

III/Des années 60 à aujourd'hui, d'une opinion dominée par les médias à la crise du politique dans le cadre d'une démocratie d'opinion.

A. La crise de mai 1968, une opinion publique fracturée sensible l'opinion diffusée par les media.

LE CONTEXTE :

Les années 60 marquent la fin de l'ère gaulliste. De Gaulle premier président de la Vème république élu par les parlementaires en 1958 est également le premier président élu au suffrage universel direct en 1965 où il devance François Mitterrand le candidat socialiste. Il a quitté le pouvoir un an après les événements de mai 68 suite à un référendum où les français ont voté non à sa proposition sur la régionalisation du Sénat.

C'est aussi l'avènement d'une culture jeune et le début de la fracture générationnelle. Les jeunes issus du Baby-Boom sont confrontés à un début d'américanisation de la culture. Le rock, les modes vestimentaires d'outre atlantique engendrent une culture spécifique de la jeunesse et chez certains le développement d'une forme de rébellion. C'est la période de développement des magazines jeune comme Salut Les Copains qui est en premier lieu une émission de radio avant d'être un périodique basé sur le modèle des fanzines américains.

En 1967 le gouvernement réfléchit à sélectionner à l'entrée des universités qui ne peuvent aisément accueillir tous les étudiants ayant un baccalauréat. Le mouvement débute cependant en octobre 67 par des revendications très différentes. Les étudiants réclament la mixité des résidences universitaires. En mai 68, le mouvement se radicalise et les étudiants investissent la rue c'est le temps des barricades (cf chronologie sur le site).



Figure 1 Affiche de l'école des Beaux Arts
Mai 68

***Mai 68, une crise politique et une crise des media ? cf vidéos sur le site**

La crise oppose d'une part les étudiants dont les revendications gauchistes se multiplient (pédagogie plus souple, démocratisation des universités, slogans libertaires (il est interdit d'interdire), visée maoïste (certains étudiants admirateurs de Mao pensent qu'il faut organiser une révolution culturelle en France) et les ouvriers qui considèrent être laissés pour compte en marge de la croissance à l'Etat.

De fait l'Etat a le contrôle d'un media de masse unique : l'ORTF (Office de Radio et télédiffusion Français) créé en 1964 qui a remplacé la RDF (Radiodiffusion Française). Lors de la crise de mai 68, prendre la parole s'apparente à un combat politique majeur. L'ORTF donne la version du gouvernement chaque soir et l'information manque d'indépendance. C'est ce que critiquent les étudiants des Beaux-Arts avec des affiches créées pour dénoncer le contrôle de l'information. C'est le cas de l'affiche ci-contre qui montre les CRS (Compagnies Républicaines de Sécurité) derrière un micro de

l'ORTF. Cette affiche, sans doute l'une des plus connues, cherche à montrer le contrôle de l'ORTF par le pouvoir considéré comme étant autoritaire. La critique de l'état policier est celle qui revient le plus souvent dans les publications des étudiants. On la retrouve dans le slogan des manifestants : « CRS, SS » scandés par des manifestants qui visiblement n'ayant pas vécu la guerre utilisaient des qualificatifs qui choquaient leurs aînés. De fait la radio et la télévision furent l'objet d'une telle contestation que les journalistes de l'ORTF firent grève le 25 mai pour montrer qu'ils ne voulaient plus de la mainmise du pouvoir sur l'ORTF. Les Français eurent recours à d'autres media pour accéder à l'information. La parole se libéra en dehors des media avec l'organisation de discussions politiques dans les salles de spectacles, les amphithéâtres mais elle fut relayée par certains media.

