

## CHARLES DE GAULLE, LE COMMUNICANT

**C**onsidérer de Gaulle comme un maître de la communication est devenu une sorte de lieu commun. Encore faut-il s'entendre sur le sens des mots. Ainsi, le Général n'a pas inventé les modes d'expression qui le caractérisent, ni l'allocution, ni la conférence de presse, ni le voyage en province. Il n'est pas non plus le premier à avoir compris le rôle politique de la télévision : en 1956, les rendez-vous réguliers donnés aux téléspectateurs par Guy Mollet, interviewé par Pierre Sabbagh, peuvent l'attester. Mais il a fait mieux : il s'est approprié des espaces et des formes de communication existants et en a personnifié les usages, au point de sembler les avoir inventés.

111

En incarnant la V<sup>e</sup> République, en ritualisant ses interventions, en sacralisant sa parole, en solennisant même le décorum, de Gaulle familiarise les Français avec les nouvelles institutions, en dessine durablement l'imaginaire collectif et définit finalement les canons d'une communication présidentielle. C'est si vrai que la manière de communiquer de ses successeurs sera toujours évaluée à l'aune de la sienne.

« L'autorité ne va pas sans prestige, ni le prestige sans éloignement », écrivait-il, en 1932, dans *Le Fil de l'épée*<sup>1</sup>. La parole de De Gaulle est rare. Elle doit susciter l'attente, faire événement, et s'exprimer dans des cadres dont le président a le monopole. Elle doit aussi nourrir le dialogue direct entre le chef et son peuple. La communication du Général est marquée par le strict contrôle, laissant peu de latitude à ceux qui la commentent. Ce contrôle est rendu possible à la fois parce que les médias audiovisuels sont verrouillés et parce que sa popularité, en partie fondée sur sa légitimité historique, réduit l'écho des critiques de la presse ou de ses opposants.

---

1. Paris, Plon, 1999, p. 180.

## UNE COMMUNICATION CONTRÔLÉE

L'avènement de la V<sup>e</sup> République montre un tournant dans les relations entre le pouvoir et les journalistes. Jusqu'ici, l'Assemblée nationale était au cœur des sources d'informations politiques et une certaine proximité – pour ne pas dire promiscuité – rapprochait les ministres, les parlementaires et les journalistes. Désormais, tout se concentre à l'Élysée et à Matignon : c'est de là que part l'information, et les journalistes accrédités, peu nombreux, sont triés sur le volet. Les ministres eux-mêmes sont priés de se taire ou, s'ils veulent parler, d'en référer à l'exécutif. Pour de Gaulle, l'avantage du dispositif est double : il permet de contrôler étroitement la communication du pouvoir, en rendant la presse dépendante de l'information que l'Élysée veut bien lui fournir.

112

Que le général de Gaulle n'aime pas les journalistes, qu'il les qualifie avec mépris de « stylographes », c'est incontestable. Mais dire que l'hostilité généralisée de la presse explique son usage personnel de l'audio-visuel public, et singulièrement de la télévision, est bien excessif. Des journaux influents, parisiens (*France-Soir*, *Le Figaro*) ou régionaux (*Ouest-France*, *Le Dauphiné libéré*), sont loin d'être véhéments à son égard. La réalité est plus simple : pour de Gaulle, les médias du monopole ont une mission qui se confond avec le service de l'État. « Voix de la France », ils ont pour vocation de répercuter et d'amplifier la communication du pouvoir. Du reste, les journalistes de télévision ou de radio sont considérés comme des fonctionnaires, écartés des conférences de presse, jamais présents aux déjeuners de presse.

