

UNIVERSITE MONTESQUIEU-BORDEAUX IV

DROIT, SCIENCES SOCIALES ET POLITIQUES,
SCIENCES ECONOMIQUES ET DE GESTION

Ecole doctorale de Science Politique de Bordeaux

LE TRAITEMENT TELEVISUEL DE LA POLITIQUE

Les recompositions symbolico-cognitives de la politique à la télévision (1996-2006)

*Thèse pour le Doctorat en Science Politique
présentée par*

Ludovic RENARD

*et soutenue publiquement
le 11 Décembre 2006*

En mémoire de mes grands-parents, *Pierre & Renée R.*

Je voudrais dire ici ma profonde gratitude à Pierre Sadran, et, remercier les personnels de l'Institut d'Etudes Politiques de Bordeaux.

« Dans les conditions d'un monde commun, ce n'est pas d'abord la "nature commune" de tous les hommes qui garantit le réel; c'est plutôt le fait que, malgré les différences de localisation et la variété des perspectives qui en résulte, tous s'intéressent au même objet. Si l'on ne discerne plus l'identité de l'objet, nulle communauté de nature, moins encore le conformisme contre nature d'une société de masse, n'empêcheront la destruction du monde commun, habituellement précédée de la destruction de nombreux aspects sous lesquels ils se présentent à la pluralité humaine. C'est ce qui peut se produire dans les conditions d'un isolement radical, quand personne ne s'accorde plus avec personne, comme c'est le cas ordinaire dans les tyrannies. Mais cela peut se produire aussi dans les conditions de la société de masse ou de l'hystérie des foules où nous voyons les gens se comporter tous soudain en membres d'une immense famille, chacun multipliant et prolongeant la perspective de son voisin. Dans les deux cas, les hommes deviennent entièrement privés : ils sont privés de voir et d'entendre autrui, comme d'être vus et entendus par autrui. Ils sont tous prisonniers de la subjectivité de leur propre expérience singulière, qui ne cesse pas d'être singulière quand on la multiplie indéfiniment. Le monde commun prend fin lorsqu'on ne le voit que sous un seul aspect, lorsqu'il n'a le droit de se présenter que dans une seule perspective. »

Hannah Arendt, *La condition humaine* (1958).

« En face, les jardins du président de la République et, à travers les arbres qui commençaient précocement à verdir, le fameux perron où l'on photographiait celui-ci serrant la main à ses hôtes de marque.

Ne sentait-on pas une certaine incohérence ? Le bistrot, autour de Maigret, semblait plus réel, plus solide. C'était de la vie de tous les jours. Des petites gens certes, mais on compte davantage de petites gens que d'autres, même si on les remarque moins, s'ils s'habillent de sombre, parlent moins haut, rasent les murs ou s'entassaient dans le métro... »

Georges Simenon, *Maigret hésite* (1968).

« Les tuyaux ont existé de tout temps : au début, de façon naturelle, comme les bambous, les vaisseaux sanguins ou les intestins, et l'écorce terrestre a depuis longtemps regorgé de cours d'eau souterrains et de cheminées par où passait la lave des volcans. Ensuite, imitant en cela la nature, la civilisation créa ses propres tuyaux. Egouts et canalisations, télescopes et microscopes, tuyaux de laboratoire, bref, tuyaux des plus variés, certains très compliqués.

Les tuyaux existaient donc et ils avaient pour fonction de conduire, l'un ceci, l'autre cela, chacun à sa façon. Jusqu'au jour où un tuyau découvrit la théorie des tuyaux. Aujourd'hui encore, on ne sait pas en quoi cette théorie fut utile, mais la question du « en quoi » paraît déplacée. Car les théories voient le jour moins en raison d'un besoin que d'une possibilité : ce n'est pas qu'elles doivent ou qu'elles devraient, mais qu'elles peuvent. La création dans le domaine de l'esprit semble imiter la nature, laquelle fait plutôt tout ce qu'elle est en mesure de faire et pas seulement ce qui pourrait être utile à quelque chose. La théorie du tuyau, donc, vit le jour, et il serait oiseux de discuter la question de sa finalité et de son efficacité.

Un beau jour, comme il a été dit, un tuyau décida de mettre de l'ordre dans la stupéfiante diversité des tuyaux, c'est-à-dire de définir l'essence du tuyau, le tuyau idéal, un idéal de tuyau auquel allaient pouvoir se référer tous les tuyaux. Il décida de découvrir ce qui fait que le tuyau est tuyau et non pas non-tuyau. Evidemment, se référer signifie opérer une réduction. C'est-à-dire rejeter tout ce qui, dans un tuyau donné, est accidentel, et ne garder que les choses sans lesquelles le tuyau cesse d'être tuyau.

Après plusieurs décennies de travail acharné, notre tuyau parvint à la conclusion que l'essence du tuyau était le trou. » (...)

Slawomir Mrozek, « Histoire courte mais complète », *L'arbre* (1992).

SOMMAIRE

INTRODUCTION	P 11
§1/ L'épuisement ou la crise du journalisme et de l'information politiques dans les médias télévisuels	P 13
§2/ Le renouvellement des formes de convocation de la politique dans les médias télévisuels	P 22
§3/ « Politique télévisée », « information politique » et « cadrage politique »	P 32
CHAPITRE 1 LA POLITIQUE À L'ÉPREUVE DES JOURNAUX TELEVISES	P 41
SECTION 1 : LA POLITIQUE AU « 13 HEURES » DE <i>TF1</i>	P 45
§1. L'invention de « l'actualité des régions » : le statut symbolique et cognitif de la politique dans « le journal de Jean-Pierre Pernaut »	P 46
§2. La disqualification de la politique : « <i>l'information concernante</i> » du « 13h » de TF1	P 70
SECTION 2 : LES JOURNAUX TELEVISES ET L'INFORMATION POLITIQUE	P 103
§1. Le traitement des « jeux » et des « enjeux » politiques dans les journaux télévisés	P 105
§2. Les formes usuelles de (re)présentation de la politique dans les journaux télévisés	P 131
CHAPITRE 2 LA POLITIQUE DEPOLITISEE DES MEDIAS TELEVISUELS	P 167
SECTION 1 : LE « JOURNALISME DE MEDIATION » ET LE JOURNALISME POLITIQUE : LES RENOUVELLEMENTS DU TRAITEMENT DE L'OFFRE ET DE LA DEMANDE POLITIQUES A LA TELEVISION	P 176
§1. Le « journalisme de médiation » : la parole politique évitée. La politique télévisée en temps de « fracture sociale » (1996-1997)	P 178
§2. Le journalisme politique : la parole politique attaquée. La politique télévisée au changement de siècle	P 206

