

Introduction

La politique entre communication et personnalisation

« Je suis le président de la République. Je suis tombé du train¹. » C'est en ces termes que Paul Deschanel, président de la République française, se serait adressé à André Rabeaud, garde-barrière du passage à niveau n° 79 placé à l'entrée de Mignerette, petite ville du département du Loiret, alors qu'il effectuait son habituel tour de reconnaissance le long du chemin de fer la nuit du 23 au 24 mai 1920.

Après avoir quitté Lyon à 21 h 30 en direction de Montbrison où il devait inaugurer un monument le lendemain, le président de la République était effectivement tombé du train, victime d'un léger malaise après avoir ouvert la porte-fenêtre de son wagon-lit pour prendre l'air. Heureusement, le convoi se déplaçait au ralenti en raison de travaux le long de la voie ferrée. Le chef de l'État avait ainsi limité les dégâts et s'en tirait avec quelques blessures. Personne, dans le train présidentiel, ne s'était rendu compte de l'accident dont avait été victime Deschanel, pas même son secrétaire personnel Aulneau. Le président, le visage ensanglanté, s'était mis à errer le long des rails en pyjama jusqu'à ce qu'il rencontre au milieu de la nuit le garde-barrière et l'interpelle en lui révélant son identité et en lui racontant brièvement son accident. Certain d'avoir affaire à un ivrogne, Rabeaud prit néanmoins le soin de l'amener à la maison la plus proche où les époux Dariot accueillirent le malheureux, soignèrent comme ils le purent ses ecchymoses et le firent s'allonger sur un divan pour qu'il se repose. Le maître de maison, peu convaincu de se trouver face à un gentilhomme, alla tôt le matin avertir les gendarmes de la station de Corbeilles de l'incident, les informant que la personne à qui ils avaient offert l'hospitalité prétendait être le président de la République. N'ayant reçu aucune communication concernant une telle disparition, les gendarmes renvoyèrent rapidement chez lui Dariot, plus que jamais convaincu d'avoir affaire à un déséquilibré. C'est seulement le 24 mai, en fin de matinée, que le sous-préfet Louis Lesueur, averti de l'accident dans lequel l'illustre passager était impliqué, se précipita pour récupérer le président

1. « Le Président de la République victime d'un accident », *Le Figaro*, 25 mai 1920, p. 1.

Deschanel chez les Dariot et résolut ainsi une situation plutôt embarrassante et assez ridicule, qui allait inspirer l'imagination fertile des vignettistes².

Quarante ans exactement après cet épisode qui nous ramène à une époque où le visage et l'apparence physique des principales personnalités politiques étaient complètement inconnus de la grande majorité des citoyens, la *Revue française de science politique*, qui n'était certainement pas au courant de cet anniversaire, publia un article d'Albert Mabileau, significativement intitulé « La personnalisation du pouvoir dans les gouvernements démocratiques », destiné à ouvrir un débat animé³ :

« Les régimes démocratiques connaissent aujourd'hui une transformation dans la dévolution du Pouvoir. À leur tête se trouve placé un leader, qui exerce effectivement le Pouvoir et domine la vie politique [...]. Cette personnalisation du Pouvoir est nouvelle dans les démocraties continentales [...]. La tendance naturelle de l'opinion [à la personnalisation] est aujourd'hui favorisée par les transformations matérielles qu'a subies la démocratie contemporaine. Les relations entre le peuple et ses gouvernants sont [...] devenues étroites et constantes. Ce contact permanent est un nouvel impératif du régime démocratique [...]. Le cinéma, la radio, la télévision permettent au simple citoyen d'approcher les dirigeants du pays [...]. Les techniques modernes de propagande ont créé un nouveau besoin démocratique, qui permet au citoyen de voir s'incarner concrètement le Pouvoir. Il faut y voir un facteur puissant de la personnalisation du Pouvoir, que la réalité politique comme institutionnelle ne saurait ignorer⁴. »

Ce politologue utilisait une expression empruntée au vocabulaire des affaires et qui entra rapidement dans celui de l'analyse historique et politique, pour définir ce qu'il identifiait comme une caractéristique récente mais de plus en plus répandue dans les démocraties occidentales. Les pays anglo-saxons, caractérisés par un système électoral majoritaire et un contexte médiatique particulièrement développé – deux aspects qui ont encouragé l'établissement de contacts directs entre les dirigeants politiques et l'opinion publique – étaient à l'avant-garde dans ce domaine. Aux États-Unis, après l'expérience des causeries au coin du feu de Franklin Delano Roosevelt, le républicain Eisenhower avait imprimé un changement important en instituant, à partir de janvier 1958, sur les conseils de son attaché de presse Jim Hagerty, des conférences de presse télévisées régulières diffusées en direct de la Maison Blanche⁵. Du reste, dans les années 1960 – date

2. L'hebdomadaire satirique *Le Canard enchaîné* publia, en couverture, une vignette inspirée de l'épisode. Un mari, rentré à la maison après son travail, trouvant sa femme à moitié nue et son amant également dévêtu qui tentait maladroitement de se cacher sous le lit, lui hurlait avec rage : « Allons, réponds ! Qui est cet homme ? » La femme, cherchant une excuse pour cacher sa trahison, lui répondait : « Mais... je ne sais pas, mon ami... c'est peut-être le président de la République », *Le Canard enchaîné*, 2 juin 1920, p. 1.

3. L'article inspira un important congrès, auquel prit part la fine fleur de la politologie française de l'époque, organisé à Dijon par l'Association française de science politique et dont les actes ont été publiés dans HAMON L. *et al.* (dir.), *La Personnalisation du pouvoir. Entretiens de Dijon du 10 et 11 mars 1962*, Paris, PUF, 1964.

4. MABILEAU A., « La personnalisation du pouvoir dans les gouvernements démocratiques », *Revue française de science politique*, 10, n° 1, 1960, p. 39-65.

