



PAR TRISTAN GASTON-BRETON

Henry Luce

Fondateur des magazines Time, Fortune et Life, cet anticommuniste convaincu inventa le « newsmagazine » et le photojournalisme

« Il est hors de question que cet homme quitte le sol des Etats-Unis ! ». En ce jour de 1942, l'orage gronde dans le bureau de F. D. Roosevelt, le président des Etats-Unis. La raison de l'ire présidentielle ? Henry Luce, le tout-puissant patron de presse, fondateur et propriétaire de Time, Fortune et Life, les trois magazines les plus lus outre-Atlantique. A 44 ans, l'homme est alors au faite de sa puissance. Mais, depuis quelque temps déjà, ses prises de position, toujours à rebours de la ligne officielle du gouvernement, ont le don d'exaspérer la Maison Blanche. Il y a eu d'abord, à la fin des années 1930, ces éditoriaux enflammés du Time appelant à contenir la menace fasciste en Europe puis, à partir de 1939, à entrer au plus vite en guerre aux côtés des Anglais et des Français. Roosevelt a d'autant moins apprécié ces tirades que Luce

les a assorties d'une dénonciation systématique de sa politique, trop isolationniste à ses yeux. Loin de l'avoir calmé, la guerre a encore avivé ses critiques. Depuis 1941, Henry s'est en effet trouvé un nouvel adversaire : les communistes ! Une pierre de plus dans le jardin de Roosevelt qui a fait de l'alliance avec l'URSS l'un des piliers de ses buts de guerre. Faute de pouvoir faire plus, le président a donc décidé de consigner Henry Luce sur le territoire américain. Un comble pour ce grand voyageur qui, le 10 mai 1940 encore, au moment où les Allemands lançaient leur grande offensive sur la France, se trouvait en France...L'anti communiste restera la marque de fabrique de Time, de Life et de Fortune jusqu'à la mort de leur fondateur, en 1967. Au nom de cette cause, Luce se brouillera avec deux présidents, Roosevelt et



Truman, accusés de tiédeur, portera Eisenhower au pinacle et soutiendra au-delà de toute raison le leader chinois Chiang Kai Shek, confronté à l'insurrection de Mao. « La presse de Luce a manipulé 50 millions de personnes chaque semaine » a pu écrire un historien, parlant du rôle et de l'influence des trois magazines. Jugement en partie exact. Car s'il est vrai que l'anticommuniste parfois obsessionnel de Luce influença profondément l'opinion américaine, surtout à l'heure de la guerre froide, les ressorts secrets du formidable succès de Time, de Fortune et de Life doivent être cherchés ailleurs. Dans leur nouveauté d'abord. Lancés avant la guerre, les trois magazines inaugurèrent, chacun avec sa ligne éditoriale propre - les informations générales pour Time, les informations économiques pour Fortune et l'information illustrée pour Life - un nouveau type de presse appelé à un bel avenir : celui du newsmagazine. Par leur contenu aussi : au fil des années, et surtout à partir des années 1950, Time, Fortune et Life incarnèrent en effet au plus haut point l'idée que les Américains se faisaient de leur pays : une nation fondée sur la Liberté individuelle, l'efficacité économique incarnée par les

grandes entreprises et appelée à gérer les affaires du monde, aussi bien sur le plan politique que sur le plan économique. Ce rôle que les Etats-Unis devaient jouer à ses yeux, Luce le théorisa lui-même dans un texte célèbre publié dès 1941 dans Life et intitulé « American Century ». « La guerre donne aux Etats-Unis, la plus puissante nation au monde, une opportunité unique d'assumer le leadership sur le monde », écrivait-il, prémonitoire. Cette profession de foi eut une influence certaine dans les cercles du pouvoir à Washington et dans l'opinion publique américaine. Il y a quelque chose de messianique chez Henry Luce...

Un trait de caractère qui s'explique sans doute par ses origines familiales. Henry Luce est en effet le fils de Henry Winters Luce, un missionnaire presbytérien parti en Chine pour y faire œuvre d'évangélisation. C'est là, en Chine, dans ce pays pour lequel il éprouvera toujours un profond attachement et où il se rendra à multiples reprises, que Luce voit le jour en 1898. Il y restera jusqu'à l'âge de 14 ans, suivant ses parents dans leur pérégrinations, recevant une solide instruction grâce au réseau déjà