SECTION 2 : LE TRAITEMENT TELEVISUEL DE LA POLITIQUE A L'EPREUVE DU « JOURNALISME D'ETAT-MAJOR » ET DE « L'INFORMATION / DIVERTISSEMENT » : LA VICTOIRE DU « DOUBLE CADRAGE » DE LA POLITIQUE A LA TELEVISION	P 234
§1. Le journalisme d'état-major et l'information/divertissement : la politique télévisée saisie par la « communication »	P 235
§2. L'irrésistible montée en puissance du « double cadrage » de la politique dans le traitement de la politique à la télévision	P 273
CHAPITRE 3 FAIRE DE L'INFORMATION POLITIQUE À LA TELEVISION AUJOURD'HUI	P 305
§1/ Le « cadrage dépolitisé » de la politique télévisée : changement de « regard » sur la politique et « centralité » de la politique à la télévision	P 315
§2/ Les jeux rhétoriques de « la politique télévisée » : la catégorisation télévisuelle de la politique	P 342
CONCLUSION	P 361
BIBLIOGRAPHIE	P 369
ANNEXES	P 379
TABLE DES MATIERES	P 387

INTRODUCTION

La politique intéresse-t-elle encore la télévision ? Comment les médias télévisuels traitent-ils de la politique ? Il s'agit de s'interroger dans cette thèse, sur la contribution des médias télévisuels à la vie politique, sur leur rôle dans l'ensemble des phénomènes que l'on regroupe sous l'étiquette de la « communication politique »¹, en choisissant comme angle d'attaque, **la problématique du traitement de la politique à la télévision.**

Je² voudrais partir dans cette introduction, de la réflexion sur la contribution des médias télévisuels au développement des perceptions négatives de la politique³. Aujourd'hui il est reproché aux médias télévisuels de ne « plus faire de politique », de ne pas défendre une vision éclairée et ouverte de la politique, et ainsi, d'alimenter des perceptions négatives et restrictives de la politique dans l'espace public. On pourra présenter cette thèse comme celle d'une **politique télévisée dite « dépolitisée »**, afin de traduire l'idée d'un statut marginal de la politique à la télévision, ainsi que de son traitement journalistique. Cette analyse s'appuie principalement sur le double constat suivant. D'abord les médias télévisuels, de manière générale, parlent de moins en moins de politique, dans le sens où ils consacrent de moins en moins d'espace à la télévision, à des formats dits politiques, c'est-à-dire à la « page » politique d'une édition d'information, d'un journal télévisé ou bien encore aux « émissions politiques ». En bref, ils feraient moins « d'information politique », une notion qui reste toutefois à définir. Ensuite, quand les médias télévisuels parlent ou « font » de la politique, il ne s'agit pas vraiment de politique, dans le sens où même si ces médias traitent d'une actualité dite politique, qu'ils invitent des membres du personnel politique à s'exprimer, cette « politique télévisée » ne permet pas de penser « politiquement » la politique. Les médias télévisuels donnent à voir de la politique à partir de grilles de lecture qui en réalité, sont

¹ « Cet objet flou », cf. GERSTLE, 1992, *La communication politique*, Paris, PUF & GERSTLE, 2004, *La Communication politique*, Colin.

² J'ai choisi délibérément de recourir à la forme personnelle, car, dans mon esprit, elle se prête à l'exercice du soutien d'une « thèse ».

³ GAXIE, 2003, « Une construction médiatique du spectacle politique. Réalité et limites de la contribution des médias au développement des perceptions négatives de la politique », in LAGROYE J. (s. dir.), *La politisation*, Belin.

dépolitisantes⁴. Comme on l'a déjà souligné à propos de la notion « d'information politique », il faudra éclaircir dès cette introduction, ce que les politistes définissent comme des schèmes de perceptions « politiques », ce qu'on peut nommer le point de vue politique.

Quoi qu'il en soit pour le moment, on s'aperçoit que ce sur quoi porte l'interrogation relative à la contribution des médias télévisuels à la vie politique quand elle est analysée sous l'angle de la « communication politique », c'est une interrogation sur le rôle des médias télévisuels dans **l'équipement de l'espace public, en outils de lecture et d'interprétation de la politique** et de sa pratique sociale. Comment les médias télévisuels traitent de la politique ? La réponse à cette question qui semble avoir prévalu en science politique ces dernières années, est celle d'une « crise », à tout le moins d'un épuisement des formes de traitement et de (re)présentation de la politique à la télévision. Je préfère l'idée d'un réaménagement ou bien d'une **recomposition des façons de faire et de dire la politique dans les médias télévisuels**, puisque cet épuisement s'est accompagné - en même temps qu'il en est le principal résultat -, d'un renouvellement des formes de convocation de la politique dans les médias télévisuels.

Aussi, on distinguera deux temps dans cette introduction. Un premier paragraphe traite de l'épuisement ou de la crise du journalisme et de l'information politique dans les médias télévisuels, puis un second aborde plus précisément la question du renouvellement des formes de convocation de la politique à la télévision.

§1/ L'ÉPUISEMENT OU LA « CRISE » DU JOURNALISME ET DE L'INFORMATION POLITIQUES DANS LES MÉDIAS TÉLÉVISUELS

Quels sont les différents éléments qui viennent à l'appui de cette thèse d'une crise ou d'un épuisement des façons de faire et de dire la politique dans les médias ? On peut classer ces éléments en deux catégories d'arguments, déjà mentionnés : les médias télévisuels parlent de moins en moins de politique, en ce sens on peut diagnostiquer une processus de **marginalisation du journalisme et de l'information politiques à la télévision**, et, quand ils disent faire ou traiter de la politique, il ne s'agit pas en fait de politique, ce qui nourrit des

⁴ NEVEU, 2003, « De l'art et du coût d'éviter la politique, la démocratie du talk show version française (Ardisson, Drucker, Fogiel) in *Réseaux*, « La politique saisie par le divertissement », n° 118, Paris, Hermès Science Publications.

interrogations sur la principale qualité du regard que les médias télévisuels portent sur la politique, à savoir son caractère « dépolitisé » ou « dépolitisant ».

A. La marginalisation du journalisme et de l'information politiques à la télévision

Commençons par rapporter brièvement ce qu'ont été les évolutions du journalisme politique à la télévision ces dernières années avant que d'observer celles qui ont affecté « l'information politique ».