5. ALLEN C., *Eisenhower and the Mass media: Peace, Prosperity & Prime Time TV*, Chapel Hill, University of North Carolina, 1993.

de publication de l'article de Mabileau – la campagne électorale en vue des présidentielles vit la scène politique américaine se caractériser par une médiatisation et une spectacularisation croissante qui devait beaucoup à la stratégie innovante développée par le *brain trust* qui accompagnait le candidat démocrate John Fitzgerald Kennedy⁶. En Grande-Bretagne, Harold Macmillan venait de démontrer son talent dans l'utilisation des médias. Entre autres grâce à l'aide de l'agence de publicité Colman, Prentis and Varley à qui l'on doit le fameux slogan : « *Life's Better with Conservatives. Don't Let Labour Ruin It*⁷ », il contribua à personnaliser la compétition électorale de l'automne 1959 qui l'avait reconduit au pouvoir et lui avait valu le surnom de « Supermac », devenu populaire grâce au vignettiste de l'*Evening Standard*, Vicky⁸. Quant aux grandes démocraties du Continent, elles n'étaient pas non plus à l'abri de cette évolution. En Allemagne, Adenauer avait mis en place une véritable *Kanzlerdemokratie* autour de son personnage (d'où le slogan électoral de la CDU en 1957, « laissez-le travailler ! »). Néanmoins, et malgré le fait qu'il fut longtemps le règne de la dépersonnalisation du pouvoir⁹, le pays qui choisit cette voie avec le plus de décision fut la France du général de Gaulle, dont le retour au pouvoir constituait « une transformation brutale, un changement complet du régime politique qui marque l'avènement du leadership¹⁰ ».

En dépit du retard avec lequel l'œuvre de Max Weber pénétra en France – retard du essentiellement à l'hégémonie durable de la sociologie durkheimienne –, Mabileau en utilisait un élément central : l'idéaltype du leadership charismatique que Weber avait introduit dans l'élaboration de sa théorie des trois types purs de pouvoir pour expliquer le cas des « tournants historiques ». La thèse d'une proximité particulière entre l'idéaltype wébérien du leadership charismatique et l'histoire du général de Gaulle a du reste été progressivement acceptée tant par les historiens que par les politologues, au moins à partir de l'étude de Wolfgang Mommsen sur Max Weber et la politique allemande¹¹. Ce sont, tout au plus, les interprétations visant à associer la figure du Général à l'un des archétypes classiques du leadership politique qui divergent¹².

6. WHITE T. H., *The Making of the President 1960*, New York, Atheneum, 1961. Pour une étude récente sur les nouveautés introduites par la campagne présidentielle de 1960, cf. RORABAUGH W. J., *The Real Making of the President. Kennedy, Nixon and the 1960 Election*, Lawrence, University Press of Kansas, 2009.

7. BUTLER D. E. et ROSE R., *The British General Election of 1959*, London, Macmillan, 1999; ROSENBAUM M., *From Soapbox to Soundbite: Party Political Campaigning in Britain since 1945*, London, Macmillan, 1997; WRING D., « Political Marketing and Party Development in Britain. A "Secret" History », *European Journal of Marketing*, 30, n° 10/11, 1996, p. 92-103.

8. CLARKE P., *Speranza e gloria. L'Inghilterra nel XX secolo*, Bologna, il Mulino, 2000, p. 344.

9. Pour une reconstruction des premières expériences de personnalisation politique au cours de la IV^e République, cf. BRIZZI R., « Alle origini della "telecrazia". L'evoluzione della comunicazione politica in Francia durante la Quarta Repubblica », *Comunicazione Politica*, IX, n° 1, 2008, p. 11-28.

10. MABILEAU A., « La personnalisation du pouvoir », art. cit., p. 48.

11. Wolfgang Mommsen a insisté sur le parallèle entre de Gaulle et l'idéaltype wébérien du leadership charismatique tant dans la préface à l'édition anglaise (Chicago, 1984) de son volume que dans la conclusion de l'édition française (MOMMSEN W., *Max Weber et la politique allemande, 1890-1920*, Paris, 1985).

12. Dans sa conclusion de l'édition française du volume sur Max Weber, Mommsen observait que « de Gaulle fut un homme d'État qu'il faut indubitablement ranger dans la catégorie du chef césarien », MOMMSEN W.,

Les éléments de concordance entre le modèle wébérien et l'expérience gaulliste post-1958 nous semblent être liés à au moins trois ordres d'idées. Tout d'abord, c'est un pouvoir qui interrompt de manière radicale la continuité légale du système. La rupture ne se produit pas seulement avec le cours régulier de la IV^e République à travers l'approbation d'une nouvelle constitution mais aussi avec la tradition institutionnelle elle-même fondée, à partir de l'échec du « coup d'État » de Mac Mahon de 1877 (en réalité une simple tentative visant à interpréter dans un sens présidentiel les lois constitutionnelles de 1875) sur la centralité du parlement et son corollaire inévitable, la dépersonnalisation du pouvoir¹³. Il s'agit d'une césure qui, en conformité avec le schéma wébérien, correspond à une situation exceptionnelle : l'incapacité du pouvoir politique à faire face aux crises répétées liées à la décolonisation et, dans ce cas précis, à la rébellion algérienne. La particularité de ce phénomène réside dans le fait que le leader représente à la fois le produit de la crise et le moyen nécessaire pour la surmonter.

Deuxièmement, le leadership charismatique avait été conçu par Weber comme un moment limité et exceptionnel pour une transition qui avait pour

