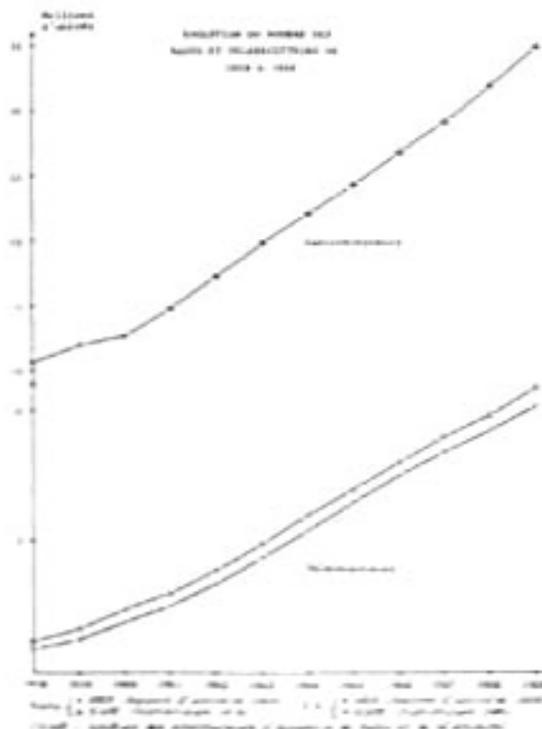


DE GAULLE ET LES MEDIAS (1958-1969)

par Danielle BAHU-LEYSER

Lorsque le général de Gaulle revient au pouvoir en 1958, le paysage médiatique français est en pleine mutation. La presse écrite quotidienne avec treize titres à Paris, pour un tirage global de 4 300 000 exemplaires, et cent dix titres en province, représentant 7 300 000 exemplaires, doit désormais compter avec une radiodiffusion en plein essor et l'amorce du développement de la télévision dans l'Hexagone. De fait, huit foyers français sur dix possèdent alors un poste de radio et seulement sept sur cent un récepteur de télévision, soit un peu plus de dix millions de radiorécepteurs pour un million de postes de télévision (voir graphique 1).

Graphique 1



.../..

La radio est donc présente partout, surtout depuis l'apparition du transistor : on l'écoute dans les cuisines, sur les tracteurs agricoles, dans les automobiles et même dans les djebels algériens les plus reculés, où se trouvent stationnés bon nombre de soldats du contingent.

Onze ans après l'avènement de la Vème République, les moyens de communication audiovisuels ont pris une importance considérable dans les habitudes de vie des Français. Chaque famille possède alors au moins un poste de radio, tandis que le nombre de récepteurs de télévision a décuplé pour atteindre dix millions.

Pourtant, cette entrée en force des nouveaux médias audiovisuels n'entame pas l'audience de la presse quotidienne. A Paris, le nombre de titres reste inchangé entre 1958 et 1969, avec un tirage en légère progression : 4 600 000 exemplaires, soit un accroissement de 300 000 exemplaires en onze ans. En province, si la physionomie de la presse quotidienne se modifie, en perdant le quart de ses titres, son tirage reste quasiment identique avec 7 500 000 exemplaires, donc un supplément de 200 000 exemplaires ment au moment du départ du général de Gaulle.

Car le lecteur reste très attaché à son quotidien d'information. Sans doute, les Parisiens semblent plus fidèles à la grande presse nationale qu'aux journaux populaires. De fait, l'essor de la télévision affecte la diffusion de *France-Soir* et du *Parisien Libéré*, l'image télévisuelle supplantant le cliché photographique, la nouveauté primant sur la routine. En revanche, l'audience des quotidiens de grande information, tels *L'Aurore*, *Le Figaro* et *Le Monde*, résiste à la concurrence des nouveaux médias. Le lecteur est, en effet, assuré d'y trouver le complément d'informations que ne peuvent lui apporter les nouvelles, forcément concises, du petit écran. De leur côté, les lecteurs de province sont liés presque affectivement à leur quotidien régional qui draine alors quatre Français sur cinq de façon régulière et exclusive¹.