1. les évolutions du journalisme politique

A nouveau, l'idée qui, ici prévaut, est que durant les années 90, on a assisté à un processus de marginalisation du journalisme politique dans la mesure où les médias télévisuels ont de moins en moins parlé de politique. Sur quoi base-t-on cette affirmation ? On a observé que les professionnels des médias télévisuels programment peu de formats médiatiques qualifiés de politiques : on a assisté à une **raréfaction des « formats » dits politiques** dans les médias télévisuels⁵.

L'argument est connu et particulièrement convaincant semble-t-il, s'agissant du journalisme politique à la télévision. Au cours de la décennie écoulée, les professionnels de la télévision ont de moins en moins organisé de « forums » ou « d'arènes » étiquetés comme politiques (les fameuses « émissions politiques ») où sont débattus des sujets et une actualité politiques. Ces professionnels préférèrent aborder des questions dites de société, en recueillant sur les plateaux de télévision, les propos de citoyens dits « ordinaires » (les « témoins » des talk show) et présentés comme représentatifs sinon des Français, au moins de leurs préoccupations. Les journalistes politiques à la télévision ont ainsi été dans une **situation de rapport de force** avec une autre catégorie de professionnels de la télévision, ceux que l'on a nommé les animateurs. Ces derniers se sont appuyés sur ce qu'Erik Neveu⁶ appelle « la tabloïdisation des modes de médiatisation de la politique », pour faire de l'audience et explorer l'opinion publique. Cette opinion publique, que les professionnels de la télévision

⁵ LE FOULGOC, 2003, « 1990-2002 : Une décennie de politique à la télévision française. Du politique au divertissement », in *Réseaux* n° 118, op. Cit. ; CAYROL & MERCIER (s. dir.), 2002, *Télévision, politique et élections*, Paris, INA/Documentation française, Dossiers de l'audiovisuel &

⁶ NEVEU, 1997, « Des questions jamais entendues. Crise et renouvellement du journalisme politique à la télévision », in *Politix*, N° 37.

interrogent dans la rue grâce au dispositif du micro trottoir, est très différente des données abstraites des sondages ou des enquêtes d'opinion, de par sa « représentativité impure », son caractère subjectif.

En même temps, si l'intérêt des médias télévisuels pour ce type de programmes, a certes contribué à marginaliser le journalisme politique à la télévision, on peut penser qu'il a également participé de son renouvellement. Le recours à ce que l'on peut appeler le « **registre du vécu** » a en effet permis de lutter dans les années 90, contre la « sédimentation »⁷ des divers modes de traitement de la politique à la télévision.

Dans les années 1980, trois registres avaient – déjà - caractérisé les tentatives de remodelage de la mise en scène de la politique à la télévision : le registre de « **l'interactivité** » qui consiste en une sophistication des modalités de recueil et d'incarnation de l'opinion publique, le registre de « **la psychologisation** » qui vise à permettre à un « public », pensé comme peu « politisé », de manifester un peu d'intérêt pour la politique en lui permettant d'accéder à cette activité (à ces codes, ces enjeux) pensée comme complexe, par l'intermédiaire de grilles de perception qui sont empruntées à la vie quotidienne et non pas donc, à l'univers politique - en pénétrant par exemple dans l'inimitié des grands de la politique et de ce monde, enfin, le registre de « **la dilution** » qui autorise à mêler l'actualité ou l'information politiques à d'autres types d'actualités et genres d'informations, dans des formats quotidiens ou hebdomadaires - les journaux télévisés constituent à ce titre un cas particulier de dilution, mais l'on pense à l'exemple canonique du magazine télévisé « 7/7 » ou aujourd'hui à des émissions télévisées « d'infotainment », comme celles de « Drucker, Fogiel et Ardisson »⁸.

Aujourd'hui, le **déplacement massif du personnel politique** vers ces formats télévisuels, qui ne sont pas politiques, ainsi que l'usage systématique à la télévision de ce registre « du vécu » a pris une si grande importance qu'il semble constituer l'une des plus belles illustrations de ce que l'on identifie dorénavant comme le principe de « **proximité** » en politique⁹.

⁷ *Ibidem*.

⁸ NEVEU, in *Réseaux*, 2003, « La politique saisie par le divertissement », n° 118, Paris, Hermès Science Publications.

⁹ LE BART & LEFEBVRE (s. dir.), 2005, *La proximité en politique, Usages, rhétoriques, pratiques*, Res Publica, PUR.

L'étude des évolutions du journalisme politique à la télévision sera au coeur de cette thèse, ainsi que celles de changements qui lui sont concomitants, touchant à « l'information politique ».

2. les évolutions de « l'information politique »

Là encore ces évolutions, à l'instar de celles du journalisme politique télévisuel, viennent appuyer l'idée selon laquelle « on parlerait moins de politique à la télévision », en l'espèce « d'information politique ». Et en insistant encore sur la façon dont « on parle de politique », cette fois-ci quand les médias télévisuels nous **informent** sur la politique.

Je m'appuierai ici sur le cas nord-américain tel que l'a décrit W. L. Bennet¹⁰, dans un article de référence sur le traitement de l'information politique dans les médias américains. Il constate que la règle en matière « d'information politique » diffusée dans les médias, consiste la plupart du temps à limiter l'étendue du traitement de la politique, au recueil d'une réaction officielle parmi les membres du personnel politique. Il souligne qu'il s'agit ensuite pour les médias de suivre ce qu'il nomme le « **chemin du pouvoir** », c'est-à-dire de rapporter cette information politique à un débat parmi les décideurs publics. Mais selon deux impératifs : celui de la **personnification** de l'information politique qui invite les médias à traiter de la politique sous la forme du récit d'une série d'affrontements plus ou moins discrets entre des individus appartenant à la classe politique, celui de la **dramatisation** qui ordonne que les acteurs, les événements qui font l'actualité politique soient placés dans un registre, un domaine qui est celui du conflit. Quoi qu'il se passe en politique, il s'agit toujours d'identifier un vainqueur et un perdant, ce qui est flagrant le soir d'élections, mais qui serait aussi le cas dorénavant, à chaque fois que l'on parle de politique dans les médias, qu'un sujet est étiqueté comme politique, ou autrement dit placé sur « l'agenda politique ».