consistant de missions anglaises et américaines implantées sur place. En 1912, il part, seul, pour les Etats-Unis afin d'y poursuivre sa scolarité au collège Hotchkiss, dans le Connecticut. Elève brillant, il s'investit dès le départ dans l'un des deux magazines littéraires du collège dont il finit par prendre la présidence. Ce type de publication, commun à la plupart des collèges et des universités américaines, est alors tout sauf un simple passe-temps. Il s'agit de véritables journaux dont il faut gérer le contenu rédactionnel, les abonnements, la fabrication mais aussi les entrées publicitaires. Rêvant, comme beaucoup de jeunes gens de son âge, d'une carrière littéraire, Henry Luce se passionne pour la gestion du magazine. C'est également à Hotchkiss qu'il se lie se lie d'amitié avec Briton Hadden, avec lequel il fondera plus tard Time et qui, pour l'heure, dirige le deuxième magazine littéraire du collège. Rivaux mais unis par une même passion pour la presse, les deux amis poursuivent ensemble leurs études à l'Université de Yale. Durant sa scolarité, Luce est admis au sein de la très prestigieuse Skull and Bones, une société secrète qui accueille l'élite des étudiants américains dont beau-

coup, par la suite, exerceront de hautes responsabilités au sein du gouvernement ou du monde de l'entreprise. Henry Luce s'y fait d'utiles relations.

En 1921, ses études terminées et après un bref passage comme reporter junior au sein du Chicago Daily News, Henry Luce, qui a décidé de faire carrière dans le journalisme, est recruté par le Baltimore News. Il y retrouve Briton Hadden qui, lui aussi, a entamé une carrière dans la presse. C'est alors que les deux amis décident de fonder leur propre titre. Pas un simple quotidien comme il en existe déjà beaucoup outre-Atlantique et dont Luce et Hadden stigmatisent le côté trop sérieux et la longueur des articles; pas non plus un périodique élitiste, comme l'Atlantic Monthly, ou un magazine à thèmes, à l'image du Collier's Weekly, de Vogue ou de Vanity Fair, fondés un peu plus tôt par Condé Nast. Leur inspiration, c'est plutôt du côté du Digest, créé en 1890 et qui propose une large sélection d'articles, que les deux hommes vont la chercher. Le succès de cette publication les persuade qu'il existe un créneau pour un magazine d'informations générales offrant chaque semaine une synthèse de l'actualité, un

« magazine que les gens, de plus en plus accaparés par leurs occupations, pourront lire en moins d'une heure », comme le dira Henry Luce. Ce que visent les deux hommes, ce sont en fait les classes moyennes américaines, celles décrites par Sinclair Lewis dans son célèbre roman *Babbitt*, publié en 1922. Des classes moyennes en plein essor et sur lesquelles repose en grande partie la prospérité économique du pays. A cette population pressée mais consciente de son importance, Luce et Hadden veulent offrir ce qu'elle n'a pas encore : une information claire, précise et concise, présentée de façon ni trop simpliste ni trop intellectuelle...

C'est exactement ce que leur propose *Time*, acte de naissance du newsmagazine, dont le premier numéro sort en 1923. Six mois durant, Luce et Hadden ont fait le tour de leurs relations pour « lever » les 100 000 dollars nécessaires au lancement du magazine, trouvant finalement l'essentiel de leur soutien auprès d'anciens de Yale et de Skull and Bones. Certains verront dans l'aide apportée par des membres de la société secrète une explication aux prises de position anticommunistes et impérialistes du

magazine, oubliant que, jusqu'au milieu des années 1930, *Time* se cantonnera dans une ligne strictement apolitique pour privilégier une présentation objective de l'actualité. Dirigé alternativement, d'une année sur l'autre, par Luce et Hadden, puis, après la mort de ce dernier en 1929, par le seul Henry Luce, *Time* innove sur plusieurs points : la qualité de sa rédaction en premier lieu, confiée à d'anciens de Yale ou d'Harvard qui mettent un point d'honneur à rédiger leurs articles dans un anglais parfait; la concision des articles en second lieu, dont aucun ne doit faire plus de 400 mots afin de ne pas lasser le lecteur; la diversité des rubriques en troisième lieu, le magazine abordant aussi bien l'actualité nationale que les nouvelles internationales, les arts et les lettres, les sports, l'éducation, la religion ou bien encore la vie économique; la présence de photographies pour illustrer le texte; enfin, et surtout, la mise en avant, chaque année en janvier, d'un « homme de l'année » dont le portrait s'affiche sur la couverture. Le premier sera, en 1927, Charles Lindbergh. A l'opposé de la plupart de ses confrères patrons de presse, qui ne jurent que par le mouvement des « masses », Henry Luce ne



cache en effet pas sa fascination pour les hommes du pouvoir dont l'influence sur l'histoire est, à ses yeux, décisive. C'est d'ailleurs cette même analyse qui le pousse, à créer, en 1930, un deuxième newsmagazine, Fortune. S'il n'est pas le premier magazine économique - la paternité en revient à l'Anglais James Wilson, fondateur de The Economist en 1843 - il s'agit en revanche du premier magazine spécifiquement consacré à la vie des grandes entreprises américaines et à leurs dirigeants. « L'objectif de Fortune est d'aider au développement des grandes entreprises américaines, aux Etats-Unis mais aussi à l'étranger », annonce Henry Luce lors de la parution du premier numéro, en février 1930. Malgré la crise des années 1930, le titre connaît un développement très rapide. En dépit du chômage et des faillites, ou peut-être à cause d'eux, le public se passionne en effet pour l'histoire et le parcours des grands noms de l'industrie américaine, puisant dans leur réussite des exemples et, peut-être aussi, des raisons d'espérer...