On a parfois tendance, en valorisant la télévision, à oublier le rôle de la radio dans la communication de De Gaulle. Bien sûr, les « années de Gaulle » sont celles de la révolution télévisuelle. Mais, lorsque le Général arrive à l'Élysée, seuls 13 % des foyers sont équipés de téléviseurs. Le cap des 50 % est franchi au cours de l'année 1966, pour atteindre les deux tiers en 1969. Ces chiffres, il est vrai, minimisent l'audience, souvent collective (au café, chez les voisins...). Reste que, pour se faire entendre, de Gaulle a besoin de la puissance de la radio, que reçoivent la quasi-totalité des familles françaises. Télévisées, ses allocutions et conférences de presse sont aussi radiodiffusées. Les ondes peuvent également s'inscrire dans une démarche spécifique de communication. Entre 1958 et 1968, le Général les utilise quatre fois. Le 13 juin 1958, il prononce son premier discours comme président du Conseil. Le 13 juillet 1958, il s'adresse à l'outre-mer. Le 25 janvier 1960, au lendemain des émeutes d'Alger, c'est encore la radio qu'il choisit :

elle lui permet de répondre rapidement à l'urgence de la situation et de pouvoir toucher le plus grand nombre des militaires et des civils en Algérie. Pour l'homme du 18 juin 1940, la radio reste un instrument de combat. Il l'indique encore le 30 mai 1968, en y prononçant son célèbre discours (« Je ne me retirerai pas »), à 16 h 30, permettant au message qu'il estime historique d'être propagé partout sur le territoire national, notamment grâce au transistor. Selon l'Ifop, 69 % des Français l'ont écouté, en direct (23 % en différé).

La maîtrise de sa communication est d'autant plus aisée que de Gaulle peut compter sur une information radiotélévisée dévouée. Prenons un seul exemple pour l'illustrer. Le 23 novembre 1965, en pleine campagne présidentielle, le présentateur du journal télévisé évoque le soixante-quinzième anniversaire du général de Gaulle. L'âge du président est alors un angle d'attaque privilégié pour ses adversaires. Or le journaliste explique : « 75 ans, un an de moins que n'en avait Clemenceau lorsqu'il a gagné la guerre ; trois ans de moins que n'en avait Clemenceau lorsqu'il a signé la paix de Versailles ; et quatre ans de moins que n'en avait Clemenceau lorsqu'il a laissé ses amis poser sa candidature à la présidence de la République. » Et pour le téléspectateur qui n'aurait pas compris le message, il ajoute, à propos des parlementaires qui firent échouer le Tigre sur la route de l'Élysée : « Ils n'ont pas voulu de Clemenceau parce qu'ils le trouvaient trop énergique. »

113

## UNE COMMUNICATION RITUALISÉE

Le chef décide, fixe le cap, établit un contact direct avec son peuple. Cette vision très gaullienne du président de la V<sup>e</sup> République se traduit dans les modes de prise de parole du Général : l'allocution, la conférence de presse et le voyage ont chacun leur fonction dans le dispositif de communication.

Rien qu'entre janvier 1959 et l'élection présidentielle de 1965, de Gaulle prononce vingt-neuf allocutions (sans compter les vœux présidentiels), particulièrement fréquentes au temps de la guerre d'Algérie : six en 1960, cinq en 1961 et jusqu'à dix en 1962. À leur propos, le Général écrit : « Pour être fidèle à mon personnage, il me faut m'adresser à eux [les Français] comme si c'était les yeux dans les yeux, sans papier et sans lunettes. [...] Pour ce septuagénaire, assis seul derrière une table sous d'implacables lumières, il s'agit qu'il paraisse assez animé et assez spontané pour saisir et retenir l'attention, sans se commettre en gestes

excessifs et en mimiques déplacées<sup>2</sup>. » Cette étonnante leçon de théâtre politique souligne combien il a compris les mécanismes de la télévision, média d'image, d'émotion et de spectacle, où 80 % de ce que le public retient d'une communication orale relève du langage du corps. S'ils n'ont pas toujours les moyens de comprendre les subtilités ou les nuances du discours politique, les téléspectateurs ont tous la capacité de juger l'attitude, la sincérité apparente, le tempérament, la personnalité de celui qui le porte. À la télévision, le comportement fait image.

Dès son allocution télévisée du 27 juin 1958, alors qu'il est encore président du Conseil, de Gaulle se montre sans lunettes et a appris son texte par cœur, même s'il paraît se rassurer en conservant, sous la main, les feuillets de son discours (habitude qu'il gardera). Certes, il semble parfois hésiter, chercher dans sa mémoire, manquer de mobilité, oublier l'œil de la caméra, et plusieurs prises ont été nécessaires. Mais, conseillé par Philippe Ragueneau, chargé dans son cabinet des relations avec la presse et sensible aux questions de télévision<sup>3</sup>, de Gaulle forge déjà les contours de son « personnage », pour reprendre son propre mot.

