

TL H3 MEDIAS ET OPINION PUBLIQUE EN FRANCE DANS LES GRANDES CRISES POLITIQUES DEPUIS L'AFFAIRE DREYFUS

Orientations pour le baccalauréat

Le sujet de composition suivant est envisageable :

□ En vous appuyant sur les exemples étudiés au cours de l'année, vous traiterez le sujet suivant : médias et opinion publique dans les grandes crises politiques en France depuis l'*Affaire Dreyfus*.

L'étude critique d'un ou de deux documents (textes, images, cartes...) peut être demandée à l'examen.

Introduction

Le principe même de la démocratie, quelle que soit sa forme, parlementaire ou présidentielle, repose sur le **suffrage universel, gage de l'expression de tout un peuple** qui accorde un mandat à ses dirigeants. La **diversité des opinions** qui sont exprimées à travers le suffrage **reflète l'opinion publique générale**. Mais les citoyens qui concourent ainsi collectivement **doivent être éclairés** afin de pouvoir faire leur choix en toute conscience. C'est dans ce choix que les médias interviennent.

= des moyens de diffusion de l'information dans la société.

Fin XIX^os à nos jours = avènement puis triomphe des médias de masse.

- **loi de 1881 liberté de la presse** (liberté d'opinion et d'expression accordée aux médias). Dès lors, les journaux ne sont plus soumis au contrôle de l'État ils connaissent un vif succès, du fait de la progression de l'alphabétisation, de leur faible prix de vente et des progrès techniques qui permettent des tirages rapides et en grand nombre + moyens de transports.

Plus d'un siècle plus tard, le paysage médiatique a bien changé : d'autres médias (moyens de diffusion d'information auprès d'un public large) sont apparus et sont venus concurrencer la **presse écrite** (radio fin 1930'S, télévision 1960's, sites Internet 1990...).

Presse, radio, télévision et plus récemment internet, jouent un **rôle indispensable dans une société démocratique** : ils informent les citoyens et contribuent à la formation de l'opinion publique (L'opinion publique = ensemble des convictions, des jugements et des croyances qui reflètent les idées de la majorité d'une population). La **notion d'opinion publique est ainsi liée au développement des médias**, lui-même indissociable de l'avènement de la démocratie. C'est pourquoi les **pouvoirs politiques et économiques** sont très **attentifs aux médias**, qu'ils tentent parfois d'**influencer ou de contrôler**. Les **crises politiques révèlent les relations complexes** qui se nouent entre **médias, opinion et pouvoir**. C'est à travers les crises de la démocratie que l'on perçoit le mieux le rôle des médias dans l'expression et la formation de l'opinion publique.

Problématique : Dans une démocratie comme la France, comment médias et opinion publique interagissent-ils lors des grandes crises politiques depuis la fin du XIX^ome siècle ?

I. Les médias, terrains d'affrontement de l'opinion publique 1890's-1940

En France, le contexte politique et économique de la fin du XIX^e siècle favorise le développement de la presse, qui devient alors un acteur clé de la vie politique française. Cette situation est modifiée après la Première Guerre mondiale.

A. l'âge d'or de la presse française

fin du XIX^e siècle

Avant 1GM environ 300 quotidiens / 10 millions d'exemplaires.

Les quotidiens les plus populaires : *Le petit journal* et *Le petit parisien* tirent ensemble à 2,5 millions d'exemplaires par jour. La presse devient donc un média de masse.

→ **évolutions techniques** : industrialisation de la production (rotative depuis 1872 et linotype depuis 1887 : tirage multiplié par 3 entre 1899 et 1914), la transmission rapide de l'information (télégraphe électrique en 1840 et téléphone en 1876), la diffusion sur tout le territoire (train) et, donc, une baisse des prix (divisé par deux entre 1871 et 1914) accentuée par l'apparition de la publicité.

+ **généralisation de l'instruction**, achevée par les lois Ferry de 1880- 1881 ↑ lectorat potentiel.

Enfin, **l'enracinement de la République** se traduit par un régime extrêmement libéral de la presse, symbolisé par la loi du 29 juillet 1881. Celle-ci traduit le fait que la **liberté de la presse est une valeur fondamentale de la République**. Pour permettre le débat démocratique, la presse doit permettre l'expression de toutes les opinions et donc être libérée du contrôle politique (suppression de l'autorisation préalable, du cautionnement et de la censure), seule la diffamation est interdite. Le citoyen devient désormais un acteur politique, par le suffrage, il doit avoir les moyens de s'informer.