Max Weber, op. cit., p. 517. Cette position se trouve en harmonie avec la célèbre thèse de René Rémond qui, dans son étude sur les droites françaises, a placé le gaullisme au sein de la tradition bonapartiste, cf. RÉMOND R., *Les Droites en France*, Paris, Aubier, 1982. Figure clé de la pensée politique européenne consciente de la mutation de la nature du leadership politique, Napoléon III a représenté, avec Napoléon I^{er}, l'incarnation du retour de César. Le dictateur romain est souvent présenté comme exemple évident de destructeur de la *res publica* et beaucoup associèrent le système édifié par de Gaulle entre 1958 et 1962 à un gouvernement autoritaire qui décrèterait une nouvelle fin du régime républicain (la comparaison était entre le 18 brumaire 1799 et le 2 décembre 1851), cf. MITTERRAND F., *Le Coup d'état permanent*, Paris, Plon, 1964 et DUCLOS J., *De Napoléon III à de Gaulle*, Paris, Éditions sociales, 1964. À l'épreuve des faits, et malgré le succès qu'elle a connu (dans le contexte italien, on peut renvoyer à l'étude de Mercadante qui définit le gaullisme comme « démocratie plébiscitaire [...] la plus évoluée et la plus souple que l'Europe de l'ère technologique ait connu », MERCADANTE F., *La democrazia plebiscitaria*, Milano, Giuffrè, 1974, p. 74), il s'est agi d'une thèse démentie par les événements – lesquels ont démontré que le système mis en place par le général de Gaulle a été accepté non seulement par ses successeurs, mais aussi par l'opposition – et par certains des principaux critiques du Général comme par exemple François Mitterrand, auteurs d'éclatantes autocritiques. Le retour au pouvoir du général de Gaulle apparaît plutôt comme l'aboutissement d'un compromis réalisé dans des conditions d'urgence nationale, obtenu par l'intermédiaire de nombreuses concessions que l'armée pouvait faire au pouvoir politique et que le pouvoir politique pouvait faire à l'armée après quatre années de Guerre d'Algérie. Le recours à l'autre archétype classique du leadership politique, Moïse, nous semble beaucoup plus utile pour interpréter le leadership gaulliste, à savoir le grand passeur capable de guider le peuple et de le garder uni durant la traversée grâce à son charisme. Pour des interprétations qui placent de Gaulle dans la catégorie du « prophète politique », en faisant référence explicitement à l'archétype de Moïse, cf. GIRARDET R., *Mythes et mythologies politiques*, Paris, Le Seuil, 1986, p. 78-80 et POMBENI P., *La ragione e la passione. Le forme della politica nell'Europa contemporanea*, Bologna, il Mulino, 2010, p. 623-697. Cette thèse a été progressivement acceptée par l'historiographie contemporaine (cf. AGULHON M., *De Gaulle. Histoire, symbole, mythe*, Paris, Plon, 2000 ; QUAGLIARIELLO G., *La Religion gaulliste*, Paris, Perrin, 2007) et par la science politique (GAÏTI B., *De Gaulle prophète de la V^e République (1946-1962)*, Paris, Presses de Sciences Po, 1998 ; GENTILE S., *Capo carismatico e democrazia: il caso de Gaulle*, Milano, Franco Angeli, 1998 ; GAFFNEY J., *Political Leadership in France: From Charles De Gaulle to Nicolas Sarkozy*, Basingstoke, Palgrave Macmillan, 2010).

13. Pour un approfondissement sur la crise institutionnelle de 1877, cf. RUDELLE O., *La République absolue. Aux origines de l'instabilité constitutionnelle de la France républicaine*, Paris, Publications de la Sorbonne, 1982. Sur l'association entre parlementarisme et modèle républicain, cf. BERSTEIN S. et RUDELLE O. (dir.), *Le Modèle républicain*, Paris, PUF, 1992 ; RÉMOND R., *La République souveraine. La vie politique en France 1878-1939*, Paris, Fayard, 2002.

but d'établir un nouveau type de système politique ordinaire. En d'autres termes, pour Weber, le leadership charismatique donne vie à un pouvoir précaire et instable, dont le court terme semble être le cadre obligé. La durée, un peu plus de dix ans, de la présidence gaulliste, ne doit pas induire en erreur. Au printemps 1958, alors que la classe politique rappelait le Général au pouvoir, tout le monde était en effet convaincu d'avoir recours à une personnalité hors du commun pour faire face à une situation exceptionnelle, après quoi le système reprendrait sa forme traditionnelle du pouvoir parlementaire impersonnel, comme cela avait déjà été le cas quelques années auparavant avec Mendès France et à la fin de la Première Guerre mondiale avec Clemenceau¹⁴. Ce n'est certainement pas un hasard si en France, le véritable processus de dé-légitimation de la figure du général de Gaulle ne commença pas au moment de son retour au pouvoir mais seulement quand, à l'automne 1962, une fois réglée la question algérienne, il fut clair que le Général – avec sa proposition d'introduire l'élection directe au suffrage universel du président de la République – avait l'intention d'institutionnaliser la présidentialisation du système né de l'urgence¹⁵. Comme l'observa Raymond Aron dans la revue *Preuves*, la V^e République sous de Gaulle restait un régime tout à fait précaire :

« Le Président de la V^e République française se définit comme un arbitre au-dessus des partis, comme l'incarnation de la nation entière, ce qui est peut-être vrai pour le général de Gaulle mais ne le serait pas pour n'importe quel président de la République élu par le collège électoral élargi. La V^e République avec le général de Gaulle est, par essence, un régime provisoire¹⁶. »

Une dernière caractéristique essentielle du pouvoir charismatique, étroitement liée à la précédente est, selon la théorie wébérienne, la nécessité pour le leader de se surpasser continuellement. Si le leader charismatique échoue, son charisme en est inévitablement affecté ; au contraire, s'il s'impose, ses disciples sont obligés de le soutenir et de le suivre. De Gaulle, en se mettant personnellement en jeu à chaque élection, rappelant la singularité de sa figure et la relation privilégiée qui le liait à la nation, ne se limitait pas à confirmer la nature exceptionnelle de son pouvoir. La célébration du référendum, « la pratique la plus nette, la plus franche, la plus démocratique qui soit¹⁷ », était la preuve la plus évidente de la façon dont de Gaulle acceptait pleinement les risques inhérents à la précarité de son leadership et en tira d'ailleurs les conséquences nécessaires en avril 1969 quand aucune disposition constitutionnelle ne l'obligeait à démissionner.

14. Pour une étude concernant la figure du « sauveur politique » dans l'histoire contemporaine française, cf. FISCHER D., *L'Homme providentiel de Thiers à de Gaulle : un mythe politique en République*, Paris, l'Harmattan, 2009.

15. À ce propos, cf. BRIZZI R., « Delegittimazioni del generale de Gaulle nella Francia della V Repubblica », CAMMARANO F. et CAVAZZA S. (dir.), *Il nemico in politica. La delegittimazione dell'avversario nell'Europa contemporanea*, Bologna, il Mulino, 2010, p. 171-200.