Pour bien comprendre les causes de ce phénomène, il faut avoir présente à l'esprit la géographie de l'habitat français. Au temps du général de Gaulle, plus d'un Français sur deux, soit les trois quarts des lecteurs de la presse quotidienne de province, vivent dans des communes de moins de dix mille habitants. Or, dans ces villes et dans ces villages, tout le monde se connaît et *Le quotidien*, en apportant à chacun des nouvelles de l'autre, constitue un instrument de communication privilégié. D'ailleurs, une majorité massive (80%) des lecteurs de province s'intéresse en priorité aux nouvelles locales, aux nouvelles régionales ou aux avis d'état-civil. Toutefois, les nouvelles de la région, si elles restent de loin les plus importantes, ne monopolisent pas

.../..

¹ Cf. SOFRES/Association des seize grandes entreprises de la presse de province, *Le lecteur et son quotidien régional*, Paris, 1969.

l'attention des lecteurs. Les informations nationales et mondiales constituent, en effet, le second motif d'attachement des Français de province pour leur quotidien, notamment dans les classes moyennes et supérieures.

Tout cela explique pourquoi la crainte originelle des rédactions régionales, face au développement de la radio et de la télévision, se dissipe rapidement, lorsque les faits mettent en évidence la complémentarité des vecteurs d'information écrits et audiovisuels. Car, d'une part, la volonté d'une information pluraliste apparaît très vite chez les Français, d'autre part, le journal offre l'avantage de se mettre à la portée du lecteur, en lui apportant ce détail ou ce commentaire que ne lui donnent pas toujours les ondes.

En somme, une presse écrite puissamment implantée, une radiodiffusion omniprésente et une télévision en plein essor, tel se présente le contexte médiatique au sein duquel évolue, onze années durant, le premier Président de la Vème République, après un vécu personnel assez décevant de ses premiers contacts avec les médias.

Effectivement, Charles de Gaulle et la presse n'ont jamais fait bon ménage. Un dissentiment irréductible s'est dressé très tôt entre elle et lui. Le premier fiasco remonte à l'avant-guerre, époque où le jeune colonel effectuait de longues stations dans les antichambres des patrons de presse, pour essayer d'y proposer ses articles sur l'armée blindée, sans pour autant recueillir les répercussions escomptées. Il réussit malgré tout, à force de persévérance, à faire passer, en 1935, cinq articles dans deux journaux importants, *L'Aube* et *L'Echo de Paris*. La mésentente persiste tout au long de la traversée du désert - alors que l'information écrite et les ondes lui sont interdites - et ne se dément pas, en 1958, avec une radio dont il écrit dans ses "Mémoires d'Espoir", qu'elle lui "est barrée"².

La guerre d'Algérie et le référendum de 1962 portant sur l'élection du Président de la République au suffrage universel, creusent définitivement le fossé entre le général de Gaulle et la presse écrite. Et cela se ressent d'autant plus que, depuis 1959, le rééquilibrage constitutionnel du pouvoir législatif et du pouvoir exécutif, au profit de ce dernier, ampute la presse parlementaire des prérogatives qu'elle avait sous la IVème République. Sur toutes ces raisons, viennent également se greffer les oppositions viscérales de certains patrons de presse, comme celle d'Hubert Beuve-Méry du *Monde*, dont curieusement la route publique commence et se termine pratiquement avec celle du général de Gaulle.

Certes, dans ses *Mémoires d'Espoir*, Charles de Gaulle semble faire fi "de la coalition hostile des stylographes (qui), si parfois elle le désoblige, ne (l')atteint pas

.../..

