



HAL
open science

ENTRE MARIANNE ET L'ONCLE SAM: DES MYTHES A COMBATTRE

Gérard-François Dumont, Bernard Mérigot

► **To cite this version:**

Gérard-François Dumont, Bernard Mérigot. ENTRE MARIANNE ET L'ONCLE SAM: DES MYTHES A COMBATTRE. L'Économie, 1978, 1337, pp.20-21. halshs-01441938

HAL Id: halshs-01441938

<https://shs.hal.science/halshs-01441938>

Submitted on 20 Jan 2017

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

ÉTATS-UNIS

entre Marianne et l'oncle Sam : des mythes

Au gré de l'histoire, les relations France-Amérique ont été généralement bonnes; cependant, elles ont été souvent troublées par les difficultés de chacun des deux pays à appréhender les problèmes qui se posent à l'autre.

Le développement de certaines incompréhensions a provoqué des désagréments au cours de certaines périodes; parmi ces incompréhensions, il faut citer un événement qui a eu une importance capitale pour les États-Unis et sans que les Français s'en rendent compte, il s'agit de la démission du Président Nixon.

Quatre ans après cette dernière, il faut bien reconnaître que l'affaire du Watergate laisse un souvenir très flou dans l'esprit des Français, notamment parce qu'ils ne savent pas la place que la loi tient dans la vie américaine.

L'Institut d'Études Françaises de New York University a favorisé l'étude des difficultés qui peuvent surgir entre Marianne et l'oncle Sam sous le générique « des mythes franco-américains ».

IL a organisé en mai dernier un colloque sur ce thème. Celui-ci a été extrêmement utile car il a permis de procéder à des échanges de vue interdisciplinaires, et la multiplicité des faits et des analyses présentés a été éclairante.

Pendant trois jours, dans les locaux de l'École Nationale Supérieure sont intervenus des universitaires, des écrivains et des journalistes, tels que :

- Maurice Agulhon, professeur d'histoire, Université de Paris,
- Alain Clément, « Le Monde »,
- Pierre Nora, directeur d'Études, École des Hautes Études en Sciences Sociales,
- Serge Hurtig, secrétaire général de la Fondation Nationale des Sciences Politiques,

- Edward Kolodziej, professeur de science politique à l'Université d'Illinois,
- Nicholas Wahl, professeur de science politique à l'Université de Princeton,
- Jean-François Revel,
- Philippe Sollers,...

et il n'est malheureusement pas possible de les citer tous.

Une partie du colloque a permis de préciser les difficultés que la France éprouve pour comprendre l'Amérique et celles que l'Amérique ressent à l'égard de la France.

Des clichés...

En ce qui concerne le premier point, le journaliste Jacques Sallebert a ainsi mis en évidence deux sources d'obscurité pour les Français qui veut comprendre l'Amérique : d'abord qu'il y a aux États-Unis 50 États dans lesquels le prix du tabac ou de l'essence peut être différent et parfois même le code de la route; d'autre part, qu'il ne faut jamais oublier que les membres du Gouvernement ne sont pas des parlementaires.

Certains éléments de l'affaire du Concorde ont été trop peu soulignés en France; par exemple, le fait que le Gouvernement américain ait envoyé des avocats aux frais des contribuables américains pour défendre l'autorisation d'atterrissage à New York; le fait aussi que tous les constructeurs aéronautiques américains soutenaient l'avion.

Les États-Unis, de leur côté, maintiennent en vie de nombreux mythes sur la France. On trouve un mélange entre une conception aristocratique pour laquelle la France signifie : produits de luxe, bonne éducation, raffinement..., et une conception plus populaire pour laquelle l'image est celle du Français bruyant, bagarreur, sale et « mangeur de grenouilles »; et surtout la France reste pour les Américains un pays peu industrialisé.

Les Américains, d'une façon générale, ne s'intéressent pas aux problèmes de l'économie française : une telle étude est du ressort de spécialistes qui, peu nombreux, propagent d'autant plus facilement les mythes. Ainsi, en 1950, un groupe de l'Université de Princeton, dans une étude consacrée à la France moderne que André Siegfried avait préfacée, s'est penché sur l'économie française comme des médecins l'auraient fait au chevet d'un malade. Un de leur chapitre était intitulé : « le déclin de l'élan vital ». Et la conclusion était que la France n'était pas capable de s'adapter au monde moderne.

L'insuffisance de connaissances qu'ont les Américains sur la France est mise en évi-

dence par une enquête menée dans les rues de New York en 1976 par Michel Anfrol, qui a été pendant dix ans correspondant de la Télévision française aux États-Unis : sur les 80 personnes qu'il avait interrogées, une majorité pensait que c'était toujours le général de Gaulle qui était Président de la République, « mais qu'il faisait moins parler de lui ».

Considérer le regard que les Français ont sur les États-Unis et celui que les Américains ont sur la France, est un premier niveau d'appréhension des relations entre les deux pays; le grand intérêt du colloque fut d'aborder un second niveau d'appréhension en examinant la façon dont Français et Américains reçoivent l'image que leur envoie leur pays; pour cela deux présentations de montage vidéo de séquences de journaux télévisés français et américains furent proposés en introduction au débat.

Des images...

Le premier montage, d'une durée d'environ une heure trente, a été réalisé par Roland Cayrol et une équipe de l'I.N.A. (Institut National de l'Audiovisuel).

