

Table des matières

Introduction	4
Chapitre I : Reconstruire un ordre social	9
– <i>Les premiers libéraux</i>	9
– <i>Les positions libérales sous le second Empire</i>	16
– <i>Le dogmatisme saint-simonien</i>	23
– <i>Permanence et diversité du dogmatisme</i>	27
– <i>Le rôle des «supériorités» selon les doctrinaires</i>	36
– <i>L'élitisme des républicains</i>	43
– <i>Le journalisme à la croisée des chemins</i>	50
Chapitre II : Mobiliser les classes populaires	53
– <i>La référence à l'opinion publique</i>	53
– <i>La capacité formatrice de la presse</i>	57
– <i>La presse comme moyen de «constituer la classe ouvrière»</i> ..	65
– <i>La nécessité d'un «art nouveau» ?</i>	69
– <i>La presse collectiviste</i>	74
– <i>La petite presse républicaine</i>	77
– <i>La presse catholique et la formation de l'opinion</i>	82
– <i>La critique du nouveau journalisme</i>	86
– <i>La presse reconnue comme une forme d'apostolat</i>	89
Chapitre III : Penser la communication	97
– <i>Liberté et impuissance</i>	97
– <i>Le modèle anglo-saxon</i>	104
– <i>La question de la représentativité des journalistes</i>	110
– <i>L'influence exercée par la presse</i>	113
– <i>La rhétorique renouvelée ou condamnée</i>	118
– <i>L'essor de la communication et ses conséquences</i>	126
– <i>Retour à l'opinion publique</i>	133
Conclusion	141

Introduction

Les discussions contemporaines sur le rôle des médias dans l'espace public paraissent souvent liées au développement récent des médias électroniques. Elles s'enracinent pourtant dans toute une série de débats qui ont eu lieu entre 1814 et 1914 et dont les éléments sont, en fait, relativement ignorés, alors même que leur connaissance permettrait de mieux comprendre les préoccupations actuelles. Ces dernières, en effet, rejoignent celles exprimées en France tout au long du XIX^e siècle par les gouvernants, les parlementaires, les patrons de presse, les journalistes, les philosophes, les sociologues...

Confrontée alors au problème majeur que représentait la nécessité de reconstruire un ordre social prenant acte des effets de la Révolution, l'action politique a été, à la fois, cause et conséquence d'une réflexion portant sur le rôle que la publicité - au sens de publicité des opinions et des motivations des décisions - pouvait et devait avoir dans cette reconstruction¹. C'est pourquoi nous nous attacherons, dans cet ouvrage, à l'analyse des différentes représentations qui, au cours de cette période, ont été données des possibilités de maîtriser, à la fois conceptuellement et pratiquement, l'expansion de la communication engendrée par l'exigence de publicité, qu'il s'agisse, bien évidemment, de l'usage de la presse ou, quelquefois, de celui d'autres formes de communication, cet usage ayant été conçu, de toute manière, comme participant d'une médiation entre gouvernants et gouvernés - et pas seulement d'une médiatisation -, au sein d'un espace public en voie de stabilisation par l'instauration conjointe d'un espace de discussion et d'un monde qui se veut commun.

Dès la Restauration, un cadre fondamental pour l'analyse des fonctions de la communication a été constitué, qui atteste de la pertinence de la comparaison qu'on peut faire entre notre propre époque et cette époque

¹ Voir Habermas, Jürgen, *Strukturwandel der Öffentlichkeit*, Luchterhand, Neuwied, 1962; trad. fr. : *L'espace public*, Payot, Paris, 1978.

- déjà lointaine? - au cours de laquelle a émergé une nouvelle conception du pouvoir manifestant «une intuition quasi-sociologique de l'importance de ces processus de communication, qu'on décrira avec plus de précision comme une utilisation politique réfléchie de la publicité [...] comme outil de pilotage du social »². C'est pourquoi nous envisagerons la question du gouvernement de l'opinion au travers de tout un ensemble de prises de position qui ont marqué le siècle considéré : celles des doctrinaires sous la monarchie parlementaire, celles des libéraux - des hommes politiques et des hommes de presse - jusqu'au second Empire, celles des théoriciens du «pouvoir spirituel», des socialistes et des catholiques pendant tout le siècle, celles des défenseurs de la troisième République - en particulier des universitaires - jusqu'à la première guerre mondiale.

Quels que soient leurs choix politiques, il s'est agi, en effet, pour ces différents idéologues, de proposer :

- des conceptions de l'exercice du pouvoir dans la société qui impliquent des jugements sur la liberté à accorder à la presse, jugements marqués soit par le libéralisme, soit par le dogmatisme, soit par le souci de concilier ces deux orientations ;
- des stratégies de diffusion de leurs conceptions et, plus spécialement, de pénétration des classes populaires, considérées toujours comme devant être éduquées et/ou amenées à prendre conscience d'elles-mêmes ;
- des théories de la communication permettant de rendre compte des bouleversements en cours au sein de la société française et dans les formes de communication les plus étroitement liées à la vie politique.

Ce sont ces thèmes de débat que nous étudierons successivement: le premier chapitre («Reconstruire un ordre social») sera consacré aux conceptions de l'exercice du pouvoir, le deuxième chapitre («Mobiliser les classes populaires») aux stratégies de diffusion, et le troisième chapitre («Penser la communication») aux théories de la communication.