Le Général travaille sa gestuelle pour rythmer son discours : les avant-bras qui se tendent pour ponctuer une exclamation, le poing qui se serre pour exprimer la résolution, le doigt pointé pour mettre en garde contre un danger. Il exprime sa colère ou son étonnement, son approbation ou sa dénégation par les expressions changeantes de son visage (sourcils levés, sourcils froncés). Il ponctue ses paroles de petits coups de tête, brusques, vifs, de gauche à droite, de bas en haut, sans jamais, pourtant, manquer de regarder le téléspectateur.

Les allocutions du Général sont marquées par la mise en scène symbolique et le soin accordé aux conditions du tournage. Dans un coin de la salle des fêtes de l'Élysée, on aménage le pseudo-bureau présidentiel depuis lequel de Gaulle s'adresse aux Français : une table Empire où on place un sous-main, le fauteuil où il s'assiera, des guéridons. Tout le reste est factice. Au début, on installe une bibliothèque, bientôt remplacée par un faux mur de salon chargé de stucs et d'ors flamboyants, pour éviter que les lumières des projecteurs ne viennent dégrader le vrai. De Gaulle a ses propres réalisateurs (Jacques Anjubault, jusqu'en 1960, puis Gilbert Larriaga), ses cameramen et ingénieurs du son réputés. Ils connaissent ses manies, comme sa façon de marquer un temps entre deux phrases qui orientera les changements de plan des trois caméras. On évite aussi

2. *Mémoires d'espoir*, t. 1, Paris, Plon, 1970, t. 1, p. 304.

3. De Gaulle le nomme directeur des programmes de la télévision en octobre 1959.

les gros plans, qui accentueraient les rides du Président. Le Général, souffrant de la cataracte, ne voit pas le petit signal lumineux qui avertit que la caméra tourne : on a donc disposé sur chaque caméra une lampe dans un gros cube rouge, parfaitement visible. Pour éviter l'éblouissement, Jacques Manier, un des plus inventifs directeurs de la photographie à la télévision, a placé un éclairage indirect : les projecteurs sont dirigés sur des draps blancs, suspendus au plafond et sur les côtés.

De mauvaise grâce, de Gaulle accepte de se faire maquiller (par l'un des plus renommés maquilleurs du cinéma, Igor Keldich), mais il refuse de troquer sa chemise blanche, qui prend trop la lumière et accentue le contraste avec son costume sombre, contre une chemise bleue. Après le tournage, de Gaulle choisit lui-même la meilleure prise, sans jamais faire de commentaire. L'allocution est filmée le matin. Vers 16 heures, le texte du Général est communiqué à l'Agence France-Presse, trop tard pour que les quotidiens du soir le commentent, assez tôt pour que les journaux du lendemain en parlent : il faut pousser les Français à être présents à 20 heures, devant leur téléviseur ou leur poste de radio.

115

#### UNE COMMUNICATION SANS MÉDIATEURS

La majesté de la République est éclatante lors des conférences de presse que tient de Gaulle, deux fois par an, dans la salle des fêtes de l'Élysée, devant trois cents à quatre cents journalistes, français et étrangers. Le Président pénètre sur une estrade en franchissant un rideau rouge. À sa droite, en contrebas, ont pris place l'ensemble des membres du gouvernement, par ordre protocolaire. De l'autre côté, leur faisant face, sont installés les représentants des maisons civiles et militaires, en ordre hiérarchique. La mise en scène élyséenne tient lieu de communication, affirme l'autorité de l'État, sous la direction de son chef, comme ce qui suit : une longue déclaration liminaire du Général, des questions négociées à l'avance avec les journalistes par l'attaché de presse de l'Élysée, leur mise en gerbe qui permet au Président de répondre même à celles qu'on ne lui a pas posées, l'absence de « droit de suite », c'est-à-dire l'impossibilité pour un journaliste de reprendre le micro s'il n'est pas satisfait de la réponse. Et, à la fin, comme au spectacle, l'assistance applaudit !