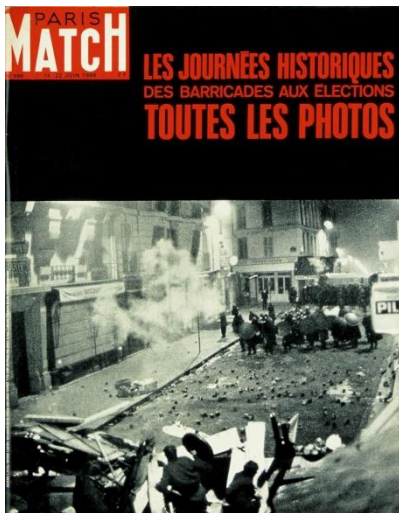


Figure 2-Une de Paris Match au lendemain de la deuxième nuit des barricades (25 mai 68)

La presse magazine dont on assiste à l'essor fait sa une avec les violences de rue constatées pendant les manifestations (cf document ci-contre). Ce magazine fondé en 1949 avait pour objectif de suivre l'actualité en insistant sur le rôle de l'image comme vecteur d'émotion et de compréhension. De fait l'image prend une place importante sur cette Une. Le texte du bandeau insiste sur l'importance des photos. Pour se replacer dans le contexte, il faut bien penser que dans les années 60 on n'était pas abreuvé d'images comme aujourd'hui, qui plus est en couleur. C'est donc un réel argument de vente pour ce journal. Le slogan du journal de 1949 à 2008 a été « Le poids des mots, le choc des images » soulignant ainsi le rôle que l'image devait jouer. Plus qu'un long discours, elles pouvaient frapper l'opinion. Comme on le voit sur cette Une, la photo est prise au cœur de l'événement du côté des manifestants ce qui permet de montrer que le journal ne se contente pas du point de vue des media officiels.



Figure 3-Photographie prise en mai 68 boulevard Saint Michel à Paris montrant des véhicules appartenant aux radios périphériques.

Enfin les **radios périphériques** jouèrent un rôle fondamental. Europe 1, RTL et RMC ont été créées dans des territoires proches de la France pour émettre sur le territoire tout en contournant le monopole d'état. Pendant les émeutes elles relaient la parole de la rue sur tous les postes radio. Elles deviennent des acteurs médiatiques incontournables. Comme on le voit sur l'image ils sont sur le terrain et relaient une information à chaud dans une France à l'arrêt en ce mois de mai 1968. La population avec attention les événements.

Au final De Gaulle a repris la main grâce à une stratégie politique véhiculée par les médias. Alors que la crise étudiante s'éternise en juin, De Gaulle décide de dissoudre l'assemblée pour redonner la parole aux Français et finalement court-circuiter une opinion publique relayée par les médias. Les Français lui assurent un soutien fort, le nombre de députés gaullistes augmente. Conforté De Gaulle montre que les étudiants n'ont pas le soutien de l'ensemble de la population et qu'ils n'ont pas de légitimité démocratique. La crise de mai

68 se termine mais elle génère de nouveaux courants d'idées qui se sont développés au sein de la société jusqu'à aujourd'hui.

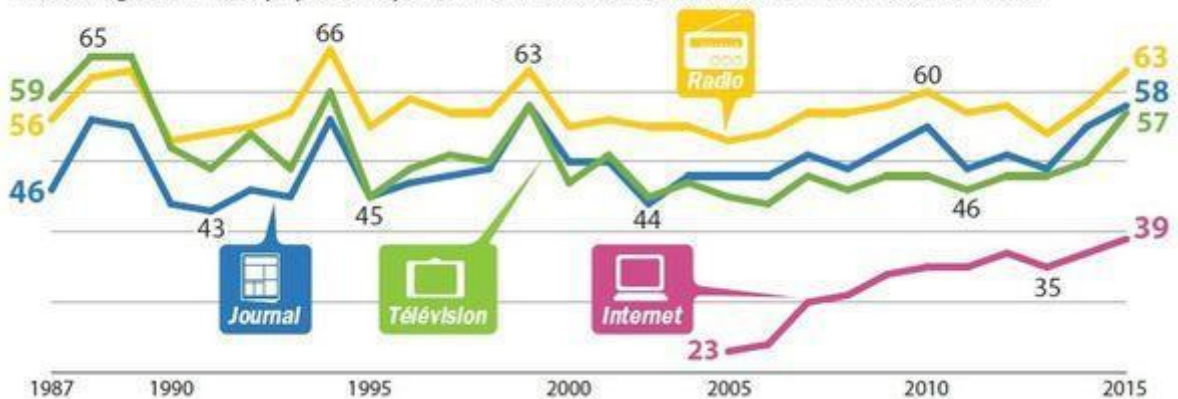
B. Crise du politique et crise des media depuis les années 90 : quelles conséquences ?