² Voir Neveu, Érik, «Sociostyles»... Une fin de siècle sans classes, *Sociologie du travail*, 1990, n° 2, p. 137-154.

En traitant ces trois thèmes, nous nous donnerons comme objectifs :

- de fournir un rappel des thèses des auteurs les plus connus, notamment en raison de leur redécouverte récente (François Guizot, Alexis de Tocqueville, Gabriel Tarde...);
- d'éclairer d'un jour nouveau ceux qui, connus par ailleurs, sont rarement évoqués pour leur apport à l'histoire de la «pensée communicationnelle»³ (Émile de Girardin, Adolphe Thiers, les fondateurs de *La Croix*...);
- de donner un aperçu de l'importance des représentations de la communication élaborées par des auteurs qui, oubliés après avoir été incontournables, restent cependant des références capitales pour une meilleure compréhension des enjeux du début du XXI^e siècle (qu'il s'agisse des rédacteurs des journaux ouvriers, d'un théoricien du libéralisme comme Édouard Laboulaye ou d'un «pilier de la République» comme Alfred Fouillée...) ⁴.

Nous privilégierons l'analyse de première main des discours effectivement tenus par les différents acteurs sociaux, dans des interventions parlementaires, des articles de presse et des ouvrages. Cette démarche, qui vise à mettre en lumière le plus précisément possible les positionnements et, par là même, la formulation des accords et des clivages que les débats ont suscités, nous paraît pouvoir contribuer :

- à l'histoire des processus de rationalisation de la communication, d'abord, par l'étude des conceptions, stratégies et théories qui ont été exposées au cours du XIX^e siècle afin de contribuer à sa maîtrise;
- à la description des modifications sociales, ensuite, qui affectent la France d'alors, en termes de transformation des rapports de force au sein des différents champs considérés;

³ Suivant l'expression - qu'il applique au XX^e siècle - de Miège, Bernard, *La pensée communicationnelle*, Presses Universitaires de Grenoble, Grenoble, 1995.

⁴ Le lecteur aura intérêt à se reporter, dans un premier temps, aux notices biographiques du *Petit Robert des noms propres*, puis, dans un second temps, à celles du *Dictionnaire de biographie française*. Des compléments pourront être trouvés dans les multiples éditions du *Dictionnaire universel des contemporains* parues au cours de la seconde moitié du XIX^e siècle.

- indirectement, enfin, à la connaissance des contraintes pesant sur l'analyse des productions intellectuelles du passé, à la recherche d'un compromis entre les dangers de l'interprétation et l'impossibilité d'y échapper.

Quant à l'interdisciplinarité qui sous-tend notre analyse, elle est engendrée non seulement par les caractéristiques propres aux préoccupations de ce qu'il est convenu d'appeler les «sciences de la communication», mais également, et surtout, par celles des idéologues du XIX^e siècle, qui ont eux-mêmes tenté, dans la définition de leurs programmes d'action politique, d'articuler des références à des disciplines en déclin (la rhétorique), en plein épanouissement (l'histoire) ou tout juste naissantes (la psychologie, la sociologie).

Afin d'éviter, autant que possible, les erreurs qu'une telle entreprise tend naturellement à multiplier, l'analyse qui est présentée entend pouvoir donner lieu à un certain contrôle de la part du lecteur, par l'usage qu'elle fait de la citation. Sans vouloir donner à la citation le statut de preuve - le choix dont elle résulte légitime la crainte qu'elle puisse être confrontée à une autre qui n'aurait pas la même orientation -, il faut souligner que l'usage qui en sera fait résulte de la nécessité de parer à la tentation de reformuler les problématiques du passé dans les termes de celles qui, parce qu'elles nous sont contemporaines, nous sont aussi plus familières. Au risque de trop laisser parler les textes au gré de choix toujours discutables, il s'agira, avant tout, de dégager des éléments d'information sur les relations complexes qui se sont établies à l'intérieur d'un ensemble de discours et, par conséquent, de traiter les formulations propres aux différents auteurs prenant part aux débats examinés comme des repères utiles pour la détermination des enjeux dont ces débats ont été l'expression. Ce très vaste ensemble sera donc considéré comme structuré par des prises de position qui prennent sens par rapport à d'autres prises de position, au sein de débats explicites ou implicites, dont il est nécessaire de saisir les différents aspects si l'on veut comprendre ce qui est «effectué» par chaque intervenant.

En adoptant ce point de vue, nous souhaitons fournir au lecteur les moyens, d'une part, de mieux connaître des moments clés de l'histoire de la réflexion sur l'espace public et, plus spécifiquement, les modalités

selon lesquelles s'est effectué le passage⁵ d'une situation correspondant à un modèle de communication centré sur la presse d'opinion à une situation issue de l'introduction d'un nouveau modèle - celui de la presse commerciale - ; d'autre part, d'évaluer le degré de prégnance des discussions passées sur celles qui peuvent avoir lieu actuellement.

⁵ Voir Miège, Bernard, «L'espace public : perpétué, élargi et fragmenté», dans Pailliat, Isabelle (dir.), *L'espace public et l'emprise de la communication*, ELLUG, Grenoble, 1995.