Les conférences de presse ne donnent jamais lieu à l'annonce de grandes décisions ni ne « réagissent » à chaud. De Gaulle les tient quand il le juge nécessaire, pour expliquer, justifier, éclairer sa politique nationale ou internationale. Comme l'écrit Raymond Aron, dans *Le Figaro* du 25 janvier 1963 : « L'exercice de haute voltige politico-historique que

l'on baptise conférence de presse sous la V<sup>e</sup> République ne ressemble guère à ce que les journalistes appellent ainsi aux États-Unis. La conférence de presse du général de Gaulle est une œuvre de grand art. » Les journalistes n'y sont pas acteurs mais simples témoins : avec irritation, Hubert-Beuve Méry parle de « conférence à la presse », le 23 février 1966 dans *Le Monde*. Rien d'étonnant à cela : c'est aux Français que le Président s'adresse, les conférences étant retransmises en direct puis en différé. Ils sont assidus, comme l'indique le sondage, premier du genre, conduit par la direction de la télévision après sa prestation du 21 février 1966 : deux personnes interrogées sur trois l'ont regardée ou écoutée (grâce à la radio), de bout en bout ; 15 % d'entre elles ont même lu intégralement le texte, le lendemain, dans les journaux. Le paradoxe est là, et de Gaulle le sait : la presse a beau être bafouée, marginalisée, elle est bien obligée de porter sa parole, parce que ses lecteurs l'attendent.

116

La communication de cérémonie se poursuit avec les voyages en province. « Il faut que les Français me voient et m'entendent, que je les entende et les voie. La télévision et les voyages en province m'en donnent la possibilité », écrit de Gaulle<sup>4</sup>. Entre février 1959 et juin 1962 seulement, il effectue dix-neuf voyages au travers de soixante-sept départements. Là aussi, la télévision accompagne sa communication de manière décisive. Le compte rendu de son déplacement à Toulouse, le 14 février 1959, par exemple, occupe vingt-six minutes du journal télévisé de 13 heures, qui d'habitude ne dure pas plus d'un quart d'heure. Non seulement la couverture des voyages par les médias audiovisuels est obligatoire, mais les équipes de tournage reçoivent, de la part du ministère de l'Information, des consignes précises sur la prise de vues ou les images à diffuser : le produit final est quasiment fourni « clef en main ». Par précaution, avant d'être projeté, le sujet est visionné et validé par des délégués du ministère de tutelle.

Invariablement, les reportages font émerger deux moments forts : d'abord, le bain de foule, les poignées de main, la population enthousiaste derrière les barrières, agitant des drapeaux tricolores, hurlant « Vive de Gaulle ! », sollicitant un regard ou un mot du héros qui va à leur rencontre ; ensuite, quelques paroles du discours du Général, devant une assistance nourrie et attentive. Ce qui compte, ici, c'est l'image symbolique du lien vivant entre le Président et son peuple, diffusée certes par la télévision, mais aussi par les photos dans la presse ou les actualités cinématographiques.

4. *Mémoires d'espoir, op. cit.*, p. 303.

## LE STYLE DU GÉNÉRAL

De Gaulle n'est pas seulement le président de la République. Il est aussi l'homme du 18 Juin. Sa double légitimité, politique et historique, sur laquelle il joue, lui donne une position unique pour porter son discours. Elle lui permet ainsi de s'approprier des mots qui finissent par être identifiés à lui : la « France », la « République », l'« État », le « pays », le « peuple », la « nation », le « progrès », l'« avenir »... Mais, dans les séquences les plus dramatiques de la crise algérienne, lorsque l'intégrité nationale est menacée, l'axe de communication se recentre sur le chef militaire, qui revêt son uniforme pour lancer un appel aux Français. On le voit en deux circonstances, le 29 janvier 1960, au moment de la semaine des barricades (« Si j'ai revêtu l'uniforme pour parler aujourd'hui à la télévision, c'est pour marquer que je le fais comme étant le général de Gaulle aussi bien que le chef de l'État »), et le 23 avril 1961, après le coup de force des généraux, à Alger.