Au milieu des années 1930, avec un tirage cumulé de l'ordre de 1,5 million d'exemplaires, Time et Fortune figurent

déjà parmi les titres les plus lus aux Etats-Unis. En 1935, au terme d'une relation commencée quelques années plus tôt et marquée par d'innombrables crises, Henry Luce a épousé Clare Boothe, une ancienne éditrice de Vogue et de Vanity Fair. C'est elle qui persuade son mari de créer un magazine d'information illustré, une idée qu'elle avait soumise à Condé Nast mais que celui-ci avait refusée, trop accaparé alors par ses difficultés financières. Inspiré du magazine allemand Berliner Illustrierte Zeitung et de son homologue britannique Illustrated London News, Life connaît, dès son lancement en 1936, un immense succès, notamment auprès des classes populaires. Il faut dire que le titre marque une vraie rupture dans l'histoire de la presse. Il est le premier à faire de l'image photographique un élément d'information à part entière. Autre nouveauté : chaque événement est couvert non pas par un seul mais par plusieurs photographes envoyés sur le terrain. Chaque semaine, ce sont ainsi plus de 200 photographies qui sont publiées dans le magazine, signées des plus grands photographes de l'époque comme Alfred Eisenstaed, Margaret Bourke-Whiten Robert Capa ou bien encore



Lee Miller. Avec Life, le photo-journalisme devient un genre à part entière. Un genre qui inspirera de très nombreux expériences dont Paris-Match en France.

Le lancement de Life marque l'apogée de l'influence de Henry Luce. C'est alors que le tycoon des médias, qui s'est rendu en Europe à plusieurs reprises et qui a été terrifié par ce qu'il a vu en Allemagne, commence à abandonner la neutralité qui était la sienne jusque-là pour devenir un adversaire résolu des régimes fascistes. S'il fréquente beaucoup les cercles du pouvoir, et notamment les milieux interventionnistes de Washington, il échoue en revanche à se faire nommer au département d'Etat, son rêve le plus secret. Viollemment opposé au démocrate Roosevelt, qui ne l'aime pas, Luce affiche désormais ouvertement son soutien au parti républicain auquel il restera fidèle jusqu'à sa mort. Cette carrière politique qui le fascine mais qui se refuse à lui, c'est finalement sa femme qui la mènera. Elue représentante du Connecticut en 1942, cette républicaine modérée sera choisie par le président Eisenhower comme ambassadrice des Etats-Unis en Italie...

Eisenhower justement. Avec l'ancien commandant en chef des forces alliées pendant la Seconde Guerre Mondiale, élu président des Etats-Unis en 1952, Luce connaît une véritable lune de miel. Il faut dire que, déçu par Roosevelt, le patron de presse l'a également été par Truman auquel il reproche ses concessions aux communistes, ses nouvelles bêtes noires, et, plus encore, son refus d'intervenir en Chine pour soutenir le régime déliquéscent de Chiang Kai Shek. Malgré l'hostilité d'une partie de la rédaction de Time, Luce s'est en effet entêté à soutenir le leader nationaliste chinois que le magazine avait élu homme de l'année dès 1938 et qui a droit, après la guerre, à des articles très élogieux. L'arrivée au pouvoir de Mao, en 1949, meurtrit profondément celui qui n'a pas oublié son enfance chinoise. Elle accentue encore l'anticommunisme de Henri Luce qui, dans les années 1950 et 1960, s'impose comme la ligne éditoriale dominante de ses magazines. Au fil des pages, Time et Life deviennent ainsi l'incarnation d'une Amérique sûre d'elle et de ses valeurs dont la vocation est de diriger les affaires du monde. Quant à Fortune, il fait la promotion des grandes multinationales améri-



caines qui, aux yeux de Luce, incarnent le succès du modèle américain. Ces prises de position, auxquelles Henry Luce restera fidèle jusqu'à sa mort en 1967, peuvent prêter à sourire aujourd'hui. Survenant en pleine guerre froide, elles contribueront cependant à renforcer l'esprit messianique des Américains.

Tristan GASTON-BRETON,
Historien d'entreprises
tgastonbreton@elzear.com