Corrigé et barème – Les grandes révolutions techniques de l'information

Comment s'informe-t-on aujourd'hui ; l'information imprimée, de Gutenberg à la presse à grand tirage ; la radio et la télévision au XX^{e} siècle ; la naissance et l'extension d'Internet.

Durée : 120 min – Calculatrice interdite – Sur 20 points · Spécialité HGGSP 1re

Exercice 1 – Repères : quatre dates, de la presse au smartphone ★★ *(4 pts)*

a) Moïse Millaud lance à Paris ***Le Petit Journal***, vendu au numéro un sou et riche en faits divers ; il approche le million d'exemplaires vers 1890. Le journal devient un produit bon marché, acheté par un public populaire. (1)

b) À Pittsburgh, la station **KDKA** annonce en direct les résultats de l'élection présidentielle américaine. C'est la naissance de la radiodiffusion : l'auditeur connaît l'événement au moment où il se produit. (1)

c) Le **couronnement d'Élisabeth II** est suivi par plus de 20 millions de téléspectateurs britanniques et fait décoller les ventes de postes : la télévision entre dans les foyers. (1)

d) Lancement de l'**iPhone** : le smartphone met Internet dans la poche. L'information devient mobile et individualisée, et l'on se connecte sans ordinateur ni ligne fixe. (1)

Piège — une date ne rapporte des points que si l'on dit **ce qu'elle change** pour le public de l'information.

Exercice 2 – Étude critique d'un document : Tocqueville et le journal ★★★ *(6 pts)*

a) Extrait du tome II (1840) de *De la démocratie en Amérique*, d'**Alexis de Tocqueville**, magistrat et penseur libéral qui a observé la société américaine en 1831-1832. C'est un essai de philosophie politique, pas un article de presse ; il paraît au moment où la presse bon marché naît des deux côtés de l'Atlantique. (1)

b) La **simultanéité** : « déposer au même moment dans mille esprits la même pensée » ; la **périodicité** et la **brièveté** : il parle « tous les jours et brièvement » ; la commodité : un « conseiller qu'on n'a pas besoin d'aller chercher », qui traite de « l'affaire commune ». (1)

c) Des hommes qui ne sont plus « liés entre eux » ne peuvent agir ensemble que si chacun est persuadé que son intérêt l'y oblige : le journal est l'instrument de cette persuasion, donc de l'**action commune**, liée aux associations. (1)

d) Dans une société d'égaux, les liens hiérarchiques stables se défont ; chacun se replie sur « ses affaires particulières » : c'est l'**individualisme**. Le journal recrée un lien entre ces individus isolés ; il ne garantit pas seulement la liberté, il « maintient la civilisation ». (1)

e) Il décrit un journal quotidien lu en même temps par un public nombreux : l'intuition se réalise avec *Le Petit Journal* (1863), près du million d'exemplaires vers 1890, puis avec la radio, qui réalise mieux encore la simultanéité. (1)

f) En 1840, la presse française reste chère : même à 40 francs par an, l'abonnement à *La Presse* est hors de portée d'un ouvrier, et une large part de la population lit mal. Tocqueville ignore la dimension commerciale (publicité, romans publiés par épisodes) ; et « déposer » suppose un lecteur passif, alors que les lecteurs choisissent et discutent. (1)

Méthode — chaque idée s'appuie sur les **mots exacts du texte**, puis sur une connaissance datée qui l'éclaire ou la nuance.

Exercice 3 – Dissertation : de Gutenberg à Internet ★★★ *(10 pts)*

a) En 1863, *Le Petit Journal* se vend un sou ; en 1969, plusieurs centaines de millions de personnes voient en direct les premiers pas sur la Lune. Une **révolution technique de l'information** modifie à la fois la quantité et la vitesse de l'information, son coût et la nature de son public. Bornes : de Gutenberg (vers 1450) à nos jours. Problématique : en quoi ces révolutions ont-elles transformé non seulement les supports, mais la place de ceux qui s'informent ? Plan : l'imprimé ; l'information de masse ; Internet. (2)

b) **I. L'imprimé multiplie l'information mais reste l'affaire d'une élite (vers 1450-années 1830).** Un changement d'échelle : Bible à 42 lignes vers 1454-1455, plus de 200 villes dotées d'une presse vers 1500, environ 30 000 éditions d'incunables. Des idées qui circulent vite : 95 thèses (1517), affaire des Placards (1534). Un périodique pour lettrés : *La Gazette* (1631), *Journal de Paris* (1777) ; vers 1786-1790, moins d'un homme sur deux signe son acte de mariage. (2)

c) **II. L'âge de l'information de masse (1836-années 1980).** Une presse populaire par la publicité, la rotative et l'école : *La Presse* (1836), *Le Petit Journal* (1863), lois Ferry (1881-1882). Le direct, la voix et la simultanéité : radiodiffusion en 1920, environ 5 millions de postes en France en 1939, appel du 18 juin 1940. L'image dans tous les foyers : premier JT en 1949, sept foyers sur dix équipés en 1970, la Lune en direct en 1969, puis l'information en continu (CNN, 1980). (2)

d) **III. Internet : une information mondialisée, individualisée et participative (depuis 1969).** Un réseau décentralisé né de la recherche militaire et universitaire : ARPANET (1969), TCP/IP (1983). Le Web et le smartphone ouvrent le réseau au grand public : Web au CERN (1989), domaine public (1993), iPhone (2007), « Web 2.0 » (2005). Un public qui publie, mais un accès inégal : 74 % de l'humanité connectée en 2025, 94 % dans les pays riches contre 23 % dans les pays pauvres ; illectronisme des plus âgés. (2)

e) De Gutenberg à Internet, chaque révolution a élargi le public de l'information, du lettré de la Renaissance au lecteur du journal à un sou, de l'auditeur de 1940 au téléspectateur de 1969, jusqu'à l'internaute qui peut aussi publier. Ces révolutions n'ont pas fait disparaître les médias anciens, et la technique n'a jamais suffi : l'école, le prix, l'équipement ont compté autant que l'invention. Ouverture : en faisant de chacun un producteur d'information, Internet pose la question de la fiabilité des sources, au cœur de l'objet conclusif du thème. (2)

Piège — réciter une liste d'inventions sans jamais parler des **lecteurs, auditeurs et internautes** : le sujet porte sur la rencontre d'une technique et d'un public.

Ce document est la propriété intellectuelle de Ben, professeur particulier (benprofparticulier.fr), protégée par le Code de la propriété intellectuelle (art. L. 111-1 et L. 122-4). Il est mis à disposition pour un usage personnel de révision. Toute reproduction, diffusion, mise en ligne ou revente, totale ou partielle, sans autorisation écrite est interdite et constitue une contrefaçon (art. L. 335-2).