117

Plus généralement, le style du discours de De Gaulle est marqué, comme autrefois, par la maîtrise de la syntaxe et la richesse du vocabulaire (environ cinq mille mots, ce qui le classe très haut parmi les orateurs contemporains). Il affectionne le rythme ternaire, l'anaphore, les mots un peu désuets, les métaphores, comme le 27 avril 1965, à propos de l'hégémonie américaine et de l'indépendance nationale : « Aussi grande que soit la coupe que l'on nous tend du dehors, nous préférons boire dans notre verre, tout en trinquant aux alentours. » Il use aussi, pour frapper le bon sens des Français, de formules tautologiques (« La France est la France », « Ce qui reste à faire reste à faire »).

De Gaulle aime les formules. Parfois, son lyrisme verse dans le truisme, par exemple quand, en mai 1960 à Saint-Nazaire, venu inaugurer le paquebot *France*, il lance à la foule : « Il va épouser la mer. La mer si redoutée et si désirée des peuples, la mer qui sépare les nations mais leur permet de se joindre, la mer où les pires dangers peuvent menacer les États mais sans laquelle il n'est point de grandeur. » Cependant, de Gaulle sait aussi attirer l'attention de la presse en distillant des petites phrases dont il sait qu'elles feront mouche, comme le 28 octobre 1966, lorsque, à propos de la Bourse, il déclare : « La Bourse de 1962, elle était exagérément bonne. En 1966, elle était exagérément mauvaise. Mais vous savez, la politique de la France, elle ne se fait pas à la Corbeille. » Enfin, lors des conférences de presse, il montre sa maîtrise de la répartie et de l'humour. En février 1965, répondant à un journaliste qui l'interroge sur sa santé (il a été opéré de la prostate en avril 1964), il s'amuse : « Je ne vais

pas mal, mais rassurez-vous, un jour, je ne manquerai pas de mourir.» Évidemment, la salle s'esclaffe.

Les mots qu'emploie de Gaulle ont aussi valeur stratégique, visant à montrer qu'il est au-dessus de la mêlée politique, qu'il ne peut avoir de rivaux. C'est pourquoi il s'applique à ne jamais nommer ses adversaires politiques, confondus avec les « nuages », la « mélancolie », avec l'« impuissance » du passé, le « tumulte » ou le « tracassin », mot qui intrigue beaucoup les journalistes durant sa conférence de presse du 2 octobre 1961. Il enfonce le clou, le 15 décembre 1965, lors de l'un de ses entretiens avec Michel Droit, en refusant de prononcer le nom de Mitterrand, l'appelant avec mépris « le personnage que vous citez ». Piqué au vif, l'intéressé réplique en parlant de De Gaulle comme de « l'autre candidat ».

## 118 À L'ÉPREUVE DES TEMPS ORDINAIRES

Une fois l'affaire algérienne réglée, la courbe de popularité de De Gaulle s'affaïsse. En mars 1963, dans les sondages qui suivent immédiatement la grève des mineurs, la part des satisfaits et celle des mécontents s'équilibrent. C'est à ce moment que l'exécutif décide de faire régulièrement intervenir le Premier ministre, Georges Pompidou, à la télévision, pour expliquer la politique gouvernementale, avec son propre outil de communication, l'interview. Dès lors, la cote de popularité de De Gaulle remonte, sans jamais atteindre toutefois les sommets de 1961-1962.

De ce point de vue, l'action du Général sur le plan international et la médiatisation de ses voyages à l'étranger sont utilisées tactiquement pour regagner la confiance perdue. À l'automne 1964, de Gaulle visite une dizaine de pays en Amérique latine. À la veille de ce déplacement, seules 34 % des personnes interrogées par l'Ifop disent en attendre des effets importants. Les autres craignent qu'il ne détourne le Président des affaires françaises (30 %) ou se disent indifférentes (36 %). La communication présidentielle démontre pourtant son efficacité. La télévision et la radio couvrent avec attention un voyage où de Gaulle est accueilli comme le chef d'État d'une grande nation. Au retour du Général, plus de la moitié des personnes interrogées par le même institut (52 %) estiment que de tels déplacements ont des retombées positives pour la place de la France et ses intérêts économiques dans le monde.