16. ARON R., « Démission des Français ou rénovation de la France? », *Preuves*, 96, n° 2, 1959, p. 5.

17. DE GAULLE, *Discours et Messages*, III, *Avec le renouveau. Mai 1958-juillet 1962*, Paris, Plon, 1970, p. 399.

Une fois attribué l'idéaltype wébérien de leadership charismatique à la figure du général de Gaulle, il faut cependant éviter tout sentiment d'accomplissement. Le risque est en effet d'utiliser la catégorie du leadership comme variable explicative, alors qu'il s'agit avant tout d'une variable à expliquer.

Dans cette étude, nous nous concentrerons sur un aspect certes partiel, mais néanmoins décisif du leadership du général de Gaulle après son retour au pouvoir en 1958 : celui de l'utilisation faite par l'Homme du 18 juin des moyens de communication de masse et, en particulier, de la télévision. Partiel parce que, bien que plus d'un observateur ait tenté instrumentalement de confirmer cette thèse, le leadership gaulliste peut difficilement être expliqué par la seule utilisation, ô combien habile certes, des moyens de communication de masse¹⁸. Pour infirmer cette thèse, il suffirait de rappeler le fait que lorsque « le plus illustre des Français » fut rappelé au pouvoir, il revenait d'une longue période d'abstinence médiatique décrétée onze ans auparavant par le président du Conseil Ramadier, qui avait imposé une interdiction de diffuser sur les ondes de la radio-télévision les discours politiques du Général, coupable d'avoir donné naissance à une formation « antisystème », le Rassemblement du peuple français (RPF). C'est toutefois un aspect décisif car au moment de son retour au pouvoir, le général de Gaulle fit de la radio, et surtout de la télévision, un instrument privilégié pour rester en contact avec la nation, pour œuvrer à cette communion particulière avec son peuple, indispensable à tout chef charismatique. Comme l'observa André Passeron, journaliste politique du *Monde* :

« Il est devenu depuis 1958 l'homme du verbe [...]. Depuis 1958 sa parole est devenue une arme nouvelle dans la technique du pouvoir. Rares, sans doute, sont les chefs d'État à s'être si souvent exprimés en public. Pour le général de Gaulle qui veut avant tout gouverner en contact direct avec le peuple, sans écran ni intermédiaire, l'allocution radiotélévisée, le discours sur la place publique constituent les moyens essentiels de cette communication personnelle¹⁹. »

Le lien entre communication, leadership et redéfinition des critères de légitimité ne représente certes pas une nouveauté en histoire politique. À la fin des années soixante du XIX^e siècle, le journaliste britannique Walter Bagehot, commentant l'ascension de William Gladstone – le grand homme politique libéral qui incarna dans toute l'Europe l'archétype du démagogue à succès (au point que même Bismarck était hanté par la comparaison avec lui²⁰) – avait observé que l'essence de son leadership consistait dans son « pouvoir d'expliquer » la politique en dehors du parlement à un public plus large de non-spécialistes : « Ils n'auraient jamais pensé que ce que M. Gladstone a fait dans le domaine de

18. Sur les origines du charisme gaulliste, cf. QUAGLIARIELLO G., « L'origine del carisma di de Gaulle e il suo impatto sulla storia della Francia repubblicana », *Ricerche di Storia Politica*, V, n° 3, 2002, p. 377-392.

19. PASSERON A., *De Gaulle parle*, Paris, Fayard, 1962, p. 1.

20. En ce qui concerne l'association de la figure de Gladstone à l'idéaltype wébérien de leadership charismatique, cf. CLARKE P., *A Question of Leadership: Gladstone to Thatcher*, London, Penguin Books, 1992 ; BIAGINI E. F., « Gladstone e l'invenzione della "leadership" in una democrazia imperfetta », *Ricerche di storia politica*, V, n° 3, 2002, p. 341-350.

la finance puisse être fait. Maintenant qu'il l'a expliqué ils en sont ravis mais ils avaient besoin qu'on leur explique. S'il peut en faire de même pour le reste de la politique il se peut bien qu'il soit notre Premier ministre pendant de nombreuses années²¹. » Le cadre de notre analyse est celui de l'évolution du concept de *government by discussion* au sein d'un système politique – la démocratie – qui accorde une importance croissante au discours politique, conduisant à une transformation progressive des formes de la représentation.

L'expérience gaulliste se situe à un moment déterminant de ce parcours, dont le point de départ est généralement identifié dans la pensée de Carl Schmitt²². Le philosophe politique allemand ne s'est pas limité à souligner l'existence d'un lien entre l'idée de la représentation et le rôle de l'institution parlementaire, il a aussi interprété le rôle central accordé à l'assemblée comme la conséquence naturelle d'une conviction antérieure et profonde dans les vertus du principe de gouvernement à travers la vérité (*veritas non auctoritas facit legem*) et dans la conviction que le débat est le moyen le mieux adapté pour faire éclater la vérité²³. D'où l'idée que l'autorité politique centrale doit être un lieu de discussion, c'est-à-dire – dans les régimes de la fin du XIX^e siècle et du début du XX^e siècle – avant tout les chambres qui constituent le parlement²⁴.

Au cours du XX^e siècle, avec l'avènement des partis de masse sur la scène politique, le concept a subi une première évolution majeure, parallèlement à la transformation des modes de représentation produite par l'affirmation de ces organisations. Si l'expansion progressive du corps électoral n'a pas fait disparaître la relation personnelle entre l'élu et ses électeurs qui était à la base du parlementarisme classique, les partis de masse se présentaient comme des véhicules pour guider et encadrer les suffrages de larges parties de l'électorat grâce à leur organisation et au réseau de militants dont ils disposaient.

Dans la démocratie des partis on assista ainsi à un double phénomène. D'un côté, l'un des postulats du parlementarisme classique est remis en question : l'élection ne consiste plus à choisir une personne de confiance ; la préférence va d'abord à un parti (un phénomène qui favorise la stabilité électorale). De l'autre,

21. BAGEHOT W., « The New Ministry », ID., *Collected Works*, VII, *The Political Essays*, London, The Economist, 1974, p. 162. Cette nouvelle exigence du pouvoir de communiquer avec les citoyens ne fut pas bien accueillie par tous. À ce propos, la plainte que le leader conservateur britannique Lord Salisbury adressa à la reine Victoria est emblématique : « Cette obligation de faire des discours politiques implique un surcroît de travail pour les Serviteurs de votre Gracieuse Majesté et cela nous le devons entièrement à M. Gladstone », PUGH M., *The Making of Modern British Politics 1867-1939*, Oxford, Blackwell, 1982, p. 3.