Il faut noter que ce type de traitement de l'actualité serait alimenté non seulement par les croyances des journalistes de révéler ce qui est dysfonctionnel dans le processus démocratique (l'appétit du pouvoir, la vénalité, l'incompétence) mais également par ce que sont les normes d'objectivité et de rapidité qui s'imposent aux journalistes et qui les invitent à traiter de la politique comme du sport, c'est-à-dire en se focalisant sur quelques résultats et

¹⁰ BENNET, 1996, « An introduction to journalism norms and representations of politic », *Political Communication*, 13.

aspects techniques de la pratique, ce qui offre l'avantage de ne pas solliciter des recherches ou des expertises sur tel ou tel aspect d'une politique publique (de santé, d'environnement par exemple...).

C'est de ces normes, des impératifs et de la perspective commerciale dans lesquelles les médias les inscrivent que se dégagent **les règles de (re)présentation de la politique** dans les médias :

1. obtenir une (des) **réaction officielle** afin de bâtir une histoire de ce point de vue ;
2. indexer cette histoire sur les **voix autorisées** des experts, des représentants des formations politiques, de différents groupes sociaux et sur celle de l'opinion publique, via différents procédés et afin de ne pas rapporter seulement cette histoire à un débat parmi les décideurs ;
3. suivre ce **chemin du pouvoir** afin de développer une intrigue complexe derrière le discours officiel des institutions publiques ;
4. enfin, raconter cet ensemble en invoquant des **métaphores hautement ritualisées** et en agitant des thématiques en usage dans la culture politique concernée.

On aura bien l'occasion par la suite, là encore, de revenir tant sur la définition (conceptuelle) que sur le terrain (empirique) de l'information politique, cette fois-ci à partir du cas français. Mais si l'on synthétise ce premier point consacré à la marginalisation de l'information et du journalisme politiques, on s'aperçoit que s'il y a marginalisation, c'est aussi bien parce que stricto sensu, les médias télévisuels parlent moins de politique (il y a moins de formats), que parce que, quand ils en parlent (quand ils sont censés faire de l'information politique) ils **ne parlent pas vraiment de politique...** de compétition peut-être, d'amour et de jalousies certainement. Bref, ils parlent de politique **sans porter un regard politique** sur cette politique, on dira alors qu'ils portent un regard dépolitisé sur la politique. Reste à poser ce qu'est un regard politique, partant, à se demander en quoi cela fait problème.

B. Le regard « dépolitisé » des médias télévisuels sur la politique

Qu'est-ce qu'un « **regard politique** » qui s'exerce sur la politique ?

Par « **politique** », on désigne « une activité réglée de compétition pour le contrôle de positions au sein d'un système d'institutions et de rôles spécialisés, dont les acteurs revendiquent un changement programmé des rapports sociaux, et s'appuient sur des identités partisanses »¹¹. Par « regard politique » (ou point de vue politique ou schème de perception politique, et avant que l'on soit conduit à opérer des distinctions entre ces différents termes), on entend un regard (une grille de lecture) qui donne à voir la politique d'une part comme une activité **différenciée** du social, **sectorisée**, et d'autre part comme un ordre désireux de **proposer un changement des rapports sociaux** (dimension normative) sur la base **d'identités partisanses** (dimension partisane).

Ces définitions ayant été posées, il nous faut établir les éléments qui nous permettent de dire que les médias ont massivement posé un regard qui n'est pas politique - on dira dépolitisé pour le moment en attendant de distinguer dans le non politique précisément ce qui relève de l'apolitique, et du dépolitisé. Autrement dit pourquoi quand les médias parlent de « politique », il n'est pas véritablement question de politique, de sorte qu'ils usent de grilles de lecture dépolitisantes ? Pour répondre à cette question, nous reprendrons les deux

¹¹ COLLOVALD & NEVEU, 2001, « La critique politique du néo-polar », in BRIGUET J.-L. & GARRAUD P. (s. dir.), *Juger la politique. Entreprises et entrepreneurs critiques de la politique*, PUR.

J'ai retenu cette formule mise en exergue par ces deux auteurs, car elle me semble synthétique et opérationnelle pour la recherche (Cf. en particulier le Ch. 3). Je n'ignore pas que, face à cette montagne – la définition de la politique ou de ce qui est politique- beaucoup d'autres approches ou définitions pourraient être données. Si je m'arrête à cette formule qui me paraît éclairante, cela n'exclut bien entendu pas, d'aborder autrement les différentes dimensions de ce terme. Un exercice auquel se livrent en particulier les auteurs d'ouvrages (de manuels) de science politique (ou de sociologie politique) en distinguant en particulier *la politique du* politique. Ce qui offre alors, la possibilité d'inclure dans le champ d'observation, un certain nombre d'objets, de thèmes relevant de l'étude *du* politique. Sur ce sujet, cf. LACROIX Bernard, « Ordre politique, ordre social », in *Traité de Science Politique*, (s. dir. LECA Jean & GRAWITZ Madeleine), PUF, 1985. Comme illustration de cette stratégie, je citerai la récente « synthèse » que propose Jacques CHEVALLIER, à l'ouvrage collectif « *La politique ailleurs* », CURAPP, PUF, 1998 : « Si *le* politique, qui recouvre tout ce qui concerne le gouvernement des sociétés, est une fonction diffuse, passant par des médiations diverses, *la* politique est en revanche, dans les sociétés modernes, une activité spécialisée, régie par des règles qui définissent sa nature, ses conditions de prise en charge, ses modalités d'exercice : conçue comme champ spécifique, distinct des autres sphères d'activité sociales, la politique (*politics*) comporte un ensemble de rôles différenciés, qui font l'objet d'un strict encadrement ; la logique de la représentation conduit ainsi à distinguer des rôles permanents, tenus par ceux qui ont fait de la politique leur métier et luttent pour la conquête des positions de pouvoir, et des rôles intermittents, endossés par les simples profanes et qui impliquent une participation seulement épisodique au jeu politique. »

Je renvoie également au chapitre 3 de la thèse et à l'approche que propose Jacques LAGROYE (*La politisation*, 2003, Belin) de la notion de « politisation », qui nous sera utile pour aborder la double question de la politisation des messages engendrés à la télévision, ainsi que celle de la « dépolitisation » de la « politique télévisée ».

points soulevés par notre tentative de définition : les médias ne donnent pas à voir la politique comme une activité spécialisée et les médias ne restituent pas à la politique ce qui la caractérise, ils lui **ôtent ses dimensions normative et partisane**. Ce faisant, ils ne lui confèrent pas ses **autonomies symboliques et cognitives**.