Incarner la grandeur ne peut cependant suffire dès lors que, sortie de la crise algérienne, la France en revient à des temps plus ordinaires. De Gaulle néglige le souhait des Français d'une plus grande attention apportée à leur vie quotidienne. À quelques semaines de la présidentielle

de décembre 1965, le ministère de l'Information commande à l'Ifop un sondage, livré sous la forme de deux « Cahiers rouges », avec chiffres et analyses. Le verdict tombe brutalement. Que pense l'opinion de De Gaulle, que tout le monde, alors, voit réélu dans un fauteuil ? « Le Général se conduit comme s'il aimait la France, mais pas les Français. »

De Gaulle ne change pourtant pas sa ligne de communication. La démarche qu'il adopte avant le premier tour du scrutin est conforme à son personnage. D'abord, il crée l'attente qui attire tous les regards – sera-t-il candidat ? Ensuite, après l'annonce radiotélévisée de sa candidature, il garde le silence et refuse de se mêler à ses rivaux – de Gaulle n'est pas un candidat comme les autres. Le Général ne paraît pas comprendre qu'avec la campagne présidentielle la politique ordinaire reprend son cours.

« Je ne croyais pas qu'il pouvait y avoir quelqu'un qui parle aussi bien que le général de Gaulle », répond, à Claude Angeli, une dame qui, gaulliste de toujours, se dit prête à voter pour Jean Lecanuet, après l'avoir vu à la télévision<sup>5</sup>. Pendant que de Gaulle se tait, ses adversaires font campagne et profitent à plein de leur accès aux médias publics. Les Français suivent attentivement la campagne officielle radiotélévisée, et les sondages s'affolent. Avec mauvaise grâce, le Général finit par céder aux pressions de son entourage et parler, le 30 novembre 1965. Ce soir-là, son allocution, qui se fonde sur un modèle classique et porte sur un thème très attendu (le retour de la IV<sup>e</sup> République), semble prononcée avec lassitude.

119

En acceptant – tout en bougonnant – de descendre dans l'arène politique lors de la campagne du second tour, de Gaulle retrouve son image de combattant. Les trois entretiens qu'il donne à Michel Droit (filmés dans la même journée) révèlent un homme vif, percutant, plein d'humour. Mais, au-delà, trois éléments doivent être mis en exergue. D'abord, si, pour la première fois, il accepte l'interview (mené par un journaliste de confiance, gaulliste, rédacteur en chef du *Figaro littéraire*), il reste le Président : le tournage a lieu à l'Élysée, dans un petit salon du palais. Ensuite, s'il convainc, c'est parce qu'il parle enfin des préoccupations quotidiennes des Français : de Gaulle a demandé à Michel Droit d'orienter ses questions à partir des « Cahiers rouges » déjà évoqués et de consacrer une émission entière aux « Français ». Enfin, en dé-solennisant sa rhétorique, en adoptant délibérément le ton de la familiarité, qui confine parfois à la gouaille, il crée avec son auditeur un lien inédit de proximité. Ainsi, pour faire passer l'idée qu'un président doit demeurer au-dessus des fractions et, pour gouverner efficacement, arbitrer entre

5. *Le Nouvel Observateur*, 1<sup>er</sup>-7 décembre 1965.

deux tendances contradictoires, le mouvement et l'ordre, il image son propos : « Il y a, pour ce qui est de la France, ce qui se passe dans une maison. La maîtresse de maison, la ménagère, veut avoir un aspirateur, elle veut avoir un frigidaire, elle veut avoir une machine à laver, et même, si c'est possible, une auto ; cela, c'est le mouvement. Et en même temps, elle ne veut pas que son mari s'en aille bambocher de toute part, que les garçons mettent les pieds sur la table et que les filles ne rentrent pas la nuit ; ça, c'est l'ordre. La ménagère veut le progrès, mais elle ne veut pas la pagaille, eh bien ! c'est vrai aussi pour la France. »

