
N° 12 | 2026

Arts et industries

Dans les coulisses de l'industrie journalistique : mutations esthétiques, stratégies commerciales (1870-1940)

Camille MAS

Édition électronique :

URL :

<https://alepreuve.numerev.com/articles/revue-12/2783-dans-les-coulisses-de-l-industrie-journalistique-mutations-esthetiques-strategies-commerciales-1870-1940>

Date de publication : 16/01/2026

Cette publication est sous licence **CC BY-NC-ND** (Attribution - No commercial - No derivatives).

Pour **citer cette publication** : MAS, C. (2026) Dans les coulisses de l'industrie journalistique : mutations esthétiques, stratégies commerciales (1870-1940). *À l'épreuve*, (12). <https://doi.org/10.34745/>

Au xix^e siècle, la littérature, par le biais du journal, entre dans une logique de production marchande. Les progrès techniques, les lois en faveur de la liberté de la presse, l'abaissement du prix des journaux et la démocratisation de l'instruction créent un essor de la demande de lecture et conduisent la presse à adopter une cadence de publication plus rapide et de nouvelles pratiques d'écriture privilégiant la brièveté, l'immédiateté et l'accessibilité.

Par une comparaison des unes de quatre grands quotidiens, *Le Journal*, *Le Matin*, *Le Petit Journal* et *Le Petit Parisien*, entre 1870 et 1940, nous étudierons les mutations esthétiques qui transforment l'aspect visuel et le contenu des journaux. Nous verrons comment la presse se convertit en une véritable industrie de l'instantané, tant du point de vue de la réduction de la taille des articles que de leur illustration massive.

À partir du constat de ces mutations, nous nous intéresserons aux coulisses de la production journalistique. Un corpus de documents d'archives du *Journal* permettra de donner un exemple d'expérience de fabrication des pages des journaux pour voir comment la presse pensait l'évolution de son esthétique en termes de stratégie commerciale.