22. GALLI C., *Genealogia della politica: Carl Schmitt e la crisi del pensiero politico moderno*, Bologna, il Mulino, 2010 ; SCHMITT C., *Le categorie del « politico »*. *Saggi di teoria politica* (a cura di MIGLIO G. et SCHIERA P.), Bologna, il Mulino, 1972. Pour une étude sur la pensée politique de Schmitt dans le contexte du XX^e siècle, cf. MÜLLER J. W., *A Dangerous Mind: Carl Schmitt in Post-War European Thought*, New Haven, Yale University Press, 2003.

23. Sur le rôle de la discussion et de la « souveraineté de la raison » chez Guizot, un des principaux auteurs de référence de la pensée de Schmitt et plus en général du lien entre débat et représentation est ROSANVALLON P., *Le Moment Guizot*, Paris, Gallimard, 1985.

24. MANIN B., *Principes du gouvernement représentatif*, Paris, Calmann-Lévy, 1995, p. 236. Sur ces thèmes, cf. les analyses de HABERMAS J., *L'espace public. Archéologie de la publicité comme dimension de la société bourgeoise*, Paris, Payot, 1978.

on assiste à un dédoublement du lieu désigné pour accueillir le débat politique : au parlement, où règne désormais une discipline stricte qui ne permet pas à la discussion de générer spontanément la décision finale s'ajoute le parti qui – avec ses organisations parallèles et ses organes dirigeants – devient le véritable lieu de la délibération (le concept est particulièrement évident dans les partis d'inspiration communiste, caractérisés par le centralisme démocratique²⁵).

À partir des années soixante du xx^e siècle, enfin, on assiste à une évolution supplémentaire, favorisée par la révolution des médias, par l'arrivée en politique des nouveaux moyens de communication de masse, à commencer par la télévision, qui s'affirme comme le principal véhicule de cette « personnalisation du pouvoir » que l'on mentionnait au début de cette introduction²⁶. Si les partis continuent à jouer un rôle central, puisque la capacité à mobiliser une structure organisée s'avère décisive (pour le réseau de contacts et de relations, la capacité à lever des fonds, etc.), ils ont tendance à devenir progressivement des instruments au service d'un leader. La radio et, surtout, la télévision confèrent un caractère direct à la perception des candidats et des élus de la part des électeurs et l'immédiateté de ce rapport met en évidence que le phénomène de la personnalisation politique, loin de se limiter à la sphère de l'imaginaire collectif, intervient en profondeur pour changer le concept de représentation²⁷. Le candidat peut, comme par le passé, se faire connaître sans passer par la médiation des organisations de militants. En ce sens, la télévision ressuscite le caractère personnel de la relation représentative du xix^e siècle, avant l'avènement des partis de masse. À partir de ce moment – comme l'a observé Bernard Manin – discuter du sort de la *polis* n'est donc plus réservé aux chambres (comme dans le système parlementaire) ou aux comités de concertation entre partis et groupes d'intérêt organisés (comme dans la démocratie des partis), mais est portée directement devant le public. Ainsi, la nouvelle forme de *government by discussion* qui se dégage dans cette situation est caractérisée par l'apparition d'un nouveau protagoniste

25. MANIN B, *Principes du gouvernement représentatif*, op. cit., p. 264-267.

26. Les premiers à s'en rendre compte furent, à partir des années soixante, les politologues qui ont progressivement pris leurs distances des théories déterministes : la majeure partie des études électorales arrivent à la conclusion que le comportement électoral n'est plus imputable seulement aux caractéristiques sociales, économiques et culturelles des citoyens mais que d'autres facteurs tels que la personnalité des candidats et leur offre politique ont un rôle déterminant. À ce propos, cf. KEY V. O., *Public Opinion and American Democracy*, New York, Knopf, 1961 ; Id., *The Responsible Electorate: Rationality in Presidential Voting, 1936-1960*, Cambridge, Harvard UP, 1966 ; POMPER G. M., *Voters' Choice. Varieties of American Electoral Behavior*, New York, Dodd, Mead & Co, 1975.

27. Ce fut là un aspect rapidement compris du monde intellectuel dès les premières années de la V^e République. Georges Vedel commentant la façon dont « les structures politiques de la France se sont sensiblement modifiées et probablement renouvelées » à partir de 1958 souligna que la télévision était un instrument indispensable de la personnalisation du pouvoir réalisé par le Général. Le petit écran, en particulier, était responsable de la « fin de la démocratie "médiatisée", c'est-à-dire d'un système où l'électeur accepte de choisir quelqu'un qui est à son tour chargé de choisir. Au temps de la diligence, les citoyens de la base désignaient de grands électeurs qui, à leur tour, élisaient les députés. La locomotive et le journal ont rendu possible l'élection directe des députés par les citoyens, mais le gouvernement était choisi par les députés. L'automobile, la radio et la télévision ont rendu possible le choix du chef de l'Exécutif par le pays. Les choses sont aussi simples que cela », VEDEL G., « La leçon de 1962 », *L'Express*, 27 décembre 1962, p. 12-13.

de la délibération publique, le citoyen, et d'un nouveau lieu pour ce débat, la télévision²⁸.

« Le pouvoir présidentiel est le pouvoir de persuader », écrit Richard Neustadt en 1961 dans un volume destiné à marquer la science politique américaine²⁹. Il y analysait le cas des États-Unis et observait que l'avènement des médias contribuait non seulement à établir une nouvelle ère de la « présidence rhétorique³⁰ », mais aussi à reformuler les paramètres du leadership politique³¹. Loin de rester le propre des États-Unis, où le développement médiatique était plus mature et le système des partis moins structuré, cette expérience trouva un terreau unique dans la France de la V^e République. À cet égard, de Gaulle, au moment de son retour au pouvoir en 1958 – favorisé par le discrédit qui, au cours de la IV^e République, avait progressivement affaibli le système parlementaire – se présenta en véritable pionnier, pour sa volonté d'agir et de communiquer tant au-dessus des partis qu'à l'extérieur du parlement.