² Charles de Gaulle, *Mémoires d'Espoir - Le Renouveau*, coll. "Livre de poche", p. 363.

profondément"³. En réalité, sans doute a-t-il, un temps, espéré être enfin compris dans ses intentions et dans ses actes par la presse de son pays. Mais il s'en est vite fait une raison : à quelques exceptions près, la presse écrite n'a pas "la fibre nationale"⁴, refusant de remplir sa mission, durcissant son attitude jusqu'à l'excès, dans un "dénigrement... (qui fait) du mal à la France"⁵. C'est pourquoi, lorsqu'il estime que les journaux dépassent les bornes, le général de Gaulle a tôt fait de les stigmatiser. Par exemple, après les commentaires tendancieux qui ont suivi, dans la presse, l'enlèvement à Paris de Medhi Ben Barka, opposant au régime du roi du Maroc, il leur administre une mémorable volée de bois vert :

"Une grande partie de la presse, travaillée par le ferment de l'opposition politique, s'est lancée dans l'exploitation de l'affaire, desservant l'honneur du navire"⁶.

De leur côté, les radios qui, en des "temps héroïques"⁷, ont porté la voix de la France Libre, ne sont plus, aux yeux du Général, des supports d'information auxquels il puisse se fier. Les journalistes de la radiodiffusion-télévision française n'ont-ils pas, lors du référendum de 1962 sur l'élection du président de la République au suffrage universel, ajouté "leurs manifestations à toutes celles qui lui sont opposées, en déclenchant une grève quelques jours avant le scrutin"⁸ ?

Quant aux stations périphériques, le premier président de la Vème République ne leur accorde qu'une confiance limitée. Certes, l'Etat en assure le contrôle plus ou moins direct, par l'intermédiaire de l'agence Havas et surtout de la Société financière de radiodiffusion, la Sofirad. Ainsi l'agence Havas détient 15 % des parts de la Compagnie Luxembourgeoise de Télédiffusion (CLT). La Sofirad possède 84% des actions de *Radio Monte-Carlo* (RMC) et 97 % du capital de *Sud-Radio* créée en 1960, dans la zone de diffusion de la très radicale *Dépêche du Midi*, probablement pour contrecarrer son influence parce qu'elle est fondamentalement anti-gaulliste. C'est pourquoi, le chef de l'Etat a toujours veillé à ce que la Sofirad fût placée sous la direction d'un homme qui eût personnellement sa confiance. Ce sera, par exemple, à partir de 1965, Pierre Lefranc qui fut son ancien collaborateur à l'Elysée et était alors, en 1965, préfet de l'Indre.

En outre, les radios périphériques sont tributaires du ministère des Postes,

.../..

³ Ibid., p. 376.

⁴ Relaté à l'auteur par M. Gilbert Pérol.

⁵ Stanley Hoffmann, *Essai sur la France*, Paris, Seuil, 1974, p.290.

⁶ 21 février 1966, conférence de presse tenue au palais de l'Elysée, in Charles de Gaulle, *Discours et Messages - Vers le terme*, p.16.

⁷ Charles de Gaulle, *Mémoires d'Espoir - Le Renouveau*, op. cit. p. 364.

⁸ Charles de Gaulle, *Mémoires d'Espoir - L'Effort*, coll. "Livre de poche", p. 56.

télégraphes et téléphones (PTT) qui leur loue des câbles exclusifs entre Paris et leurs émetteurs respectifs. Si elles ont parfois tendance à l'oublier, le gouvernement ne manque pas de le leur rappeler. Ainsi le câble reliant la capitale au Grand-Duché de Luxembourg est-il bel et bien coupé, en 1960, à la suite d'une émission hostile à la politique française en Algérie. Toujours est-il que les commentaires sur *RTL*, pendant l'affaire algérienne, ont laissé au général de Gaulle un goût d'amertume, d'où chez lui le sentiment que "le micro diffuse n'importe quoi"⁹.

De cette conjoncture, le premier Président de la Vème République tire les enseignements : il n'a plus rien à attendre de la presse écrite et parlée, il a tout à espérer de la liaison permanente qu'il va établir avec chaque Français.

