

## TABLE DES MATIÈRES

	Pages
INTRODUCTION .....	1
1. La notion de l'information.....	1
2. Le droit et la liberté d'information.....	5
3. L'Etat et l'information.....	10
4. Le droit de l'information.....	12
BIBLIOGRAPHIE .....	13

## PARTIE PRÉLIMINAIRE

CHAPITRE PREMIER. — L'ÉVOLUTION DES TECHNIQUES ET DU RÉGIME JURIDIQUE DE L'INFORMATION.....	21
Section 1. — Les débuts de la presse imprimée : premières inventions et premiers combats pour les libertés (1450-1850) .....	21
5. Presse privilégiée et presse pamphlétaire.....	22
6. Apparition des quotidiens.....	23
7. Découverte et écrits de la liberté.....	27
8. L'apparition des techniques modernes.....	34
9. Les nouveaux moyens de diffusion.....	39
10. L'institutionnalisation de la liberté de la presse.....	40
11. L'essor de la presse en France et à l'étranger.....	41
Section 2. — Le développement de la grande presse et l'avènement de l'information audiovisuelle. ....	46
12. Les bouleversements de la presse écrite entre les deux guerres. ....	46
13. L'apparition du cinéma et de la radiodiffusion.....	51
14. L'Occupation et la Libération.....	53
15. La presse à l'époque contemporaine.....	57

<b>16.</b> Les derniers perfectionnements des techniques de la presse écrite.....	69
<b>17.</b> L'avènement de l'information audio-visuelle : la radio-diffusion .....	72
<b>18.</b> Suite. La télévision. ....	73
 <b>CHAPITRE II. — LA PLACE DES MOYENS D'INFORMATION DANS LA SOCIÉTÉ CONTEMPORAINE .....</b>	
	77
<b>19.</b> Généralités.....	77
 <b>BIBLIOGRAPHIE.....</b>	
	78
 <b>Section 1. — La mesure de la place des moyens d'information dans la société contemporaine.....</b>	
	84
<b>20.</b> Généralités.....	84
§ 1. — <i>La structure du marché des moyens d'information .....</i>	85
<b>21.</b> Les particularités du marché des moyens de diffusion collective .....	85
<b>22.</b> Les comportements de consommation .....	86
§ 2. — <i>La consommation de moyens d'information..</i>	92
<b>23.</b> Evolution de la presse.....	92
<b>24.</b> Les équipements de radio et de télévision .....	100
§ 3. — <i>Les utilisations.....</i>	103
<b>25.</b> Les temps consacrés aux moyens d'information.....	105
<b>26.</b> L'écoute des différents moyens de diffusion collective....	108
 <b>Section 2. — L'analyse de la place des moyens d'information dans la société contemporaine.....</b>	
	117
§ 1. — <i>Les théories globales .....</i>	118
<b>27.</b> Généralités. Société de masse et moyens d'information...	118
<b>28.</b> La propagande et les media.....	119
<b>29.</b> Les diagnostics culturels.....	123
<b>30.</b> Les conceptions de Max Luhan.....	127
§ 2. — <i>Les effets des mass media .....</i>	130
<b>31.</b> Généralités.....	130
<b>32.</b> Les media et la politique.....	131
<b>33.</b> Les média et les phénomènes de violence.....	135
<b>34.</b> Les media et les valeurs traditionnelles .....	137

§ 3. — <i>Les fonctions des moyens d'information dans la société contemporaine</i> .....	139
<b>35.</b> Le développement de l'analyse fonctionnaliste.....	139
<b>36.</b> Les distinctions de Charles Wright.....	141
<b>37.</b> Les fonctions de chaque mass media.....	146
<b>38.</b> L'explication de l'évolution des media.....	147
<b>39.</b> Les mass media comme instruments d'évasion. L'escapisme .....	149

## PARTIE PRINCIPALE

### LE REGIME JURIDIQUE DE L'INFORMATION

#### TITRE I

##### L'ADMINISTRATION ET L'INFORMATION

<b>CHAPITRE PREMIER. — LES INSTITUTIONS ADMINISTRATIVES GÉNÉRALES CONCERNANT L'INFORMATION.</b> .....	158
<b>40.</b> L'information dans les structures ministérielles.....	158
<b>41.</b> Le Comité interministériel pour l'information.....	161
<b>42.</b> La Délégation générale à l'information.....	161
<b>43.</b> Le Service juridique et technique de l'information.....	162