La liberté de la presse permet une multiplication des types de presse. La production est dominée par les quotidiens populaires, sans réelle orientation politique, qui proposent toujours la même recette : des faits divers en Une (12% des articles du *Petit Parisien* en 1908), de brefs éditoriaux politiques, des chroniques sportives, quelques reportages et des échos concernant la vie des célébrités. Elle met aussi les grands romans, découpés en feuilletons (Alexandre Dumas, Eugène Sue), à la portée du public populaire qui se passionne pour les aventures d'Arsène Lupin, de Sherlock Holmes ou de Fantômas. Cependant, la liberté de la presse permet surtout l'apparition d'une presse d'opinion, moins diffusée mais influente, qui traduit à la diversité des sensibilités politiques :

la gauche (*L'Humanité* de Jean Jaurès pour les socialistes, *L'Aurore* de Georges Clémenceau pour les radicaux),

le centre (*Le journal des débats* ou *Le temps*),

la droite (*Le Figaro* pour le centre-droit, *La Croix* pour les catholiques,

La libre parole d'Edouard Drumont ou *L'Action française* de Charles Maurras pour l'extrême-droite) disposent de leurs journaux.

S'ajoute, enfin, une presse syndicale informant et mobilisant les militants.

B. Des journaux qui contribuent largement à forger l'opinion

La presse reflète les crises que connaît la III^e République jusqu'à la Première Guerre mondiale. En effet, lorsque la République est encore menacée par ses opposants, la presse est utilisée pour réduire cette opposition.

La presse mobilise l'opinion pour défendre la République

Attentats anarchistes des années 1890

Anarchisme = Mouvement politique s'opposant aux pratiques autoritaires et aux principes hiérarchiques. L'histoire de l'anarchisme en France débute en 1840, avec la publication de l'ouvrage *Qu'est-ce que la propriété ?* par Pierre Joseph Proudhon.

Les « lois scélérates » sont votées à la suite de nombreux attentats anarchistes sur le territoire français.

C'est à partir de 1881 que la propagande par le fait est mise en avant et favorisée au sein du mouvement anarchiste. En Allemagne, l'empereur Guillaume I^{er} est victime de deux tentatives d'assassinat de la part d'anarchistes. Le chancelier Otto von Bismarck prend prétexte de ces événements pour faire promulguer par le Reichstag des lois « anti-socialistes ». De même, en Russie, le tsar Alexandre II est assassiné par un groupuscule anarchiste, *Narodnaïa Volia* (« La liberté du peuple »), le 13 mars 1881. En réaction à cela, son fils et successeur, Alexandre III, ordonne la création d'une nouvelle police de sécurité, l'*Okhrana*.

Mis à part quelques faits isolés, c'est à partir de 1892 que commence la véritable période des attentats qui visent à déstabiliser le pouvoir en attaquant directement ses détenteurs. C'est une série d'attentats à la bombe, perpétrés par Ravachol à partir du 11 mars 1892, qui déclenche la vague de terrorisme anarchiste.

Le 9 décembre 1893, Auguste Vaillant lance une bombe de la tribune à la chambre des députés, puis le 24 juin 1894 le président de la République Sadi Carnot est assassiné à Lyon par un jeune anarchiste italien, Sante Geronimo Caserio. Ces événements suscitent l'inquiétude de l'opinion publique et de la presse, des journaux républicains radicaux aux feuilles conservatrices, qui en appellent à des mesures d'exception.

Les 11 et 15 décembre 1893 et le 28 juillet 1894 sont votées dans l'urgence, une série de lois réprimant le mouvement anarchiste et lui interdisant tout type de propagande. Ne seront abrogées qu'en 1992.

→ lois limitent la liberté de la presse en condamnant les sympathisants et les militants ainsi qu'en interdisant la publicité pour les idées anarchistes. Ces lois, « scélérates » pour Jean Jaurès, du 12 décembre 1893 et du 28 juillet 1894 montrent que la presse doit servir les objectifs démocratiques du régime.

La presse intervient aussi dans le cadre de scandales politiques à la fois pour les dénoncer mais aussi en tant qu'acteur de ces scandales. En 1892, la presse fait éclater le scandale de la Compagnie de Panama : des hommes politiques ont été corrompus pour faire voter des mesures favorables à cette compagnie.