Pour toutes ces raisons, jointes au fait qu'il y a probablement en Charles de Gaulle "du professeur qui entend lui-même faire la classe à la France" - selon l'expression de Gilbert Pérol, ancien chef de son service de presse à l'Elysée¹⁰ - le chef de l'Etat décide de passer outre ses courroies de transmission habituelles et d'être son propre intermédiaire auprès de ses concitoyens. D'autant plus qu'avec la télévision, il dispose d'un atout-maître dont il pressent le formidable impact qu'elle exercera sur les masses, comme il l'écrira lui-même dans ses "Mémoires d'Espoir" :

*"Voici que la combinaison du micro et de l'écran s'offre à moi au moment même où l'innovation commence son foudroyant développement. Pour être présent partout, c'est là un moyen sans égal"*¹¹.

Le général de Gaulle va donc très vite s'adapter à ce moyen de communication dont l'essor coïncide avec son retour aux affaires et en tirer le maximum. Pourtant, sa première rencontre avec les téléspectateurs, le 27 juin 1958, est, au plan télégénique, un échec. Durant dix-sept minutes, ses lunettes sur le nez et tourné de trois-quarts derrière une série de micros, le général de Gaulle lit son texte, comme s'il était dans un studio de radio.

Sur les conseils conjugués du publiciste Marcel Bleustein-Blanchet, de Jacques Anjubault, rédacteur en chef du journal télévisé, et de Pierre Sabbagh, le général de Gaulle entreprend de modifier radicalement son comportement, pour se plier aux exigences de ce nouveau média. Un mois plus tard, dès sa seconde allocution télévisée, Charles de Gaulle est passé maître dans l'art nouveau de la communication télévisuelle. Ayant appris son texte par coeur, sans lunettes, il personnalise au maximum son message, en lançant, le doigt pointé vers la caméra, un percutant : "C'est à vous que je m'adresse !". Plus tard il écrira :

.../..

⁹ Charles de Gaulle, *Mémoires d'Espoir - Le Renouveau*, op. cit., p. 376.

¹⁰ Entretien accordé à l'auteur.

¹¹ Charles de Gaulle, *Mémoires d'Espoir Le Renouveau*, op. cit., p. 363.

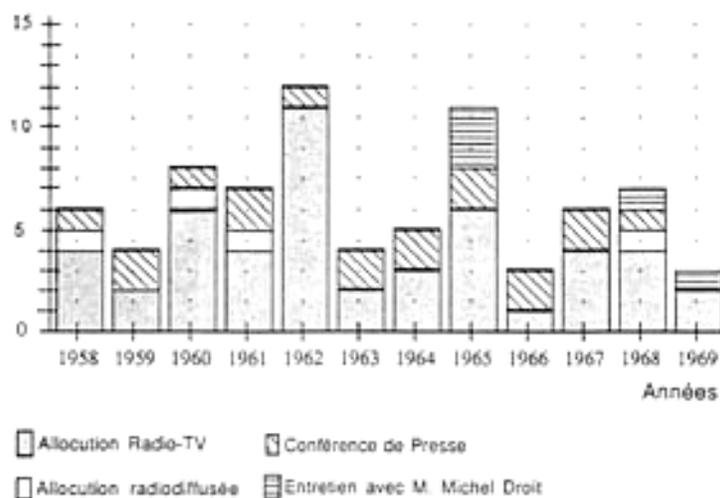
"Pour être fidèle à mon personnage, il me faut m'adresser à eux, les téléspectateurs, comme si c'était les yeux dans les yeux, sans papiers et sans lunettes"¹².

En fait, le contact direct avec l'opinion française est pour lui un rôle aisé à jouer et dans lequel il excelle. Comme l'écrit André Passeron, dans son ouvrage "De Gaulle parle":

"Chez 'l'homme du verbe'... La parole est devenue une arme nouvelle dans la technique du pouvoir... Pour le général de Gaulle qui veut avant gouverner en contact direct avec le peuple, sans écran ni intermédiaire, l'allocution radiotélévisée, les discours sur la place publique constituent les moyens essentiels de cette communication personnelle"¹³.

Ainsi en onze ans, le général de Gaulle prononce-t-il cinquante trois allocutions radiotélévisées, un message radiotélévisé, quatre allocutions radiodiffusées et tient-il dix-huit conférences de presse. Si l'on y ajoute les cinq entretiens qu'il aura avec Michel Droit, cela porte à quatre-vingt-un le nombre de ses interventions radiotélévisées entre 1958 et 1969 (voir graphique 2).