#### CHAPITRE II. — LES SERVICES PUBLICS D'INFORMATION ADMINISTRATIVE..... 164

<b>44.</b> Généralités.....	164
<b>45.</b> Les publications officielles.....	166
<b>46.</b> La documentation administrative.....	169

TITRE II  
LA PRESSE ÉCRITE

<b>CHAPITRE PREMIER. — LES ENTREPRISES DE LA PRESSE ÉCRITE.....</b>	<b>176</b>
<b>Section 1. — Le régime commun aux entreprises d'imprimerie et aux entreprises d'édition du livre et de la presse .....</b>	<b>176</b>
47. L'identification de l'imprimeur.....	177
48. Le dépôt de la publication.....	177
49. La déclaration au Parquet.....	180
50. Les obligations relatives au directeur de publication.....	180
51. Les obligations relatives au propriétaire.....	182
52. Les obligations relatives aux ressources de la publication.	184
<b>Section 2. — Le régime du personnel.....</b>	<b>185</b>
§ 1. — <i>Le statut des journalistes.</i> .....	185
53. La notion de journaliste.....	186
54. La carte professionnelle de journaliste.....	190
55. L'application du droit du travail au journaliste professionnel .....	193
56. La clause de conscience.....	196
57. La Commission arbitrale.....	197
58. Déontologie et organisations professionnelles.....	200
§ 2. — <i>Les sociétés de rédacteurs.</i> .....	203
59. <u>L'apparition</u> des sociétés de rédacteurs.....	203
60. L'évolution du problème.....	208
<b>Section 3. — Le régime des biens de presse après la Libération. La Société Nationale des Entreprises de Presse.....</b>	<b>211</b>
61. Généralités.....	211
62. La confiscation et le transfert des biens à l'Etat.....	213
63. La Société Nationale des Entreprises de Presse.....	215
64. La dévolution des biens de presse.....	221
<b>Section 4. — La fabrication.....</b>	<b>225</b>
65. Le personnel de la fabrication.....	225
66. Le papier journal.....	226
67. L'imprimerie .....	231

<b>Section 5. — La distribution.....</b>	236
68. Les conditions du marché.....	236
69. Les Messageries.....	238
70. La vente des journaux.....	242
 <b>CHAPITRE II. — LA LIBERTÉ DE LA PRESSE ET SES LIMITATIONS DANS L'INTÉRET PUBLIC... 249</b>	
71. Généralités.....	249
72. La liberté de la presse et les règles internationales.....	250
<b>Section 1. — Le régime administratif général de la presse.....</b>	251
73. La réglementation administrative de la presse.....	251
74. Libertés de la presse et police administrative générale....	253
74 bis. Les saisies administratives de journaux.....	254
<b>Section 2. — Les régimes particuliers à certaines catégories de publications.....</b>	258
75. Les publications destinées à la jeunesse.....	258
76. Les publications étrangères.....	266
<b>Section 3. — Le régime de la presse dans les pério- des exceptionnelles.....</b>	273
77. Les hypothèses prévues par les textes.....	273
<b>Section 4. — Le droit de rectification.....</b>	275
78. Généralités.....	275
79. Cas d'application et procédure.....	276
<b>Section 5. — La répression des infractions com- mises contre l'intérêt public.....</b>	278
§ 1. — <i>La provocation aux crimes et délits.....</i>	278
80. La provocation directe.....	279
81. La provocation indirecte.....	280
82. Les provocations spéciales.....	281
83. La propagande séditieuse.....	282
§ 2. — <i>Les délits contre les autorités publiques, les corps constitués et les personnes protégées.....</i>	285
84. L'offence au Président de la République.....	285
85. Les délits contre les membres des Gouvernements et les agents diplomatiques étrangers.....	287