Les 27 séquences, choisies dans la période 1968-1978, ont été retenues pour leur caractère représentatif des informations diffusées par les journaux télévisés des deux chaînes françaises. Présentées intégralement, elles ont été regroupées en cinq chapitres :

- I. Politique intérieure des États-Unis (Nixon, Watergate, Ford, la CIA, la chute du dollar, Carter);
- II. Le Vietnam (la guerre, Kissinger, la paix);
- III. L'autre Amérique (les hippies, les manifestations de noirs);
- IV. Science et culture (les astronautes, les prix Nobel, le bicentenaire);
- V. Le Concorde.

Certains commentaires faits par la Télévision française pour rendre compte des divers aspects de l'actualité américaine sont apparus extrêmement superficiels mais deux reportages méritent d'être rapportés, car ils invitent à une réflexion plus approfondie. Ainsi Michel Anfrol a réalisé pour la Télévision française un entretien avec un ancien responsable de la CIA, reportage dans lequel ce dernier a affirmé que toutes les interventions importantes de la CIA à l'étranger ont été décidées par le Président des États-Unis; cet entretien fut repris par les chaînes de télévisions américaines.

En janvier 1968, François Chalais put réaliser l'interview d'un prisonnier améri-

à combattre



S. Hambourg

La nourriture n'est pas comme à Paris, mais les contraventions sont identiques !...

cain détenu au Nord-Vietnam et, au milieu du ton très juste, sans recherche du sensationnel des échanges entre le journaliste et le soldat américain, ce dernier répondit : « la nourriture n'est pas comme à Paris ».

Le montage vidéo consacré à la Télévision américaine réalisé par Tom Bishop comprenait cinq chapitres :

- I. Aspects de la société française (6 séquences);
- II. Les rapports franco-américains (5 séquences);
- III. Problèmes économiques et sociaux (6 séquences);
- IV. Politique intérieure française (9 séquences);
- V. Concorde (5 séquences).

Il a mis en évidence que la France vue par la Télévision américaine comporte d'importantes omissions; ainsi il n'a pu être montré de séquences sur l'industrie française ou sur la culture française. La Télévision américaine s'est contentée de regarder la France au travers de la disparition des pièces de 1 centime dans les boulangeries parisiennes, de la mode des uniformes américains et des T-shirt, de l'expérience des voitures libre-service à Montpellier, des châteaux de la Loire, du vote de la loi limi-

tant l'emploi des mots français et bien évidemment, d'un reportage sur les vins de Bordeaux.

... aux réalités

Mais ce qu'il est important de souligner, c'est que l'actualité américaine est traitée très régulièrement par la Télévision française, alors que la Télévision américaine n'aborde que très rarement des sujets sur la France, le rapport étant environ de 1 à 20.

On a l'impression que les journalistes américains ont du mal « à vendre » un sujet sur la France. Ainsi Pierre Salinger, correspondant de la chaîne C.B.S. en France, raconte que la rédaction s'intéressait beaucoup aux élections législatives françaises de mars 1978, surtout dans l'hypothèse de la venue de la gauche au pouvoir : 25 techniciens sont arrivés spécialement à Paris; le lendemain du premier tour, la rédaction en a rappelé 23, considérant que la gauche ne prenant pas le pouvoir, l'événement ne méritait plus une telle couverture.

Les Français, quant à eux, vivant dans un pays centralisé où un ministre peut donner n'importe quel ordre à un préfet ou à la police, ont beaucoup de difficultés à comprendre que les États-Unis aient un

Gouvernement fédéral. De même en politique étrangère, il faut savoir que les pouvoirs du Président des États-Unis sont de plus en plus limités par le Congrès, comme on a pu s'en rendre compte à propos de Panama ou des ventes d'avions à Israël. Il faut rejeter toute vue unifiée des États-Unis; se rappeler qu'un Américain sur dix est noir, qu'un Américain sur vingt est originaire d'Amérique du Sud, qu'il y a plus de juifs qu'en Israël et plus à New York qu'à Jérusalem.

Les explications données notamment par des journalistes, bien que valables, doivent rester partielles. Quand Georges Suffert soutient que la télévision ne peut transmettre autre chose que des images simplifiées qui grossissent la réalité, il y a lieu de souligner qu'il existe une marge entre le grossissement de la réalité et sa déformation.

Pour Alain Clément, la grande différence entre la France et les États-Unis est la façon dont est réalisée l'unité de chacun des peuples. Celle de la population française est le fruit d'un langage commun et est donc assurée par une institution comme l'Académie française qui établit le dictionnaire de la langue française. La cohésion du peuple français est le fait d'une culture commune.

Au contraire, l'unité des différents États de l'Amérique passe par un accord implicite de tous les habitants aux principes de la politique. Les Américains se sont unis sur les termes développés par la déclaration de l'Indépendance de 1776 et depuis, c'est la Cour Suprême qui, par ses décisions, assure la cohésion du peuple américain.

Quant à nous, Français, il nous appartient de faire deux démarches complémentaires. La première, c'est de lutter contre ce mythe si répandu en Amérique, qui continue de faire croire que la France est un pays sous-développé qui n'arrive pas à rattraper le monde industriel; si les Français doivent être heureux de constater que les Américains ont d'eux une image assez légère donc assez sentimentale, tout doit être fait pour que leur pays soit reconnu comme une puissance industrielle.

D'autre part, il nous faut refuser les constructions mythiques fondées sur des idées reçues que nous avons de l'Amérique. Celles-ci ne peuvent en effet qu'appauvrir notre réflexion; leur analyse critique doit nous permettre de mieux comprendre non pas l'Amérique mais la pluralité de l'Amérique. Ceci est indispensable pour réaliser un enrichissement mutuel entre Français et Américains.

Gérard-François Dumont
et Bernard Mérigot