Graphique 2



Il est significatif de constater que plus de la moitié de ses allocutions télévisées sont prononcées entre 1958 et 1962, époque cruciale pour le redressement économique de la France, la réforme des institutions, le règlement du conflit algérien, la définition de la France dans la coopération des états européens et dans la diplomatie

.../..

¹² Ibid.

¹³ André Passeron, *De Gaulle parle*, Paris, Fayard, 1969, p. 1.

mondiale. L'année 1962 est d'ailleurs la plus fertile en allocutions radiotélévisées. Le général de Gaulle en prononce alors onze, car 1962 apparaît comme l'année charnière où il clôt sa politique de décolonisation par la signature des accords d'Evian du 18 mars, ratifiés par référendum le 8 avril, pour prendre à bras-le-corps la construction de l'Europe sur la base du plan Fouchet¹⁴.

Si le général de Gaulle fait largement usage de la télévision, il utilise exceptionnellement la radio ; en tout et pour tout quatre fois entre 1958 et 1969. Ainsi, dix-huit ans après son premier appel à la résistance, lancé le 18 juin 1940 sur les antennes de la BBC, le général de Gaulle retrouve-t-il tout naturellement l'usage de la radio pour sa première allocution de président du Conseil, le 13 juin 1958, appelant les Français à l'effort pour le redressement national. C'est également à la radio qu'il prononce, le 13 juillet 1958, sa deuxième allocution spécialement adressée aux pays d'Outre-Mer.

Il choisit également de s'adresser à l'opinion française par l'intermédiaire de la radio, le 25 janvier 1960, au lendemain des émeutes déclenchées à Alger, après le retour en France du général Massu, démis de ses fonctions de général de corps d'armée d'Alger. Le choix de ce média par le général de Gaulle semble alors dicté à la fois par l'impact qu'il veut donner à son message, surtout auprès des populations civiles et militaires d'Algérie, et par l'urgence de la situation. Revenu dans la nuit de Colombey à Paris, il n'a pas le temps de préparer, dans de bonnes conditions une allocution télévisée. Mais par la suite, pour donner plus de solennité à son message, il prononce une allocution télévisée dans laquelle il apparaît en uniforme, pour la première fois depuis son arrivée à l'Élysée, pour fustiger "un quarteron de généraux en retraite" et demander à l'armée française de rétablir l'ordre à Alger.

Enfin, la dernière circonstance où le général de Gaulle fait usage de la radio, pour s'adresser aux Français, se situe le 30 mai 1968, dans le contexte de désordre qui s'est instauré dans le pays depuis plusieurs semaines, sous forme de manifestations et de grève générale. Le chef de l'État vient de regagner Paris, après une brève rencontre avec le général Massu, alors chef des armées françaises en Allemagne. Il choisit à ce moment-là la radio, semble-t-il, pour plusieurs raisons. Sans doute la radio peut-elle évoquer, dans la mémoire collective, son message historique de juin 1940 et inciter les Français à se ressaisir. Le général de Gaulle doit également agir vite pour frapper l'opinion et, puisque l'Office de la radio télévision française (ORTF) est en grève, la radio lui permettra de se faire entendre, dès l'après-midi, sur tout le territoire national, sans attendre 20 heures. Enfin, il vient d'écrire le texte de son discours et n'a donc pas eu le temps de l'apprendre.

.../..

¹⁴ Cf. à ce propos : Danielle Bahu-Leyser, *De Gaulle, les Français et l'Europe*, Paris, PUF, 1981, préface de François Goguel.