La question du rapport entre la légitimation du leadership et l'expansion d'un nouvel univers médiatique fut, du reste, un aspect facilement détecté par les principaux observateurs, qui s'accordèrent pour noter que la radio et la télévision jouèrent un rôle décisif dans la construction du leadership gaulliste et dans la promotion de son corollaire inévitable, à savoir cette personnalisation de la vie politique longtemps considérée comme incompatible avec les institutions républicaines³².

28. MANIN B., *Principes du gouvernement représentatif*, op. cit., p. 280-281, 299.

29. NEUSTADT R., *Les Pouvoirs de la Maison Blanche*, Paris, Éditions Seghers, 1968 [éd. or. *Presidential Power. The Politics of Leadership*, New York, J. Wiley and Sons, 1961], en particulier le chapitre 3 intitulé « Le pouvoir de persuader » (p. 62-96). Dans la préface, Neustadt précise que son étude se concentre sur l'« influence personnelle et son exercice : comment on l'obtient, comment on la garde, comment on en use [...] ». Ce livre n'est pas une étude sur l'organisation de la Présidence, sur les pouvoirs conférés au président par la Constitution ou par les précédents historiques, sur les procédures propres à la magistrature suprême [...]. Ce livre cherche à découvrir en quels termes se pose le problème du pouvoir pour l'homme qui est installé à la Maison Blanche. C'est le problème, classique dans tout système politique, de l'« homme au sommet » : comment occuper une telle place non seulement en titre, mais en fait ». Avant la publication de ce volume, la présidence était étudiée essentiellement du point de vue des rôles et des pouvoirs du président. Les principaux théoriciens de cette approche étaient Clinton Rossiter et Edward S. Corwin. Corwin (*The President: Office and Power, 1787-1957. History and Analysis of Practice and Opinion*, New York, New York University Press, 1957) avait étudié la figure du président en prenant en considération ses pouvoirs constitutionnels et de statut alors que Rossiter (*The American Presidency*, New York, Harcourt, Brace, 1956) avait concentré son attention sur les différents rôles des présidents, y compris ceux de commandant en chef, leader de parti, inspirateur de la politique étrangère, etc. Le principe selon lequel le leadership présidentiel peut être étudié de manière approfondie surtout en analysant les pouvoirs formels prévus par leur charge plutôt que l'utilisation concrète de ces pouvoirs par les différents présidents était implicite dans les deux volumes.

30. Sur ce thème, cf. TULIS J.-K., *The Rhetorical Presidency*, Princeton, Princeton University Press, 1987.

31. SMITH C. A. et SMITH K. B., *The White House speaks: Presidential Leadership as Persuasion*, Westport, Praeger, 1994.

32. Pour ne citer que quelques exemples, François Goguel notait que la « communication » constituait l'élément déterminant utilisé par de Gaulle « pour provoquer l'adhésion des masses à la politique qu'il entend suivre », GOGUEL F., « Quelques remarques sur le problème des institutions politiques de la France », *Revue française de science politique*, 14, n° 1, 1964, p. 18 ; le politologue Albert Mabileau insistait sur le fait que le système gaulliste avait donné vie à un « gouvernement d'opinion » fondé sur « un contact direct entre le leader et l'opinion, qui est nécessaire à l'exercice du leadership », MABILEAU A., « La personnalisation du pouvoir »,

Curieusement, c'est là un aspect que les très nombreux travaux consacrés à de Gaulle et au gaullisme ont négligé. Si l'absence d'une étude générale consacrée à la rhétorique gaulliste est emblématique³³, l'historiographie sur les médias – qui a pourtant représenté en France, depuis les années quatre-vingt, sous l'impulsion de Jean-Noël Jeanneney, l'un des secteurs de pointe du renouveau de l'histoire politique³⁴ – a porté son attention surtout sur la radio-télévision à l'époque gaulliste³⁵, approchant seulement de biais l'analyse de la relation entre la légitimation du leadership et le développement des nouveaux médias³⁶. À cet égard, l'extraordinaire richesse de documents et les conditions particulièrement favorables d'accès aux fonds audiovisuels d'une institution unique en son genre en Europe comme l'Institut national de l'audiovisuel (INA), associées à l'ouverture de fonds d'une extrême importance, en premier lieu les archives du président de la République pour la phase 1959-1969 et, plus récemment, les archives de Michel Debré³⁷, fournissent à l'historien une véritable mine, qui s'est avérée indispensable pour notre travail.

En se concentrant sur l'utilisation de la télévision et sur le rôle qu'elle a joué dans la légitimation du leadership gaulliste dans le contexte politique et institutionnel de la nouvelle République française, notre étude part de l'hypothèse

art. cit., p. 61-62; le juriste Léo Hamon souligna que « la tendance à l'incarnation du pouvoir », c'est-à-dire le fait « de prêter au leader une présence physique auprès de chacun des gouvernés », était favorisé par « la radio et la télévision : leur effet est de permettre à un seul homme de toucher effectivement un peuple », HAMON L., « Rapport d'ensemble », HAMON L. *et al.* (dir.), *La Personnalisation du pouvoir*, *op. cit.*, p. 460-461; Maurice Duverger observait que « le facteur essentiel de la croissance du leadership » était le développement des « moyens d'information de masse : la radio, la télévision [...] rendent de plus en plus proches et familiers cet Etat et les personnages qui l'incarnent [...]. La personnalisation du pouvoir suppose un certain contact avec le chef personnalisé », DUVERGER M., « Institutions politiques et personnalisation du pouvoir », HAMON L. *et al.* (dir.), *La Personnalisation du pouvoir*, *op. cit.*, p. 426.

33. Il existe sur ce sujet seulement une étude de statistique lexicale, COTTERET J.-M. et MOREAU R., *Le Vocabulaire du général de Gaulle*, Paris, Armand Colin, 1969 et une analyse d'une sélection de (sept) discours prononcés au cours de la Seconde Guerre mondiale, HERMAN T., *Au fil des discours. La rhétorique de Charles de Gaulle (1940-1945)*, Limoges, Lambert-Lucas, 2008. Plusieurs éléments intéressants sont offerts par MAYAFFRE D., *Le Discours présidentiel sous la V^e République. Chirac, Mitterrand, Giscard, Pompidou, de Gaulle*, Paris, Les Presses de Sciences-Po, 2012.