En 1981, tout change pour les radios, les radios libres jusque-là clandestines sont autorisées. L'offre radiophonique s'accroît.

Il en est de même pour la Télévision, les chaînes de télévision privées apparaissent : Canal + en 1984 qui se fixe comme but de proposer une approche très différente des autres media. Elle est une héritière des courants libertaires de mai 68. En 1987 TF1 est privatisée. Dans les années 90 l'offre s'élargit et la TNT (Télévision Numérique Terrestre) fait son apparition en 2005 (27 chaînes aujourd'hui). Ces chaînes privées ont besoin des annonceurs pour fonctionner ce qui les soumet à la loi du marché et peut infléchir leur ligne éditoriale. Suspendue aux mesures d'audience de l'audimat mises en place en 1989, ces chaînes doivent assurer le spectacle pour s'assurer de bien vendre leurs espaces publicitaires. De fait le débat public devient une politique spectacle où l'image finit par l'emporter sur le fond. Cela engendre une défiance progressive des Français vis de l'information au début des années 2000. En 2002, l'arrivée de Jean Marie Le Pen au deuxième tour des élections présidentielles est un camouflet pour l'ensemble des media. On voit que c'est sur cette période que la confiance dans les media est la plus faible (44 % de confiance) pour la TV et les journaux.

Confiance dans les médias

Pourcentage de sondés qui pensent que les faits se sont déroulés comme les ont restitués les médias



Le développement des sondages qui crée une démocratie d'opinion fait naître un certain malaise lorsqu'on se rend compte de leur manque de fiabilité (erreur, volonté d'influencer l'opinion ?). Ce fut le cas en 2002, et c'est le cas aujourd'hui outre atlantique avec le succès de Donald Trump qu'aucun sondage ne donnait gagnant.

Le développement d'internet à partir de 1994 a contribué à changer la donne également. C'est le premier media réciproque. Le développement des réseaux sociaux dans les années 2000 (Twitter, Facebook) joue un rôle nouveau. L'opinion publique réagit directement sans intermédiaire, alors que les hommes politiques l'utilisent pour rebondir eux-mêmes sur l'actualité sans passer par les media traditionnels.

Fin du cours sur media et opinion publique depuis l'affaire Dreyfus.-III

L'image ci-dessous présente une nouvelle émission, Punchline qui se constitue à partir d'une revue de Tweets. Les media s'emparent de ces nouveaux media pour ne pas être débordés et perdre leur rôle d'intermédiaire dans le débat public qu'ils considèrent comme indispensable à la démocratie. Les citoyens leur accordent pour l'instant une confiance plus forte qu'à internet, mais la concurrence est de plus en plus forte et la presse papier est en crise (quotidiens). Les hommes et



femmes politiques jouent également de ces nouveaux media. En 2006 Ségolène Royal a formé le site désir d'avenir important ainsi le concept nord-américain de la démocratie participative. Ainsi les hommes politiques exploitent des idées issues des citoyens dans leurs programmes politiques. Renforcement démocratique

ou populisme déguisé, l'avenir montrera ce qu'il en est .

CONCLUSION :

De l'affaire Dreyfus à aujourd'hui les media ont toujours joué un rôle important dans la formation de l'opinion publique. Les media se sont diversifiés et transformés. Le temps médiatique s'est raccourci, et les enjeux se sont mondialisés. Dans le cadre républicain les media ont été souvent le reflet des opinions diversifiées ou de celle du pouvoir, ils ont joué un rôle d'intermédiaire que les français ont appris à critiquer. De la critique ils sont progressivement passés à la méfiance craignant une collusion trop importante entre le monde politique et les media.