Toujours est-il que ce choix est payant et cela se vérifie de deux façons. D'une part, à l'appel des comités pour la défense de la République, une immense manifestation, de plusieurs centaines de milliers de Parisiens, se déroule sur les Champs-Élysées, pour soutenir son action à la tête de l'État. D'autre part, après la retransmission sur image fixe de son discours, précédant le journal télévisé, obligatoire dans le programme minimum, lorsque l'Institut français d'opinion public (IFOP) demande aux Français s'ils ont entendu son discours : 69 % disent avoir entendu son discours à la radio à 16h 30, 23 % qu'ils l'ont entendu plus tard. Au total, ce message radio a donc réussi à atteindre 92 % de la population (seulement 8 % ne l'ont pas entendu)¹⁵.

Outre les allocutions radiotélévisées et exceptionnellement radiodiffusées, le général de Gaulle privilégie les conférences de presse pour s'adresser au pays et, au-delà de l'Hexagone, aux autres peuples du monde. Comme le précise Jean Chauveau de Lignac qui fut, pour un temps, chef du service de presse à l'Élysée :

*"Ces conférences, véritables cérémonies du régime, interviennent au moment opportun où certaines choses mettant en cause l'intérêt national et les rapports internationaux doivent être dites pour être sues de tous, les journalistes étant pris à témoins de leur teneur, interprètes de leur signification et juges de leur portée"*¹⁶.

Au total, le général de Gaulle tient dix-huit conférences de presse, à un rythme moyen de deux par an, exception faite de 1969, année de son départ prématuré de l'Élysée, à la suite de l'échec, le 27 avril, du référendum sur la régionalisation et la réforme du Sénat. Ces conférences de presse s'ouvrent toutes, à des degrés divers, sur la politique étrangère de la France et les relations internationales, même au plus fort de la crise algérienne.

Ainsi, à travers toutes ces prestations médiatiques, éclate la technique du Premier des Français face à l'opinion, une technique caractérisée par la sobriété de ses discours, l'aisance de ses gestes qui en fait un remarquable acteur du petit écran, le rôle de ses silences et un art consommé de la formule. Formule dédaigneuse quand, évoquant par exemple l'Europe communautaire, il déclare : "On a préféré un truc, un organisme bizarre, l'intégration, plutôt qu'une entente entre les nations". Formule imagée : "Le marché commun est entre le zist et le zest" ou "Nous autres Européens sommes seuls des bâtisseurs de cathédrales". Formule lapidaire pour le Parlement européen : "Un truc où des technocrates, recrutés par cooptation, feraient la loi de leur bureau. On peut faire des discours sur l'Europe supranationale, il est facile d'être jean-

.../..

¹⁵ IFOP, *Les Français et de Gaulle*, présentation de Jean Charlot, Paris, Plon, 1971, p. 190.

¹⁶ Jean Chauveau de Lignac, *De Gaulle et l'information*, document dactylographié archivé à l'Institut Charles de Gaulle.

foutre". Formule gouailleuse enfin : "On peut sauter sur sa chaise comme un cabri en disant : l'Europe ! l'Europe ! l'Europe ! mais cela n'aboutit à rien et ne signifie rien"¹⁷.

A ce sens de la formule, s'ajoute celui du rythme du discours et une parfaite maîtrise de la syntaxe alliée à une grande diversité de vocabulaire : cinq mille mots environ, ce qui, indique le professeur Jean-Marie Cotteret, suffit à le classer en tête des orateurs politiques contemporains¹⁸. Cela aurait pu faire du général de Gaulle, excellent auteur, un piètre tribun. Or, l'audience de ses discours, allocutions télévisées, conférences de presse, qui faisait chuter, ces jours-là, la fréquentation des salles de cinéma et des théâtres, prouve au contraire qu'il a su surmonter ce handicap en utilisant un langage simple, accessible à tous.

En contact direct avec les Français par le biais de la télévision et de la radio et par ses nombreux voyages en province, le général de Gaulle annonce aux Français eux-mêmes, par une allocution radiotélévisée prononcée le 4 novembre 1965, sa candidature à l'élection présidentielle de décembre, leur demandant de renouveler son mandat. Paradoxalement, alors qu'il maîtrise parfaitement l'usage de la télévision, le général de Gaulle est absent de la scène médiatique pour le premier tour de l'élection présidentielle, à telle enseigne que les programmes de télévision de l'époque précisent que l'intervention offerte au candidat Charles de Gaulle est remplacée par... un programme de variétés ! Sans doute, le général de Gaulle pense-t-il alors qu'il existe, vis-à-vis de ses électeurs, une différence de nature entre lui et les autres candidats. Mais cette conviction et l'attitude qui en découle le pénalisent pour plusieurs raisons.