120 L'orage passé, de Gaulle en revient à ses dispositifs de communication habituels. Mais, quand ils sont en décalage avec les attentes des Français, la magie n'opère plus. C'est ainsi flagrant lors de son allocution du 24 mai 1968, où, pour résoudre la crise qui secoue le pays, il propose un référendum sur la participation. Son discours renvoie aux causes profondes des événements et se projette dans un avenir lointain, alors que l'opinion attendait qu'on lui parle du présent. « J'ai mis à côté de la plaque », se désole de Gaulle, en privé<sup>6</sup>. Le Général met trois ans à se souvenir de l'effet positif de l'interview de 1965, acceptant tardivement (les 7 juin 1968 et 10 avril 1969) de rencontrer à nouveau Michel Droit à l'Élysée. Son dernier acte de communication, le 28 avril 1969, à 0 h 10, au soir de l'échec du référendum sur la régionalisation, tient dans un communiqué laconique : « Je cesse d'exercer mes fonctions de président de la République. Cette décision prend effet aujourd'hui à midi. »

\*

L'efficacité de la communication présidentielle repose sur un imaginaire partagé, fondé sur la convergence de trois éléments : la représentation que l'opinion se fait d'un chef de l'État, la cohérence entre l'image que l'hôte de l'Élysée souhaite donner et celle qu'en ont les Français, la confiance que ceux-ci lui accordent. De Gaulle a su réunir, en sa personne, ces trois conditions pour porter un discours d'autorité. Cependant, si sa communication est si singulière, c'est parce qu'en raison de sa légitimité historique il a pu construire un récit crédible pour tout un peuple, celui d'une France redressée, fière de son passé, sûre de son avenir. Les choses sont devenues plus difficiles le jour où les Français ont vu en de Gaulle moins le général que le président. Ce qui apparaissait

6. Cité par François Flohic, *Souvenirs d'outre-Gaulle*, Paris, Plon, 1979, p. 175.

comme de la grandeur a été perçu, pour un certain nombre d'entre eux, comme de la distance; ce qu'ils s'accordaient à voir comme de la hauteur nécessaire s'est transformé en pouvoir personnel.

Rétrospectivement, la communication gaullienne peut sembler paradoxale, à la fois référence et contre-exemple, moderne et d'un autre temps. Bien sûr, la libéralisation de la parole, l'explosion des médias audiovisuels, la vague du marketing, l'instauration du quinquennat, les injonctions du présent, l'information en temps réel, ainsi que d'autres facteurs encore, ont bouleversé les conditions, le rythme, les temps de l'expression présidentielle. Il est aussi devenu impossible, pour un président de la République, de s'affranchir de certaines règles démocratiques, comme intervenir à la télévision et à la radio un soir de fin de campagne électorale pour indiquer le bon choix à faire (voire engager son mandat), alors que l'opposition ne peut plus lui répliquer.

121

Mais regardons les choses de plus près. L'allocution radiotélévisée reste un monopole présidentiel, sous les ors de l'Élysée, et les vœux du 31 décembre sont un rituel auquel ne renoncerait nul chef de l'État. Une conférence de presse présidentielle demeure un moment attendu et solennel, qui se tient dans la salle des fêtes de l'Élysée. Les voyages présidentiels sont toujours destinés à montrer le chef en proximité avec son peuple. La parole même du président est sacralisée. Certes, de nos jours, le chef de l'État répond communément aux interviews, mais aucun, de Georges Pompidou à Emmanuel Macron, n'a accepté de dialoguer publiquement avec un leader de l'opposition (cela, c'est éventuellement le rôle du Premier ministre). Périodiquement, aussi, on s'interroge sur la nécessaire rareté de la parole présidentielle. Bref, sans le savoir parfois, sans se l'avouer toujours, l'ombre de De Gaulle a plané et plane encore sur la communication du président de la République, sans doute parce que, au-delà de l'exceptionnalité du personnage, cette communication répond aux logiques d'institutions bâties, sinon pour le Général, du moins à son image.

R É S U M É

---

*De Gaulle présente un modèle accompli de communication contrôlée, ritualisée, personnalisée, dont l'objectif stratégique est à la fois la mise en place d'un dialogue direct avec les Français et la construction d'un imaginaire collectif de la V<sup>e</sup> République. Efficace pendant la crise algérienne, la communication gaullienne nécessite, aux temps plus ordinaires, des adaptations, pas toujours comprises et acceptées par le Général. Reste que le modèle imprime durablement sa marque sur la communication présidentielle.*