Mais, très vite, l'implication de journalistes dans ce scandale est mise au jour. Ainsi, Anatole France (écrivain frç, critique littéraire, prix Nobel littérature) conclue, en 1908, que « la France est soumise à des compagnies financières qui disposent des richesses du pays et, par les moyens d'une presse achetée, dirigent l'opinion ». De même, en 1904, *Le Matin* révèle que le ministre de la guerre, le général André, a établi des fiches sur les opinions politiques et religieuses de nombreux officiers, retardant ou accélérant les promotions en fonction de ces fiches. Le ministre et le président du Conseil sont contraints de démissionner. Enfin, en 1914, *Le Figaro* dévoile une affaire d'escroquerie impliquant le ministre des finances, Caillaux. Le ministre démissionne et le directeur du *Figaro*, Calmette, est assassiné par la femme du ministre.

A chaque fois, la presse mobilise l'opinion contre ceux qui ont trahi les idéaux de la République.

Mais, c'est surtout l'affaire Dreyfus qui révèle la nouvelle importance prise par la presse.(1894-1906)

En 1894, éclate une affaire d'espionnage au profit de l'Allemagne dans laquelle le capitaine Dreyfus est déclaré coupable et condamné à la déportation à perpétuité « pour haute trahison ». L'enquête donne lieu à un véritable feuilleton d'un an raconté, au jour le jour, par les journaux. Mars 1896, le commandant Picquart, nouveau chef du contre-espionnage, conclut

à la culpabilité d'un autre officier, Esterhazy, mais celui-ci est acquitté car l'armée refuse de reconnaître son erreur. En 1898, le romancier Emile Zola publie dans *L'Aurore*, une lettre ouverte au Président de la République Felix Faure, *J'accuse*, dénonçant les irrégularités du procès de Dreyfus ce qui déclenche alors une véritable guerre médiatique (Zola est poursuivi pour diffamation et s'exile pour échapper à la prison) : les articles et les caricatures se répondent. D'un côté, les journaux dreyfusards poursuivent l'enquête et veulent obtenir l'acquittement de Dreyfus au nom de la justice et de la vérité. Ces journaux prônent un certain anticléricalisme car l'Eglise catholique soutient la culpabilité de Dreyfus. De l'autre, les journaux antidreyfusards défendent la raison d'Etat et la nécessité de protéger l'armée. Ces journaux font l'apologie de l'antisémitisme (Dreyfus est juif donc un traître), de la xénophobie et du nationalisme (Dreyfus est Alsacien donc un traître). août 1899, Dreyfus obtient la révision de son procès (10 ans de prison). En septembre 1899, le président Emile Loubet gracie Dreyfus, qui est finalement réhabilité et réintégré dans l'armée en juillet 1906.

L'augmentation du nombre de lecteurs et d'électeurs fait émerger l'importance de l'opinion publique que la presse va chercher à mobiliser, particulièrement dans les moments de crise. Des journaux opposés nourrissent les grands débats nationaux qui divisent l'opinion publique. En quoi la situation va-t-elle évoluer avec la Première Guerre mondiale qui encourage l'unité de la population française ?

B. Contrôle des journaux et opinion pendant la guerre ?

La Première Guerre mondiale marque le retour du contrôle de l'Etat sur l'information. Les autorités surveillent le contenu des journaux pour assurer le maintien de l'union sacrée, le moral des soldats et le secret des opérations militaires

Le 4 août 1914, une loi sur la censure (interdiction, décidée par l'État, de publier certaines informations dans les médias) est votée : le pouvoir politique est conscient de l'influence de la presse sur l'opinion publique, il cherche donc à contrôler les informations qui remettraient en cause l'« Union sacrée » (expression désignant le rapprochement des Français de toutes tendances politiques et religieuses dès l'été 1914 pour faire face à l'ennemi allemand). C'est ce qui arrive au *Canard Enchaîné*, un journal satirique fondé en septembre 1915 : ses articles - qui relatent la réalité de la vie des « poilus » au front ou les éventuelles difficultés de l'armée française - sont régulièrement censurés (on le voit sur la une du numéro du 6 septembre 1916, où la colonne de gauche est totalement blanche avec l'annotation « Article censuré »). Le pouvoir politique utilise aussi la presse comme un outil de propagande (action de communication exercée afin d'influencer l'opinion publique) : les « poilus » parlent de « bourrage de crâne » (expression désignant la propagande mensongère orchestrée par l'État afin de maintenir le moral des Français pendant la guerre). *Le Petit Parisien* déclare en octobre 1914 que « Les invulnérables Poilus ne craignent pas les mitrailleuses allemandes ». La loi sur la censure n'est abrogée qu'en octobre 1919.