<b>86.</b> Les délits envers les corps constitués et les administrations publiques. ....	289
<b>87.</b> Les délits envers les personnes protégées. ....	292
<b>87 bis.</b> Les délits à raison de la race et de la religion. ....	296
<b>88.</b> Les diffamations et injures envers la mémoire des morts..	298
§ 3. — <i>Les outrages (autres que les infractions prévues par la loi de 1891)</i> .....	299
<b>89.</b> La notion d'outrage.....	299
<b>90.</b> Les outrages concernant l'activité judiciaire.....	301
<b>91.</b> Les outrages aux bonnes mœurs.....	303
§ 4. — <i>Les divulgations interdites</i> .....	310
<b>92.</b> L'interdiction de divulguer de fausses nouvelles.....	310
<b>93.</b> Le respect des secrets d'intérêt public.....	315
<b>CHAPITRE III. — LA LIBERTÉ DE PRESSE ET LA PROTECTION DES PARTICULIERS</b> .....	319
Section 1. — <b>Le droit de réponse</b> .....	319
<b>94.</b> Généralités.....	319
<b>95.</b> Cas d'application du droit de réponse.....	320
<b>96.</b> La procédure de mise en œuvre du droit de réponse.....	325
<b>97.</b> Les sanctions.....	331
Section 2. — <b>La protection des particuliers contre la diffamation et l'injure</b> .....	334
<b>98.</b> Les éléments constitutifs des délits de diffamation et d'injure. Les éléments communs.....	334
<b>99.</b> Les éléments propres à chaque infraction. La diffamation envers les particuliers.....	337
<b>100.</b> Les éléments propres à chaque infraction. L'injure.....	348
<b>101.</b> La mise en échec des infractions de diffamation et d'injure. Les immunités.....	354
<b>102.</b> La mise en échec des infractions de diffamation et d'injure. Les faits justificatifs.....	361
<b>103.</b> La mise en échec de l'infraction de diffamation. La preuve de la vérité du fait diffamatoire (« exceptio veritatis »).....	370
<b>104.</b> La mise en échec de l'infraction d'injure. L'excuse légale de provocation.....	375
<b>105.</b> La procédure. La mise en œuvre de l'action publique....	377
<b>106.</b> <i>Suite.</i> L'exercice de l'action civile.....	382
<b>107.</b> <i>Suite.</i> La saisine des juridictions répressives.....	385
<b>108.</b> <i>Suite.</i> L'instruction. L'audience. Les voies de recours...	387
<b>109.</b> <i>Suite.</i> Les prescriptions.....	392
<b>110.</b> Les responsabilités civiles et pénales.....	395
<b>111.</b> Les sanctions.....	396

<b>Section 3. — Les procédures spéciales contre les abus en matière de presse.....</b>	398
§ 1. — <i>La protection des droits intellectuels nés dans l'œuvre de presse.....</i>	398
<b>112. La protection du titre du journal. L'appropriation du titre .....</b>	398
<b>113. Suite. Les procédures de protection du titre.....</b>	404
<b>114. La protection résultant des droits d'auteur.....</b>	406
§ 2. — <i>La protection des particuliers contre la presse.</i>	411
<b>115. La responsabilité civile du journaliste pour faute.....</b>	412
<b>116. La protection de la vie privée avant et depuis la loi du 17 juillet 1970.....</b>	415
<b>CHAPITRE IV. — LE RÉGIME FISCAL DE LA PRESSE.....</b>	421
<b>117. Les impôts directs.....</b>	422
<b>118. La taxe sur la valeur ajoutée.....</b>	424
<b>119. Les droits de douane.....</b>	428
<b>CHAPITRE V. — LES AGENCES DE PRESSE.....</b>	429
<b>Section 1. — Origine et développement des agences de presse.....</b>	430
<b>120. Charles-Louis Havas.....</b>	430
<b>121. L'implantation des autres grandes agences.....</b>	431
<b>Section 2. — Structure et fonctionnement des agences.....</b>	433
<b>122. Caractères généraux des agences.....</b>	433
<b>123. Structure et fonctionnement des agences mondiales.....</b>	435
<b>124. Structure et fonctionnement des autres agences.....</b>	436
<b>125. Les agences nationales à vocation internationale ou agences internationales.....</b>	437
<b>126. Les agences spécialisées.....</b>	438
<b>Section 3. — Le régime juridique des agences de presse en France .....</b>	441
<b>127. Le régime des agences privées.....</b>	441
<b>128. L'Agence France-Presse.....</b>	443