1. les médias ne donnent pas à voir la politique comme une activité spécialisée

D'abord, les médias télévisuels ne procurent pas - ou peu - les outils nécessaires à la **compréhension de la politique**, ainsi qu'aux relations qu'entretient cet univers codé et complexe avec le social, la société, ses différents secteurs et domaines d'activité. En bref, la télévision n'apporte pas ou très peu d'informations sur les « **logiques sociales** » propres à l'univers politique.

La politique telle qu'elle est présentée dans les médias télévisuels est au contraire, à ce point enchâssée dans « le social », qu'elle est souvent stigmatisée comme étant le **parangon des dysfonctionnements de ce social**, comme représentant la meilleure incarnation possible du « système », qui est cette sorte de tout social négativement valorisé, de tout explicatif sans véritables déterminations, et qui est porteur de nombreuses **appréciations négatives et restrictives de la politique**.

Or cela est particulièrement problématique si l'on veut bien considérer que ce qui précisément pose problème s'agissant du rôle des médias télévisuels dans l'équipement de l'espace public en outil de lecture et d'interprétation de la politique, c'est que les médias ne confèrent alors pas à la politique ce que sont ces autonomies symboliques et cognitives.

Quels sont ces instruments qui sont à la disposition des médias et qui permettent de penser la politique comme une activité spécialisée caractérisée par ses deux dimensions normatives et partisanes ? Ce qui garantit une autonomie symbolique et cognitive à la politique dans les médias télévisuels, ce sont les « **catégories d'entendement** »¹² ou de la pensée (les grilles de perception, les points de vue) et les « **repères cognitifs** »¹³ (les formats) qui concourent à la production des (re)présentations de la politique à la télévision. Or on l'a dit, s'agissant des formats télévisuels, leur place s'est réduite, « l'information politique »

¹² « ... des cadres conceptuels utilisés par une culture ou une époque pour structurer la pensée... », QUERE, 1994, « Présentation », in « L'enquête sur les catégories », FRADIN B. & QUERE L. et WIDMER J. (s. dir.), *Raisons pratiques*, n° 5, Paris, Editions de l'EHESS.

¹³ FRANCOIS & NEVEU (s. dir.), 1999, *Espaces publics mosaïques, acteurs, arènes et rhétoriques des débats publics contemporains*, Rennes, PUR, Res Publica.

représentant une portion congrue des éditions nationales des journaux télévisés et des programmes ce qui signifie donc a priori « moins » d'autonomies. *Quantitativement* s'entend. Quant au point de vue *qualitatif* peut-on dire, conférer à la politique ce que sont ses propres autonomies symbolique et cognitive, c'est la donner à voir conformément à ce qui fait d'elle une catégorie constituée de la pratique sociale, une activité différenciée, sectorisée. Et en ce sens, la doter de ce qui en fait une activité spécialisée, c'est-à-dire lui reconnaître ses deux dimensions, partisane et normative.

Au total, le point de vue politique peut donc être identifié en recourant à un **double critère, partisan et normatif**. Les médias télévisuels peuvent bien discuter de « politique », inviter pour cela des « représentants politiques » sur un plateau de télévision... peu importe le dispositif médiatique, **si celui-ci ne permet pas l'expression et le traitement de projets, des offres politiques – « des programmes de perception et de transformation des réalités sociales »¹⁴ (dimension normative) non plus que leur inscription dans une lutte partisane, les professionnels de la télévision privent la politique de ses autonomies symbolique et cognitive, ils l'empêchent de se construire et de se légitimer comme une activité différenciée et autonome.**

2. les médias télévisuels ne restituent pas à la politique ses dimensions normative et partisane

Pour poursuivre dans la même idée, on peut dire qu'à la télévision, la politique se construit selon des points de vue familiers qui la donnent uniquement à voir comme un « jeu »¹⁵, semblant ignorer qu'elle est une activité spécialisée qui est au fondement du social en raison des « enjeux » qu'elle prend en charge.

Ce constat a alimenté un débat public et académique à partir du milieu des années 1990 sur ce que l'on a appelé **la crise de la communication politique**. Un débat public car tous les acteurs de la communication politique se sont précisément présentés comme des thérapeutes pour remédier à cette crise : le personnel politique accusant les médias de contribuer à la « sinistrose », aujourd'hui le « déclinisme », les médias se présentant comme les nouveaux « médiateurs », et l'opinion publique, acteur agi via l'opinion des sondages,

¹⁴ BRAUD, *Le suffrage universel contre la démocratie*, PUF, 1980.

¹⁵ LEGAVRE, « Les journalistes politiques, des spécialistes du jeu politique », in *La démobilisation politique*, (s. dir.) Frédérique MATONTI, La Dispute, 2005.

alimentant un discours sur les rapports insatisfaits des Français à la politique. En fait ces « rhétoriques » médiatiques et politiques méritent d'être sérieusement interrogées par des études de science politique notamment. Des études qui pourtant, ont précisément largement sollicité cette orientation de recherche autour de la crise de la communication politique, en grande partie dans le monde académique nord-américain¹⁶, ce qui n'a pas manqué d'alimenter les réflexions¹⁷.

Quoi qu'il en soit, le symptôme caractéristique de la crise de la communication politique aurait été formellement identifié, il s'agit de la tendance historique du spectacle politique à **se construire selon des points de vue familiers** qui donnent à voir – dans les médias donc- la politique comme un jeu et non pas comme un espace, certes concurrentiel, de délibération et de gouvernement, de gestion des affaires publiques. Les diverses manifestations de cette tendance dans les médias télévisuels nous sont aujourd'hui très familières : il s'agit de l'intérêt jugé grandissant des médias à couvrir plus volontiers les attaques personnelles que les enjeux de politiques publiques, à disséquer les stratégies politiques plutôt que les projets politiques, à présenter la vie publique comme un combat pour obtenir des avantages au détriment de toute prise en considération de ses dimensions normative et partisane. Au point d'alimenter bon nombre de réflexion sur les figures d'un populisme médiatique, singulièrement télévisuel¹⁸.