34. À cet égard, il est significatif que dans le « manifeste » du renouvellement de l'historiographie politique française dont l'Institut d'Etudes Politiques de Paris, sous la direction de René Rémond se fit le porte-parole, il y ait un chapitre (sur onze) dédié à l'histoire des médias, JEANNENEY J.-N., « Les médias », RÉMOND R. (dir.), *Pour une histoire politique*, Paris, Le Seuil, 1988, p. 185-197.

35. À ce propos, cf. l'ouvrage fondamental de BOURDON J., *Histoire de la télévision sous de Gaulle*, Paris, Ina-Anthropos, 1990; Sur le contrôle gouvernemental à l'époque gaulliste, voir en particulier VASSALLO A., *La Télévision sous de Gaulle. Le contrôle gouvernemental de l'information (1958-1969)*, Bruxelles, De Boeck, 2005.

36. Sur ce thème, voir le numéro monographique « De Gaulle et l'usage des médias », *Espoir. Revue de l'Institut Charles de Gaulle*, 66, 1989 et les actes du colloque *De Gaulle et les médias* organisé en 1992 par l'Institut Charles de Gaulle, AA. VV., *De Gaulle et les médias*, Paris, Plon/Fondation Charles de Gaulle, 1994. Si l'historiographie s'est peu intéressée à ce thème, une contribution intéressante a été proposée par un sociologue de la communication, CHALABY J. K., *The de Gaulle Presidency and the Media. Statism and Public Communications*, Basingstoke, Palgrave, 2002.

37. A l'occasion de l'ouverture des archives de Michel Debré (AMD), un colloque a été organisé dont les actes ont été publiés dans BERSTEIN S., MILZA P. et SIRINELLI J.-F. (dir.), *Michel Debré Premier ministre 1959-1962*, Paris, PUF, 2005.

que les modes de communication sont liés tant aux possibilités technologiques qui sont offertes aux acteurs politiques qu'au contexte institutionnel dans lequel elles se développent. En ce qui concerne le premier aspect, la décennie gaulliste se caractérise par une transformation médiatique sans précédents, dont la spécificité est constituée par l'affirmation de la télévision, qui était d'ailleurs plutôt en retard par rapport aux grands pays occidentaux. À la fin des années cinquante, moins de 10 % des ménages français possédaient un poste de télévision, il n'y avait qu'une seule chaîne qui diffusait en noir et blanc entre 12 h et 23 h 30 et qui ne pouvait être captée que dans huit grandes zones urbaines (Paris, Strasbourg, Lyon, Marseille, Toulouse, Bordeaux, Bourges et Reims). En quelques années, le développement fut impressionnant. Selon les données de l'Institut national de la statistique et des études économiques (INSEE), entre 1958 et 1968, le nombre de téléviseurs fut multiplié quasiment par dix. Cette augmentation fut la plus importante en ce qui concerne les biens durables, puisque dans le même temps le nombre de radios fut multiplié par sept, le nombre de machines à laver par quatre et le nombre de réfrigérateurs par six³⁸. Cette évolution a eu pour conséquence que la télévision ne s'est pas limitée à être un simple objet de consommation ou un instrument de pénétration culturelle mais qu'il s'est rapidement imposé comme un instrument politique de premier ordre, destiné à jouer un rôle décisif dans le projet de redéfinition institutionnelle du rôle présidentiel dont de Gaulle s'est fait le porte-parole à partir de 1958.

Le Général, du reste, avait toujours été un homme conscient de la puissance des médias. Si, dès les années vingt, il avait exprimé (avec peu de succès il est vrai) ses théories militaires hétérodoxes par le biais de la presse³⁹, il avait fait son entrée dans l'histoire grâce à la radio et au célèbre Appel à la résistance prononcé le 18 juin 1940 du studio 4B de la BBC de Londres que Winston Churchill avait gracieusement mis à sa disposition. La radio – qu'il utilisa à soixante-six reprises au cours du conflit – lui avait permis de rester en contact permanent avec les Français jusqu'à la Libération, gagnant le surnom moqueur, inventé par la propagande allemande, de « Général-micro ». Au moment de son retour au pouvoir au printemps 1958, le Général décida d'associer à la voix le pouvoir de l'image, marquant le début d'une association intense et fructueuse avec le petit écran. La perception d'une hostilité générale de la presse à son égard favorisa l'établissement d'un monopole gouvernemental étouffant sur le petit écran, bien traduit par la formule chère au Général : « La presse est contre moi, la télévision est à moi. » Mais le contrôle sévère exercé par le pouvoir gaulliste sur la télévision ne peut certainement pas faire oublier que la principale nouveauté qui accompagna l'avènement de la V^e République en matière de médias audiovisuels ne concerna

38. GAILLARD I, « De l'étrange lucarne à la télévision. Histoire d'une banalisation (1949-1984) », *Vingtième Siècle. Revue d'Histoire*, 91, n° 3, 2006, p. 16.

39. À partir des années vingt, de Gaulle publia de nombreux articles dans des revues spécialisées comme la *Revue militaire* ou la *Revue de l'Infanterie*. Il reprit ensuite ses thèses dans une série de volumes, visant à souligner la nécessité de mécaniser l'armée française, retenue mal préparée à une guerre de mouvement : *La Discorde chez l'ennemi*, Paris, Berger-Levrault, 1924 ; *Le Fil de l'épée*, Paris, Berger-Levrault, 1932 ; *Vers l'armée de métier*, Paris, Berger-Levrault, 1934 ; *La France et son armée*, Paris, Plon, 1938.

pas leur contrôle, déjà intense sous la IV^e République, mais plutôt leur utilisation. La perception que le Général avait du rôle politique d'un moyen encore peu répandu en France fut, dès le début, anticipatrice et claire :

« C'est au peuple lui-même, et non seulement à ses cadres, que je veux être lié par les yeux et par les oreilles. Il faut que les Français me voient et m'entendent, que je les entende et les voie. La télévision et les voyages publics m'en donnent la possibilité. Pendant la guerre j'avais tiré beaucoup de la radio. Ce que je pouvais dire et répandre de cette façon avait certainement compté dans le resserrement de l'unité nationale contre l'ennemi [...] Or, 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 soudain un moyen sans égal [...]. Par le son et l'image, je suis proche de la nation⁴⁰. »