. Pour autant, certains médias et une partie de l'opinion publique cherchent à résister à la censure et à la propagande. *Le Canard Enchaîné*, par exemple, fait le choix de ne pas modifier sa mise en page et de montrer à ses lecteurs que l'État a censuré certains articles (c'est une façon d'alerter l'opinion publique et de dénoncer la censure). Dans les tranchées, certains

poilus rédigent des « journaux de tranchées » (journaux, souvent artisanaux et humoristiques, rédigés par les soldats eux-mêmes). Leur parution est autorisée s'ils ne portent pas atteinte au secret militaire et au moral des troupes.

. Mais l'opinion publique n'est pas totalement dupe de la situation. Dans les tranchées, les soldats voient bien que la situation décrite dans les journaux ne correspond pas toujours à la réalité de ce qu'ils vivent (l'article du *Petit Parisien* d'octobre 1914 évoquant résistance des poilus aux mitrailleuses allemandes). À l'arrière, l'opinion publique n'est pas totalement « abrutie » par la propagande et la censure. Les colonnes blanches dans *Le Canard Enchaîné* alertent sur l'existence de la censure. De plus, les poilus entretiennent des relations avec leurs proches restés à l'arrière :

- dans leurs lettres, ils décrivent ce qu'ils vivent au front (même si l'immense majorité de ces lettres a été censurée et non distribuée aux familles) ;
- lors de leurs permissions, certains racontent ce qu'ils vivent au front.

Après la Première Guerre mondiale, la presse doit reconquérir son lectorat et faire oublier la participation des journaux au « bourrage de crâne » organisé par l'Etat qui a largement discrédité la presse : près de la moitié des journaux d'avant-guerre disparaissent en 1918.

Pour cela, les journalistes se professionnalisent (syndicat national des journalistes et charte de déontologie en 1918, première école de journalisme à Lille en 1924, statut des journalistes défini en 1935) afin d'asseoir leur légitimité. Les journaux innovent aussi : grands reportages, recours plus important à l'image, diversification de l'offre, développement de la presse quotidienne régionale...

C. Des journaux attisant les crises et les divisions de l'opinion

La presse d'opinion reste malgré tout influente en particulier dans le contexte de crise économique des années 30 et de montée des totalitarismes. Cette presse accentue les tensions politiques en France, en exploitant le moindre scandale politique ou financier pour affaiblir le camp adverse (1936, suicide du ministre Salengro après une campagne de diffamation de la presse d'extrême-droite).

L'influence de la presse est particulièrement visible lors de la crise de février 1934.

En décembre 1933, on apprend que l'escroc Alexandre Stavisky¹ a détourné 200 millions de francs avec la complicité du député-maire de Bayonne². En janvier 1934, la police le retrouve mort dans son chalet de Chamonix et évoque un suicide.

Démission gvt Chautemps le 28 janvier

La gauche dénonce les liens entre Stavisky et le Préfet de police de Paris, Jean Chiappe (amitiés milieux d'extrême droite, notamment *l'Action française*), qui est renvoyé le 3 février 1934. La presse de droite mène une campagne antiparlementaire violente et appelle à manifester le 6 février 34 (pt Rep LEBRUN, nouveau gouv = jour présentation nouveau gvt Daladier) = manifestation organisée à Paris devant la Chambre des députés par des ligues (groupuscules antiparlementaires, anticommunistes et antisémites) d'extrême-droite et des

¹ L'**affaire Stavisky** est une crise politico-économique française survenue en janvier 1934, succédant au décès dans des circonstances mystérieuses de l'escroc Alexandre Stavisky, dit « le beau Sacha ». Ce scandale symbolisa la crise d'un régime instable soupçonné de corruption et contribua à la chute du deuxième gouvernement Camille Chautemps et au déclenchement des émeutes antiparlementaires du 6 février 1934.

² nombreuses relations entretenues par l'escroc dans les milieux de la police, de la presse et de la justice.

associations d'anciens combattants afin de protester contre le renvoi de Jean Chiappe. La manifestation tourne à l'émeute et fait 18 morts et plus de 1 500 blessés.

Dramatisation des événements : → presse de gauche = tentative de coup d'état

Presse de droite = violente répression des forces de l'ordre

+ rôle de la radio, qui informe en direct les Français / first usage militaire, entrée ds les foyers 20's.. ; devient un média de masse 30's (10% foyers 1932 ... 60% en 1939). Les Français apprécient sa grande réactivité (accords de Munich annoncés 1 heure après leur signature) ainsi que sa riche offre de divertissements dans le contexte anxiogène des années 30.

