servitudes politiques traditionnelles. De nouveaux domaines d'investigation font parfois la Une.

À l'orée de la guerre de 1914, quatre journaux à un sou – *Le Petit Parisien*, *Le Petit Journal*, *Le Matin* et *Le Journal* – dominent la presse quotidienne. La presse française est presque aussi développée que ses homologues britannique et états-unienne. Par sa maîtrise de la collecte, du traitement, et de la diffusion de l'information, renforcée par son ascendant sur le marché publicitaire en France, Havas œuvre dans l'ombre.

Comment ces entreprises se sont-elles formées ? Qui sont ces journalistes, enfants de Michelet et de Victor Hugo, de Balzac et de Zola, au service de l'actualité et de l'homme pressé, des pouvoirs en place, mais aussi des « petites gens » ? Comment Bel-Ami devient-il Rouletabille ?

Fondé sur l'exploitation des archives de l'agence Havas, de plusieurs journaux, des premières associations de journalistes, et complétée par bien d'autres sources, ce livre scrute une période dite de « l'âge d'or de la presse ».

Michael B. Palmer, franco-britannique, professeur émérite de l'université de la Sorbonne Nouvelle, est l'auteur de nombreux ouvrages sur les médias et l'information.

L'Harmattan
Communication et civilisation

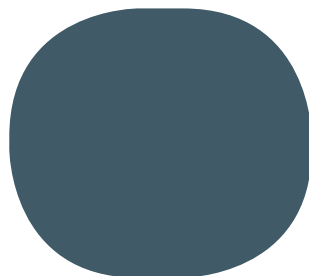
37 €



9 782343 028699

ISBN : 978-2-343-02869-9

Michael B. PALMER



**Naissance
du journalisme
comme industrie**
Des petits journaux
aux grandes agences

Naissance du journalisme comme industrie
Des petits journaux aux grandes agences



MICHAEL B. PALMER
Avant-propos et postface à la nouvelle édition

Naissance du journalisme comme industrie

Des petits journaux aux grandes agences

L'Harmattan
Communication et civilisation