Cette évolution introduisait une rupture importante avec les pratiques qui s'étaient développées en France au cours de la III^e et de la IV^e République. Comme pour toute culture politique, la culture républicaine possédait ses propres formes et canaux d'expression et reposait exclusivement sur le caractère central de l'institution parlementaire, à partir de la base – les estrades de la campagne électorale – jusqu'aux sommets les plus nobles – la tribune du Palais-Bourbon. De ce point de vue, la décennie comprise entre la fin des années cinquante et la fin des années soixante constitue un moment de transition décisif, au cours duquel l'ascension de la télévision conduisit à une véritable rupture dynastique non seulement sur le terrain de la communication – où au règne de l'éloquence parlementaire succéda celui de l'audiovisuel – mais aussi sur celui de la légitimité politique, qui connut une sorte de dédoublement. À la légitimité représentative traditionnelle, qui régit juridiquement la vie politique et confère de l'autorité aux élus en imposant l'obéissance aux électeurs, et dont le foyer a toujours été l'assemblée représentative, s'est progressivement adjoint un deuxième type de légitimité qui, contrairement à la première, ne trouve pas son origine dans le moment électoral et ne reconnaît pas le rôle central de l'institution parlementaire. Il s'agit d'une légitimité cathodique, informelle mais de plus en plus puissante, qui trouve dans les médias et en particulier dans le petit écran sa place naturelle, et qui oblige les leaders politiques à communiquer en permanence afin de profiter pleinement du premier type de légitimité⁴¹.

Le Général, qui a côté de la légitimité représentative qui lui fut conférée par l'élection à l'Élysée jouissait d'une puissante légitimité historique en vertu du service rendu à la nation pendant la Seconde Guerre mondiale, comprit immédiatement l'importance acquise par cette nouvelle dimension médiatique. L'adaptation entre le nouveau système de gouvernement et la télévision fut totale. Le petit écran apparut tout de suite comme le moyen le plus approprié par lequel le chef de l'État, leader wébérien, en vertu de son prestige charismatique, pouvait

40. DE GAULLE C., *Mémoires d'espoir*, I, *Le Renouveau 1958-1962*, Paris, Plon, p. 301.

41. COTTERET J.-M., *Gouverner c'est paraître*, Paris, PUF, 2002, p. 23-24. Pour une présentation du cas français, cf. OLLIVIER-YANIV C., *L'État communicant*, Paris, PUF, 2000.

obtenir l'adhésion des masses, au-dessus des partis et en dehors du parlement⁴². La déclaration faite par le Général à l'occasion de l'annonce de sa candidature à l'élection présidentielle de 1965, au cours de laquelle il reconnut le rôle essentiel que la communication avait joué au cours de son premier mandat à l'Élysée pour légitimer son leadership et pour affirmer le caractère central de la fonction présidentielle dans le nouveau paysage institutionnel, est emblématique à cet égard :

« C'est avant tout avec le peuple lui-même que celui qui en est le mandataire et le guide se tient en contact direct. C'est ainsi, en effet, que la nation peut connaître en personne l'homme qui est à sa tête [...]. Je ne crois pas que, jamais, de tels contacts aient été multipliés autant que depuis 7 ans. 30 allocutions adressées au pays tout entier par la voie de la radio et de la télévision ; 12 conférences de presse intégralement diffusées ; 36 discours solennellement prononcés lors de cérémonies publiques ; séries de voyages accomplis – indépendamment d'au moins 200 apparitions officielles à Paris – dans les 94 départements de la métropole et d'outre-mer, au cours desquels le chef de l'État a vu, de ses yeux, au moins 15 000 000 de Français, invité à conférer avec lui tous les membres du Parlement, tous les corps constitués, tous les conseillers généraux, tous les maires de France, visité environ 2 500 communes, dont toutes les principales, répondu dans les hôtels de ville à la bienvenue de près de 400 conseils municipaux et de 100 000 notables, parlé depuis des estrades dans plus de 600 localités à la population assemblée, dialogué avec tant de personnes qu'on ne pourrait les compter et serré d'innombrables mains. En somme, le président de la République, désigné par la majorité nationale, est désormais comme la clef de voûte qui couvre et soude l'édifice de nos institutions⁴³. »

Depuis le retour au pouvoir du Général en 1958, bien que le petit écran fût alors peu répandu – avec moins d'un million de télévisions dans l'ensemble du territoire français – et ses premières apparitions pas particulièrement exaltantes – l'obligeant à recourir à l'avis de spécialistes de la communication – la télévision incarna rapidement le style politique d'un leader soucieux de construire une relation sans intermédiaire avec l'opinion publique. L'apparition du président de la République française à la télévision allait devenir un rendez-vous familial : sans compter les journaux télévisés qui le voyaient très souvent protagoniste, le chef de l'État s'adressa aux Français à travers la télévision – sous la double forme de l'allocution et de la conférence de presse – soixante-dix fois jusqu'à sa sortie de scène en 1969. Dans tous les moments cruciaux pour la sauvegarde de la nation et du nouveau cadre institutionnel, le chef de l'État utilisa le petit écran, au point que ses apparitions – concentrées dans la phase la plus aiguë et décisive de la crise en Algérie – peuvent être à juste titre considérées comme un baromètre sensible de la situation politique en France.

Quelles que soient les interprétations opposées qui ont été fournies de cette pratique communicative – preuve de démocratie pour les uns, symbole de velléités césariennes et bonapartistes pour les autres – elle s'est révélée fondamentale non seulement pour comprendre la conception gaulliste des institutions et des

42. JULLIARD J., « De Gaulle et le peuple », *La Revue Tocqueville*, XIII, n° 1, 1992, p. 43-52.

43. DE GAULLE C., *Discours et Messages*, IV, *Pour l'effort. Août 1962-décembre 1965*, Paris, Plon, 1970, p. 391.

relations avec les corps intermédiaires, mais aussi pour étudier l'évolution des paramètres de légitimité de la politique que l'irruption des médias de masse a comporté. Dans cette optique, la permanence du général de Gaulle à l'Élysée entre 1959 et 1969 peut également être étudiée comme l'expérience du premier président télévisuel de l'histoire européenne contemporaine.