La crise provoque, dès le lendemain, la chute du gouvernement d'Edouard Daladier, qui a donné l'ordre de faire feu.

. Comme dans l'affaire Dreyfus, la presse écrite fait naître la crise politique: elle révèle l'existence de l'affaire Stavisky. *Le Canard Enchaîné* met en doute la version officielle du suicide de Stavisky (en titrant « Stavisky se suicide d'un coup de révolver qui lui a été tiré à bout portant ») et *L'Action française* (journal monarchiste, antisémite et d'extrême droite) dénonce la corruption des hommes politiques de la III^{ème} République (en généralisant le cas limité du député-maire de Bayonne).

Jusqu'à la Seconde Guerre mondiale, la presse écrite domine très largement le paysage médiatique français. Les journaux sont libres : ils révèlent les affaires, prennent position et contribuent à diviser l'opinion publique. Radio, nouveau média...+ apparition du cinéma 30's avec les actualités filmées (parlantes depuis 1929), mais influence limitée car décalage avec l'actualité immédiate

II. Les médias, moyens de contrôle de l'opinion publique 1940-1968

A. Une véritable guerre des médias pour influencer l'opinion

Au début de la Seconde Guerre mondiale, de septembre 1939 à juin 1940, le gouvernement instaure, à nouveau, la censure. Le premier ministère de l'information est créé en mars 1940. Avec la défaite, les médias passent sous le contrôle des Allemands, en zone occupée, et du gouvernement de Vichy, dans la zone libre, jusqu'à l'invasion de la zone libre en novembre 1942 où l'ensemble des médias passe sous contrôle allemand.

La plupart des journaux soutient la propagande des vainqueurs, certains journaux collaborationnistes sont même subventionnés par les services de propagande nazis. En réponse, dès 1940, des parutions clandestines se mettent en place. Elles paraissent de façon artisanale et irrégulière mais permettent la renaissance d'un débat démocratique. Entre 1940 et 1944, ce sont plus de 1 000 titres qui sont publiés et, en 1943, est fondée la fédération nationale de la presse clandestine. Le quotidien *Combat* est diffusé à plus de 100 000 exemplaires en 1944.

La presse légale voit ses tirages s'effondrer en raison d'une perte de confiance de la part d'une partie des lecteurs qui choisit la presse clandestine considérée comme plus fidèle à la réalité. A côté de la presse, la radio prend une importance croissante. C'est à la radio que Pétain annonce le 17 juin 40 la demande d'armistice avec l'Allemagne ou que De Gaulle lance son appel du 18 juin. Une véritable « guerre des ondes » a lieu entre les radios légales (Radio Paris) qui soutiennent la propagande de Vichy et de l'occupant allemand et la BBC [British

broadcasting Corporation], en Angleterre, qui, par l'intermédiaire de Radio Londres, coordonne l'action de la résistance intérieure et soutient le moral des Français. Malgré la censure (écoute interdite ; ondes brouillées) et la propagande orchestrée par les Allemands et par Vichy, des médias résistent. La BBC délivre quotidiennement des messages codés destinés aux résistants restés en France (dans l'émission « Les Français parlent aux Français ») sondage clandestin de 1944, 70 % des Français ont écouté Londres.

B. Un important renouvellement médiatique après la guerre

Recul de la presse écrite Après la guerre, la presse écrite connaît un grand renouvellement : Rétablissement de la liberté de la presse Et création de l'AFP (info impartiale et fiable à ts les médias)

- des journaux sont interdits par l'ordonnance du 30 septembre 1944, parce qu'ils ont collaboré avec Vichy : c'est le cas du quotidien *Le Temps* ; 687 journalistes suspendus, et 99 fusillés
- des journaux renaissent après la guerre, alors qu'ils avaient été interdits au début du conflit : c'est le cas du quotidien communiste *L'Humanité* ;
- d'anciens journaux clandestins issus des mouvements de la résistance s'institutionnalisent : c'est le cas du quotidien *Combat* (1941-1974) ; *Libération*
- de nouveaux journaux (comme le quotidien *Le Monde* en 1944) ou des magazines de photoreportage (comme *Paris-Match* en 1949) sont créés,

Passées les difficultés de la Libération, la presse française poursuit sa transformation. Si la presse d'opinion reste présente (*L'Humanité* pour le parti communiste, *Libération* pour l'extrême gauche puis la gauche socialiste, *Le Figaro* pour la droite conservatrice), elle est concurrencée par la presse quotidienne régionale et par de nouveaux magazines d'informations (*L'Express* ou *L'Observateur* devenu *Le Nouvel Observateur*, *Le Point*), construits sur les *Newsmagazines* américains (magazine hebdomadaire illustré traitant de l'actualité sous forme de dossiers, de reportages, d'entretiens et d'analyse). Cette diversification n'empêche pas une certaine crise de la presse quotidienne nationale (tirage en baisse, de 6 à 3,4 millions d'exemplaires entre 1946 et 1952 ... pénurie de papier ds l'immédiat après-guerre) en raison d'une hausse du prix des journaux, de doutes sur l'objectivité des journalistes vis-à-vis des propriétaires et du pouvoir politique mais surtout de la concurrence des autres médias.