## TITRE III

## LES AUTRES MODES D'INFORMATION

<b>CHAPITRE PREMIER. — LA RADIODIFFUSION ET LA TÉLÉVISION .....</b>	452
<b>129. Généralités .....</b>	452
<b>130. Droit comparé.....</b>	454
<b>Section 1. — Le statut de la radiodiffusion et de la télévision. L'évolution historique.....</b>	456
<b>131. Les premiers aménagements du statut.....</b>	456
<b>132. Le statut de 1959.....</b>	458
<b>133. Le statut de 1964.....</b>	459
<b>134. Le statut de 1972.....</b>	461
<b>135. Le statut de 1974.....</b>	463
<b>Section 2. — Les institutions.....</b>	464
<b>136. Généralités .....</b>	464
<b>137. Les pouvoirs publics.....</b>	466
<b>138. L'établissement public de diffusion (Télédiffusion de France) .....</b>	468
<b>139. Les sociétés nationales de programme.....</b>	470
<b>140. La société de production.....</b>	472
<b>141. L'Institut de l'audio-visuel.....</b>	472
<b>142. Les services extérieurs.....</b>	474
<b>Section 3. — Les activités.....</b>	476
<b>143. Le service public.....</b>	476
<b>144. Le monopole.....</b>	478
<b>145. Les limites du monopole.....</b>	481
<b>146. Les principes de gestion du service public.....</b>	483
<b>147. Suite. Le principe d'objectivité.....</b>	484
<b>148. Suite. Le principe d'égalité. L'égal accès à l'expression..</b>	486
<b>149. Les relations juridiques.....</b>	489
<b>150. Le contrôle de l'Etat.....</b>	495
<b>Section 4. — Le régime financier .....</b>	499
<b>151. Les ressources. La redevance pour droit d'usage des postes récepteurs.....</b>	499
<b>152. Suite. La répartition du produit de la redevance.....</b>	503
<b>153. Les recettes publicitaires.....</b>	504
<b>154. Les autres ressources.....</b>	507
<b>155. Le régime budgétaire et financier.....</b>	508

<b>Section 5. — Le personnel.....</b>	509
<b>156. La situation avant le statut de 1974.....</b>	509
<b>157. La situation actuelle. Le statut du personnel avant la réforme de 1974.....</b>	510
<b>158. La continuité du service public. Les limitations du droit de grève.....</b>	512
<b>Section 6. — La police des transmissions et réopérations.....</b>	514
<b>159. L'installation des antennes réceptrices.....</b>	514
<b>160. La police du bruit.....</b>	515
<b>161. La protection contre les perturbations.....</b>	155
<b>162. Les servitudes et obligations dans l'intérêt des transmissions et réceptions radio-électriques.....</b>	516
<b>Section 7. — Les problèmes internationaux.....</b>	518
<b>163. Les stations périphériques.....</b>	518
<b>164. Les stations pirates.....</b>	519
<b>165. Les institutions internationales et la collaboration internationale en matière de radiodiffusion et télévision....</b>	520
<b>CHAPITRE II. — LA PRESSE FILMÉE (ACTUALITÉS CINÉMATOGRAPHIQUES).....</b>	523
<b>166. Généralités .....</b>	523
<b>167. Les entreprises de presse filmée.....</b>	524
<b>168. Le régime des films d'actualités.....</b>	525
<b>TITRE VI</b>	
<b>LA PUBLICITÉ</b>	
<b>CHAPITRE PREMIER. — NOTIONS GÉNÉRALES SUR LA PUBLICITÉ.....</b>	529
<b>169. Historique .....</b>	529
<b>170. Définition et nature de la publicité.....</b>	532
<b>171. Fonctions et méthodes de la publicité.....</b>	533

**CHAPITRE II. — LES RAPPORTS ENTRE LA PRESSE ET LA PUBLICITÉ.....** 538

<b>172.</b> La répartition de la publicité à l'intérieur des « medias ».	
Les facteurs déterminants.....	538
<b>173.</b> Suite. Analyse des différents « medias ».....	539
<b>174.</b> Les investissements publicitaires dans les « medias »....	545
<b>175.</b> La place de la publicité dans la presse et la radio-télévision privée.....	547
<b>176.</b> L'influence de la publicité sur la presse .....	549

**CHAPITRE III. — LE RÉGIME JURIDIQUE DE LA PUBLICITÉ .....** 554

<b>177.</b> L'organisation professionnelle de la publicité.....	554
<b>178.</b> Les rapports juridiques entre les agences et les annonceurs.....	557
<b>179.</b> Les abus de la publicité.....	560
<b>180.</b> Les publicités interdites ou réglementées.....	562
<b>181.</b> Les annonces judiciaires et légales.....	566