Ce que l'on peut retenir à ce stade de notre réflexion, c'est bien l'idée selon laquelle les médias télévisuels finissent par **expliquer de la politique par autre chose que de la politique** : il n'y a plus d'enjeux politiques, mais plutôt des jeux politiques, coupés souvent de toute référence à des identités partisanes ainsi que de toute dimension normative (de visions du monde social et de projets de transformation de ce social). Ce traitement de l'information politique, on pourrait le dire **cynique**, puisqu'il réduit systématiquement la compréhension d'une situation politique à la seule vision de ces jeux stratégiques. Le problème s'agissant du regard politique que les médias télévisuels sont censés porter sur la politique, c'est que précisément ce regard dit cynique, s'il a certes de tous temps, relevé de

¹⁶ BLUMER, 1997, « Origins of the crisis of communication for citizenship », *Political Communication*, N°14, et, contre cette thèse: NORRIS, 2000, *A virtuous circle: political communication in post-industrial societies*, Cambridge University Press, Cambridge.

¹⁷ NEVEU, 2001, « Une crise de la parole politique à la télévision. Echos d'un débat anglophone », in *Mots*, n°67, Lyon, ENS Editions.

¹⁸ LÉROUX & TEILLET, 2001, « La politique de l'apolitique. Le « 13 heures » de *TF1* », in *Mots*, n° 67, Lyon, ENS Editions.

l'exercice du commentaire et de la « critique »¹⁹ de l'activité politique, concerne toutes sortes d'activités sociales, pas uniquement l'activité politique. En cela c'est certainement à nouveau, un point de vue familier, profane sur la politique.

Pour conclure sur ce premier paragraphe introductif consacré au **journalisme et à l'information politique dans les médias télévisuels, il apparaît que ce qui est en question c'est bien l'épuisement des formes courantes de traitement de la politique à la télévision, des formes de (re)présentation de la politique à la télévision.** Un traitement télévisuel qui semble-t-il, conférerait pourtant à la politique des autonomies symbolique et cognitive. Je parlerais d'un processus d'hétéronomisation, de perte d'autonomie symbolique et cognitive, de « désarmement symbolique²⁰ » de la politique dans les médias. C'est semble-t-il manifeste, à travers les deux points que nous avons évoqués, la marginalisation de l'information et du journalisme politiques et le regard dépolitisé des médias.

Comme annoncé, ce processus d'épuisement des formes courantes de traitement de la politique dans les médias, s'est accompagné en même temps qu'il en le phénomène le plus significatif, d'un renouvellement des formes de convocation de la politique dans les médias. Ces **nouvelles formes de convocation** s'inscrivent-elles également dans ce processus d'épuisement des autonomies symbolico-cognitives de la politique à la télévision ? Ou bien permettent-elles de faire de la politique, « ailleurs »²¹, autrement c'est-à-dire dans le « hors champ politique »²² ?

§2/ LE RENOUVELLEMENT DES FORMES DE CONVOCATION DE LA POLITIQUE DANS LES MEDIAS TELEVISUELS

Pourquoi les médias ont-ils été conduits à renouveler les formes de traitement de la politique ? On peut répondre : en raison de contraintes dont on dira que certaines sont « suscitées par la politique elle-même », et d'autres qui sont liées à la nature du rôle et du pouvoir actuel des médias télévisuels dans l'espace public.

¹⁹ GAXIE, 2001, « Les critiques profanes de la politique. Enchantement, désenchantements, réenchantements. », in BRIGUET J.-L. & GARRAUD P. (s. dir.), *Juger la politique, Entreprises et entrepreneurs critiques de la politique*, PUR.

²⁰ FRANCOIS & NEVEU, 1999.

²¹ CURRAP, 1998, *La politique ailleurs*, PUF.

²² GERSTLE, 1997, « La persuasion de l'actualité télévisée », in *Politix*, n° 37, Paris.

A. La recherche de grilles de lecture de la politique qui répondent aux objectifs des professionnels de la télévision

Il faut poser ici la question de la contribution des médias à **la construction de la réalité et du sens social et politique**. On montrera que les médias ne produisent, ni n'inventent les instruments de lecture qui leur permettent de traiter de la politique et de la réalité sociopolitique, ce qui amène à relativiser une approche dite « médiacentrique » de la vie politique. Les médias sont à la recherche et parviennent en revanche, à fournir des **outils d'interprétation efficaces et convaincants** de cette réalité.

1. la volonté des médias télévisuels de rendre compte des rapports insatisfaits des Français à la politique

La télévision occupe une place privilégiée dans les études de communication politique en raison du rôle important qui lui est prêté dans les modifications des **règles du spectacle politique** et dans le renouvellement des **styles** de la communication politique²³.

On la présente volontiers comme le lieu essentiel de déroulement de la politique ainsi que comme le canal de prédilection de la communication des représentants politiques qui comptent sur la scène politique. C'est pourquoi les médias télévisuels mais également bien entendu l'ensemble des médias, ont fait l'objet de recherches pluri-méthodologiques, afin d'étudier l'impact des messages qu'ils véhiculent²⁴. On sait à ce sujet, que les recherches de science politique mettent l'accent sur la relativité des « effets » des médias tout en reconnaissant que les médias sont centraux dans l'espace politique. Essentiellement en raison de leur capacité à **coller aux représentations profanes de la politique**, en retraduisant la politique dans les registres du vécu, du quotidien.

C'est précisément à cet aspect-là de la question que ces dernières années, se sont plus particulièrement intéressés les politistes²⁵. La problématique forte de la discipline a consisté à se demander comment les médias sont à la fois des « **instruments de consolidation** » et des « **vecteurs d'adaptation** » de « l'ordre politique ». Des vecteurs d'adaptation d'abord, car les conditions de réception de la politique médiatisée lui confère une portée sociale et politique

²³ Hermès, « Communication et politique », N° 17-18, CNRS Editions, 1995.

²⁴ MERCIER, 2001, « Médias (effets) », in PERRINEAU P. et REYNIE D. (s. dir.), *Dictionnaire du vote*, PUF.

²⁵ CHEVALLIER, 1998, « Synthèse », in CURRAP, *La politique ailleurs*, PUF.

explicite ; de ce fait les médias « constituent un espace social qui implique sinon une rupture, au moins un point de vue sur les valeurs sociales et politiques dominantes ». Ensuite des instruments de consolidation de l'ordre politique, car les représentations que les médias véhiculent de la politique sont « marquées par l'ensemble des significations qui constituent le soubassement profond de l'ordre politique » (par exemple l'essentielle distinction gouvernant / gouverné) ; y compris quand les médias prétendent en fournir des instruments de lecture subversifs²⁶.