- **concurrence de la radio** (dont les postes deviennent plus petits et portatifs à partir des années 1950...). Le monopole de l'État sur la radio est renouvelé en 1945 avec la création de la RDF (pour Radiodiffusion française... puis ORTF Office de Radiodiffusion Television Française) : objectif annoncé = impartialité...MAIS le gouvernement cherche à garder la main sur ce média de masse et à contrôler l'opinion publique =expression des idées du pouvoir.

Face à ce contrôle strict de l'État sur la radio, des stations périphériques (radios émettant depuis une antenne située hors du territoire français pour échapper au contrôle de l'État) émettent comme RTL (depuis le Luxembourg), Europe 1 (depuis l'Allemagne) et RMC (depuis Monaco) =liberté de ton qui tranche avec le style de la radio de l'Etat.

C. L'audiovisuel à la solde de l'État pour influencer l'opinion

. Les années 1950 et 1960 voient se développer un nouveau média qui connaît peu à peu un immense succès : la télévision. La première chaîne est fondée en 1935 et le premier télévisé apparaît en 1949 mais son audience est encore très limitée après la guerre : au milieu des années 1950, on ne compte que 37 000 postes de télévision en France et seule la moitié du territoire national est couvert. Comprenant l'impact qu'un tel média peut avoir sur l'opinion publique, l'État crée en 1949 une société publique, baptisée la RTF (pour Radiodiffusion télévision française), afin de pouvoir contrôler la télévision comme il l'avait fait avec la radio (la RDF est absorbée par RTF à ce moment-là pour former une société unique). Le taux d'équipement des ménages augmente au cours des années 1950 et 1960 et la télévision devient le nouveau média de masse, totalement au service du pouvoir en place : il contrôle et fabrique l'opinion.

. **Lors des événements liés aux guerres d'Indochine et d'Algérie, la télévision et la radio soutiennent le pouvoir en place** en raison du contrôle de la RDF puis de l'ORTF. Le 13 mai 1958, une émeute éclate à Alger : les Pieds-noirs et des soldats mettent à sac le siège de l'administration coloniale et réclament le retour du général de Gaulle qu'ils considèrent comme étant le seul à pouvoir régler la crise algérienne. Le 15 mai, de Gaulle déclare qu'il est prêt à revenir au pouvoir et le 29 mai, le Président de la République René Coty lui demande de former un gouvernement. Le gouvernement de Gaulle est investi par les députés le 1^{er} juin 1958 (329 voix pour ; 224 voix contre).

. De la Seconde Guerre mondiale à la fin des années 1960, la presse écrite connaît un déclin, face à la concurrence de la radio et de la télévision, qui deviennent des médias de masse. L'État, conscient de leur influence sur l'opinion publique, décide de contrôler étroitement ces deux médias par des sociétés publiques.

III. Les médias, vecteurs d'émancipation de l'opinion publique depuis 1968 ?

A. Mai 1968 : l'opinion conteste le contrôle étatique des médias

. Présentation du contexte

<https://www.rtl.fr/actu/debats-societe/cinquante-ans-de-mai-68-comment-le-mouvement-est-il-ne-7792728627>

Début mai 1968, la faculté de Nanterre est fermée du fait de grèves, qui se propagent ensuite aux universités parisiennes (La Sorbonne) et de province. Les manifestations étudiantes et les affrontements avec la police sont quotidiens. Le 13 mai, les ouvriers se mettent en grève (on compte jusqu'à 10 millions de grévistes). Le 24 mai, de Gaulle prononce un discours à la télévision annonçant un référendum pour calmer l'agitation mais rien n'y fait. Le 25 mai, les journalistes de l'ORTF (Office de Radiodiffusion Télévision Française) refusent de relayer la propagande officielle et se mettent en grève.