Tout d'abord, l'élection de 1965 constitue non seulement la première élection du président de la République au suffrage universel, mais elle introduit pour la première fois l'usage de la télévision comme instrument d'une campagne présidentielle en France. Par ailleurs, les émissions officielles intéressent tellement les Français que certaines salles de spectacles décalent les heures de leurs programmes en fonction de ces émissions et vont même jusqu'à installer des téléviseurs dans leurs halls ; c'est par exemple le cas, à Paris, du théâtre Edouard VII ou du théâtre de la Michodière. Enfin, l'un des candidats, Jean Lecanuet, mène une campagne dynamique et fortement médiatique, sur les conseils du communicateur politique Michel Bongrand dont le général de Gaulle vient de refuser les services.

D'autres éléments plus politiques entrent en ligne de compte et, en premier lieu,

.../..

¹⁷ In André Passeron, *De Gaulle (1958 1969)*, Paris, Bordas, coll. "Présence politique", 1972, pp. 66 et 72.

¹⁸ Jean-Marie Cotteret et René Moreau, "Le vocabulaire du général de Gaulle", in *Charles de Gaulle*, ouvrage collectif, Paris, L'Herne, 1973, p. 228.

le mécontentement des agriculteurs à l'égard du général de Gaulle, responsable à leurs yeux de la crise européenne de juin 1965 qui risque de mettre en cause le Marché commun. S'y ajoutent l'usure du pouvoir et l'apparition des nouvelles générations, pour lesquelles le général de Gaulle ne revêt pas la même importance historique que pour leurs aînés. Mais l'importance du débat qui s'est instauré dans le pays conduit le général de Gaulle à entrer dans l'arène en s'exprimant, pour la première fois, le 30 novembre, avant le premier tour de l'élection présidentielle.

Mis en ballottage, le chef de l'Etat modifie sa stratégie, en acceptant de dialoguer longuement avec Michel Droit devant des milliers de téléspectateurs et d'auditeurs. Cela se reproduira à trois reprises, les 13, 14 et 15 décembre. Réélu au second tour, avec près de 55 % des suffrages exprimés le général de Gaulle réutilise largement le petit écran.

En définitive, face au contentieux qui atteint les relations avec la presse écrite et parlée, le général de Gaulle établit par le biais de la télévision le lien qui va lui permettre de communiquer directement avec les Français. Après un début désastreux en 1958, il se plie rapidement aux règles de ce nouveau média dont il appréhende d'emblée la puissance d'impact sur l'opinion. Et, pendant onze années, il y donne la pleine mesure de son talent "d'artiste de la politique", comme le désigne le professeur Stanley Hoffmann, "à la fois par le verbe et par le geste". Pionnier dans le domaine de la communication politique à la télévision, il en ouvre l'une après l'autre les voies par ses allocutions, les retransmissions de ses conférences de presse, de ses voyages à travers la France et à l'étranger. Au total, une centaine d'heures de présence dans les foyers français.

Lorsqu'il maîtrise suffisamment cette nouvelle technique, innovant une fois encore, il invite, élégance ou ironie suprême, un représentant de la presse écrite à partager avec lui le petit écran. Ce seront les fameux entretiens avec Michel Droit, en décembre 1965 d'abord, puis en juin 1968, pour faire le point de l'après-mai 1968, enfin le 10 avril 1969. Cherchant alors, une dernière fois, à convaincre les Français du bien-fondé des réformes administratives, au nom desquelles il met son mandat en jeu, il ignore encore que ses paroles d'espoir sont un message d'adieu ; mais, en visionnaire, Charles de Gaulle ne le pressent-il pas déjà ?

Danielle BAHU-LEYSER