On comprend alors l'intérêt du personnel politique pour les médias, parce qu'ils fonctionnent comme des « caisses de résonance »²⁷ pour des stratégies politiques, qui certes sont qualifiées de stratégies de communication politique, mais qui trouvent leur origine et signification en dehors de la sphère médiatique, dans le champ politique proprement dit. Cela ne signifie pas bien entendu, qu'il ne saurait y avoir de la part du personnel politique des instrumentalisation qui visent directement les médias, quand il s'agira notamment pour les acteurs politiques d'essayer d'imposer des thèmes sur lesquels devrait porter le combat politique. En tout état de cause, cela signifie que **les médias n'ont pas le pouvoir de construire le sens et la réalité politique**. Ils participent certes de cette **activité complexe de symbolisation et de construction**, mais ils ne sont pas à l'origine de la détermination, de la reproduction ou du changement de cette réalité. Ainsi des perceptions négatives et restrictives de la politique ; les médias peuvent certes les entretenir, les banaliser, ils ne sont pas capables de les produire ou de les inventer. Car elles existent pour toute une série de raisons qui sont indépendantes des médias²⁸. L'interrogation sociologique porte alors sur les éléments qui expliquent « le choix » et éventuellement, le bien fondé des médias à adopter une telle posture, les médias étant dans une situation d'hétéronomie, conformément à leur rôle de « miroir social »²⁹.

²⁶ DARRAS, « Rire du pouvoir et pouvoir du rire. Remarques sur un succès politique et mondain : *les Guignols de l'info* » in CURRAP, *La politique ailleurs*, PUF.

²⁷ DARRAS, 1998, « Pour une lecture réaliste des formes non conventionnelles d'action politique », in CURRAP, *La politique ailleurs*, PUF.

²⁸ On n'abordera pas ici les différentes causes sociologiques responsables des perceptions négative et restrictive de la politique, dont il conviendrait en particulier de pointer le cas échéant les spécificités hexagonales. Pour une exploration de ces « critiques » et d'une « humeur antipolitique » quand ces critiques et cette humeur sont rapportées non seulement à des perceptions « médiatisées », mais également à des « propriétés structurelles de la politique », à un « contexte politique » et enfin à des « positions » ou des « trajectoires sociales », on se rapportera à l'analyse de Daniel GAXIE, *Les critiques profanes de la politique*, op. Cit.

²⁹ CHARAUDEAU, 1997, *Le discours d'information médiatique, la construction du miroir social*, INA/Nathan. Réactualisé : *Les médias et l'information. L'impossible transparence du discours*, De Boeck/INA, 2005.

Car les médias, singulièrement la télévision, sont en revanche, devenus des acteurs essentiels de l'actualisation des cadres d'interprétation, des codages, des grilles qui président à la lecture du sens et de la réalité sociale et politique.

Les médias participent du réaménagement symbolique et cognitif de la politique en « configurant » les objets sociopolitiques : ils sont des acteurs de la production sociale de la politique, de ses règles, de ses représentations notamment parce qu'ils « se proposent de déchiffrer le jeu politique et donc de l'orienter en disant ce qu'il est ou ce que certains croient y voir »³⁰. Ces activités de déchiffrement sont au cœur des luttes pour dire ce qui est politique et ce qui ne l'est pas, ce qui doit être labellisé comme politique, ce qui doit être reconnu comme légitimement politique ou non. Encore une fois ce sur quoi portent ces luttes et ce qui les détermine, trouve son origine dans des dynamiques sociales complexes. Mais si les médias constituent un « enjeu » politique permanent c'est dans la mesure où ils donnent à voir de la politique et qu'à ce titre, le personnel politique peut « faire de la politique » avec les médias. Ce qui aura eu pour conséquence le développement du marketing et de la communication politique puisqu'il va s'agir pour les politiques d'adapter leur offre de programme et de perception aux médias.

Mais il va s'agir également pour les médias télévisuels, d'offrir des grilles de lecture de la politique à partir de ce qu'est leur « pouvoir » et de ce que sont leurs propres ressources et contraintes.

2. le « pouvoir » des médias télévisuels : contraintes et ressources

Parce que les médias cherchent à « **émettre la réception** »³¹, on a assisté à un **remodelage des modalités de prise de parole** par le personnel politique dans les médias télévisuels.

Anticiper sur la réception d'un message est le propre de tout **discours argumenté**, c'est-à-dire qui s'adresse à un auditoire³². Aussi pour comprendre comment les médias ont pu

³⁰ LAGROYE, 2003, « Les processus de politisation », in Lagroye J. (s. dir.), *La politisation*, Paris, Belin.

³¹ LE GRIGNOU & NEVEU, 1991, « Emettre la réception, préméditation et réceptions de la politique télévisée », in *Réseaux*, hors série, Paris, CNET.

³² PERELMAN, 1977, *L'empire rhétorique, rhétorique et argumentation*, Paris, J. VRIN, Librairie philosophique.

anticiper sur la réception, il faut comprendre quelles sont les contraintes qui pèsent sur eux. Ils doivent disposer de formats et de grilles de lecture efficaces, c'est-à-dire qui attirent un public. Or les formats politiques n'attirent pas. Le déclin des formats politiques peut ainsi s'expliquer par les objectifs commerciaux des groupes de presse. Pourtant certains formats politiques échappent à cette logique d'audience car les formats politiques sont liés au statut du diffuseur, aux « rétributions » que confère la relation au monde politique.

Disposer de formats et de grilles de lecture efficaces de la politique à la télévision c'est alors savoir mettre en scène la réalité sociopolitique d'une façon qui permette au public d'aboutir à un questionnement « croyable » de cette réalité, de son sens³³. Cette opération complexe - qui nécessite une réflexion sur ce qu'est la « médiation » qu'assure la télévision³⁴ - on peut dire qu'elle relève d'une double contrainte s'agissant de la télévision : il faut que le traitement télévisuel **mette en perspective la réalité du point de vue du public**, et/mais également réponde à **ses attentes** en la matière. La solution adoptée par les médias télévisuels dans les années 90, a été de restituer les points de vue du public sur la réalité sociopolitique en prenant **symboliquement et cognitivement leurs préoccupations et leurs perceptions en charge** ; au passage en rendant compte des rapports insatisfaits des Français à la politique. Quand on dit que les médias adoptent le point de vue du public, cela signifie en fait que la réalité sociopolitique dépeinte dans les médias a été mise en perspective à partir du destinataire du message médiatique tels que les médias le construisent en s'appuyant sur les techniques de marketing, des techniques qui ont précisément pour objectif d'articuler des représentations, un langage en fonction des conditions de sa réception. Il faut alors s'interroger sur l'évolution du statut symbolique et cognitif de la politique dans les médias quand ils prétendent avant tout autre chose dire « **ce qui concerne les Français** ». Et à cette fin, engager une réflexion sur le **pouvoir de (re)présentation** des médias télévisuels.