. Le 30 mai, de Gaulle prononce un discours à la radio annonçant qu'il ne démissionnera pas et qu'il dissout l'Assemblée nationale. 400 000 personnes défilent sur les Champs-Élysées en soutien au président. Le 16 juin, la Sorbonne est évacuée par la police et le 27 juin, la grève prend fin à l'ORTF (une centaine de journalistes licenciés). Le 30 juin, les élections législatives se traduisent par un raz-de-marée gaulliste (la droite obtient 58% des suffrages) : les électeurs ont eu peur du désordre.

De 1945 à 1968, la presse perd du terrain, malgré une certaine diversification, face à la radio et à la télévision qui deviennent les médias privilégiés des Français. Cette préférence pousse

le pouvoir politique à assurer un contrôle étroit dessus, faisant de la presse un véritable contre-pouvoir. Cependant, la crise de mai 1968 remet en cause la mainmise de l'Etat sur l'audiovisuel. Comment les relations entre les médias et l'opinion publique évoluent-elles après 1968 ?

B. Une offre médiatique plus large pour une opinion plus libre ?

. En 1974, le président Giscard d'Estaing décide la suppression du Ministère de l'Information et le démantèlement de l'ORTF, qui éclate en plusieurs sociétés (TF1, Antenne 2, FR3 et Radio France). Mais l'État reste l'actionnaire unique de ces sociétés : le Président de la République continue de nommer les présidents des chaînes.

. Au cours des années 1970, des « radios pirates » (stations de radio qui émettent illégalement) font leur apparition. L'État s'efforce de brouiller les ondes et de saisir le matériel de radiodiffusion. L'arrivée de la gauche au pouvoir en 1981 change la donne.

La loi du 29 juillet 1982 met fin au monopole (situation dans laquelle un acteur contrôle seul tout un secteur) de l'État sur la radio en autorisant les radios privées. Le mouvement concerne ensuite la télévision : en 1984, Canal+ est la première chaîne de télévision privée mais elle est accessible par abonnement, ce qui limite son audience (nombre ou pourcentage d'auditeurs d'un média). En 1987, la chaîne publique TF1 est privatisée (vente d'une société publique à un investisseur privé) par le gouvernement Chirac.

L'audiovisuel n'est donc plus totalement entre les mains de l'Etat et l'opinion publique dispose de sources d'information plus variées pour se forger son avis.

. **Les années 1990 et 2000 révolutionnent le monde des médias**, avec une nette accélération de la diversification de l'offre audiovisuelle. La création des bouquets satellites et de la TNT (télévision numérique terrestre) démultiplie le nombre de chaînes (27 chaînes gratuites) et rend celles-ci plus spécialisées (comme BFM, LCI, iTélé ou France Info, spécialisées dans l'information en continu).

L'apparition d'Internet et des *smartphones* permet un accès à l'information en instantané et permet aussi de réagir en direct par l'intermédiaire de commentaires postés sur les sites et sur les réseaux sociaux (sites ou application mettant en relation des personnes entre elles). Les Français ont un accès croissant aux médias internationaux ce qui favorise l'apparition d'une opinion publique européenne voire mondiale.

14% de la pop en 2000...84 % en 2015

Nous sommes donc entrés dans une société de la communication (société dans laquelle il devient plus important de communiquer, c'est-à-dire de faire passer des idées, que d'informer, c'est-à-dire de délivrer une information sérieuse et objective) où les écrans sont des supports privilégiés. Les hommes politiques ont compris cette évolution : ils mesurent l'avis de l'opinion grâce à des sondages, ils médiatisent leurs déplacements, leurs *meetings* et leurs discours. Les autres médias se sont adaptés à cette tendance : la presse écrite (en déclin, important pb financiers, investissements hommes d'affaire... indépendance de la presse ???) et la radio ont développé des sites Internet et des applications mobiles.

C. Une opinion méfiante vis-à-vis des médias et de la politique

Nés dans les années 30, les sondages d'opinion connaissent un fort développement dans la seconde moitié du

XX^e siècle, surtout pendant les élections. Dans les médias, la banalisation et la profusion des sondages, à l'interprétation toujours délicate, amènent à s'interroger sur leur crédibilité et sur leur influence sur l'opinion.

Par exemple, lors du référendum sur la constitution européenne de 2005, la mise en avant excessive dans les médias de sondages annonçant la victoire du « oui » à la place du débat démocratique aurait favorisé la victoire du « non ». De la même façon, il est reproché aux médias une surenchère sécuritaire au moment des élections présidentielles de 2002 qui aurait favorisé l'accès de Jean-Marie Le Pen au second tour. De plus, la course à l'audimat entraîne une concurrence exacerbée entre les chaînes. Elles cherchent avant tout l'image sensationnelle, le scoop plutôt que l'analyse objective et la bonne compréhension des événements. De plus, en politique, elles privilégient les petites phrases ou les affrontements de personne au débat d'idées. Il en résulte un certain désintérêt pour les médias audiovisuels, d'autant que les critiques anciennes de collusion entre journalistes, politiques et entreprises sont encore d'actualité.

La puissance des médias pousse les politiques à maîtriser l'outil médiatique en s'entourant de spécialistes de la communication et à adapter leur message en fonction des sondages. On parle de démocratie d'opinion, s'opposant à la démocratie représentative. Exploités par les politiques pour servir leur image, les médias sombrent, parfois, alors dans la communication plus que dans l'information. Cette situation provoque une forte défiance de l'opinion vis-à-vis des médias, accusés de servir les intérêts des politiques.

En réponse, la prise de parole individuelle est démultipliée. La frontière entre simples citoyens et journalistes devient très floue, la vérification non-systématique des données propage fausses nouvelles et rumeurs. L'usage croissant d'Internet dans la vie politique (stratégie de campagne internet en 2007, compte twitter de personnalités politiques) montre qu'Internet est devenu un média indispensable mais qui nécessite une forte vigilance de la part des citoyens.

EXEMPLE

. En février 2016, le gouvernement Valls dévoile son projet de loi visant à assouplir le *Code du travail* pour faciliter les créations d'emplois (elle est appelée loi El Khomri, du nom de la Ministre du travail qui l'a proposée). Soutenue par le patronat, elle est dénoncée par les syndicats, les étudiants et une partie de la gauche : des manifestations éclatent et le mouvement « Nuit debout » occupe, de nuit, des places au coeur des grandes villes (place de la République à Paris, place du Capitole à Toulouse).

. Malgré la réécriture d'une partie du projet de loi, la contestation : le 8 août 2016, le texte est adopté sans vote des députés grâce à l'usage de l'article 49.3 de la Constitution (qui permet au gouvernement d'adopter une loi en se passant du vote des députés).

. Le mouvement « Nuit debout » illustre la méfiance d'une partie de l'opinion vis-à-vis des médias « traditionnels ». À Paris, les manifestants de « Nuit debout » ont créé une radio et une chaîne de télévision, diffusées sur Internet, et ont utilisé les réseaux sociaux.

Ils se médiatisent directement car ils accusent les médias « traditionnels » de ne pas assez couvrir le mouvement et d'être partiaux dans le traitement de l'information.

. Le mouvement « Nuit debout » illustre aussi la méfiance d'une partie de l'opinion vis à-vis de la politique. Le pouvoir de décision qui est confié aux élus par les élections est remis en cause (certains citoyens considèrent que les élus n'écoutent pas les citoyens, que les élus sont corrompus ou sont des privilégiés déconnectés des réalités socioéconomiques du reste de la population). Dans les urnes, cette méfiance se traduit par une abstention (action consistant à ne pas aller voter) grandissante.

Conclusion

Depuis la fin du XIX^{ème} siècle, les médias sont devenus des médias de masse (médias diffusés à l'attention du plus grand nombre et plus seulement à destination des élites). Ils ont évolué au gré du progrès technique et des grandes crises politiques que la France a connues.

Entre 1890 et 1944, la presse connaît un véritable âge d'or : les titres se multiplient, l'influence de la presse d'opinion est extrêmement forte. Les grands débats de l'époque se déroulent par presse interposée. La Première puis la Seconde Guerre mondiale discréditent une partie de la presse et le développement de la radio puis de la télévision va faire de celles-ci les sources d'information privilégiées des Français. Ce rôle pousse le gouvernement à imposer son contrôle sur ces médias, en particulier lors des crises politiques. A partir des années 1980, l'audiovisuel se démocratise permettant une grande diversité de l'offre radiophonique et télévisuelle. A partir des années 1990, le contrôle étatique disparaît presque totalement avec l'arrivée d'Internet qui crée un rapport plus individuel à l'information mais soulève des questions sur la valeur de celle-ci.

Ainsi, les médias révèlent les évolutions de l'opinion publique. Dans chacune des crises politiques, les médias ont été le témoin de l'intensité de la vie politique et de l'engagement des citoyens. Ils ont été aussi un enjeu que le pouvoir a souvent tenté de contrôler.

Maintenant que les médias individualisent leur offre, ont-ils encore la capacité de mobiliser l'opinion publique autour d'une question ?