Quelles sont les ressources, le pouvoir dont disposent les médias télévisuels pour accomplir ces tâches symbolico-cognitives ?

³³ MICHEL, 1993. « Pour une sociologie des itinéraires de sens : une lecture politique du rapport entre croire et institution », in *Archives de Sciences sociales des Religions*, n° 82, Paris, CNRS Editions.

³⁴ A ce sujet, les débats suscités par l'analyse d'un processus de « démediation » qui affecterait la télévision ; Cf. Jean-Louis MISSIKA, *La fin de la télévision*, Seuil, 2006.

En jouissant du « pouvoir de la représentation »³⁵, ils influent sur les façons de faire et dire la politique. Car si ce sont les acteurs politiques qui font la politique, c'est bien la politique qui se fait dans ce que les médias télévisuels en montrent. Et les médias télévisuels, en disant ce que les politiques font, disent ce que la politique est, et ce qu'elle doit être.

On peut dire effectivement qu'ils disposent d'un pouvoir « **pragmatique** » et d'un pouvoir « **paradigmatique** ».

Les médias télévisuels disposent d'un pouvoir pragmatique dans la mesure où ils peuvent agir sur « les règles qui régissent une séquence d'acte de langage »³⁶. Ils exercent un rôle sur la « forme énonciative » des discours échangés à la télévision. Des discours qui sont contraints dès lors que la parole est reçue et formulée dans l'espace public, par exemple des contraintes « **d'expressivité et d'authenticité** »³⁷. Plus fondamentalement, ils disposent d'un pouvoir paradigmatique qui est lié à leur « position énonciative ». En disant comment on doit pratiquer la politique, ils « esquissent une matière particulière et avec elle un système normatif »³⁸. Ils peuvent à cette fin, jouer de la confusion entre « l'énonciateur universel qui promulgue les règles de la politique et l'énonciateur singulier qui propose de la raconter ». Ils peuvent alors transformer « le paradigme politique (cet ensemble de règles) en un événement particulier et inversement faire de ce récit un modèle universel ».

Dans cette activité, ils sont certes confrontés aux déterminations de l'ordre politique. Mais ils disposent de l'arsenal rhétorique. Il nous faudra alors examiner comment les professionnels des médias occupent souvent une position de discours fictive agencée à celle du **destinataire du discours** et non pas à celle de son producteur, une tâche à laquelle se consacreront certains nouveaux « médiateurs », et, comment alors, pour obtenir cette position ils doivent faire découvrir au public qu'ils (les médias télévisuels) « incarnent le pouvoir que le récit du pouvoir qu'ils établiront » exercera sur le monde politique »³⁹.

³⁵ MARIN, 1979, « Pouvoir du récit et récit du pouvoir », in *Actes de la recherche en sciences sociales*, n° 25, janvier.

³⁶ CHARLAND, 2003 « Le langage politique », in *La communication politique*, sous la direction d'A. M. GINGRAS, Presses de l'Université du Québec, 2003.

³⁷ CARDON & HEURTIN, 1999, « La critique en régime d'impuissance. Une lecture des indignations des auditeurs de France-Inter », in FRANCOIS B. et NEVEU E. (s. dir.), *Espaces publics mosaïques, acteurs, arènes et rhétoriques des débats publics contemporains*, Rennes, PUR, Res Publica.

³⁸ MARIN, 1979.

³⁹ Ibidem.

Pour évaluer ce travail, il faudra considérer toutes les « ruses »⁴⁰ qu'offre la rhétorique et partir au préalable d'un constat, celui de la pluralité des formes de convocation de la politique dans les médias.

B. Etudier la pluralité des formes de convocation de la politique dans les médias télévisuels

1. la multiplication des formats télévisuels qui disent « ce qui concerne les gens »

Les médias télévisuels ont donc, au cours des années 90, mis en place toute une série de dispositifs médiatiques qui ont pris en charge les perceptions et les préoccupations de leur(s) public(s), sur une gamme assez large de sujets que l'on dira « de société ». Je dirai que les médias télévisuels ont cherché à « **dire ce qui concerne les gens** ».

Ces dispositifs télévisuels traitent de la réalité sociopolitique sous différents aspects, directement politiques, plus « sociétaux », voire économiques ou bien encore culturels⁴¹. Comme on l'a dit, cette prise en charge symbolique et cognitive s'est faite au moyen de différents procédés de recueil de la parole et de l'avis du public, c'est-à-dire du téléspectateur destinataire du message télévisuel. Ce recueil opère selon des modalités cognitives, autrement dit dans des « registres », des genres et des programmes qui ont mêlé l'informatif, le ludique, le divertissement, faisant ainsi écho au cynisme du monde politique et à l'information qui s'y rapporte.

L'intégration dans des **dispositifs journalistiques d'information** de ces différentes figures d'enchantement télévisuel du public et de son point de vue profane, ont pris la forme en particulier, de « magazines avec participation d'un public »⁴² où sont sollicitées les « expériences quotidiennes » de ce public. Ce que n'ont alors pas manqué de souligner les études menées sur ces dispositifs télévisuels, c'est que ces figures et ce point de vue ne contiennent pas ou peu « d'intelligibilité des mécanismes sociaux » et ne dispose que d'une capacité très limitée à offrir des programmes de division qui soient significativement

⁴⁰ VIGNAUX, 2001, *Des jeux et des ruses. Petit traité d'intelligence pratique*, Paris, Seuil.

⁴¹ ESQUENAZI, 2001, « Télévision et acteurs pluriels du politique », in *Mots*, n° 67, Lyon, ENS Editions.

⁴² LE GRIGNOU, 2000, « Le rêve démocratique de la télévision : l'exemple des vox pop talk-shows », *Cahiers Politiques*, n° 4.

constitutifs d'une intervention publique »⁴³. En « contribuant à rendre les malaises sociaux impensables en terme de revendication et d'action publiques », en « accaparant la parole civique »⁴⁴, les professionnels de la télévision ont ainsi participé de la « **dépolitisation** » de la politique dans les médias télévisuels.

Dit dans une autre perspective, le traitement qu'ils ont proposé de politique à la télévision ne permet pas au **discours politique** de remplir sa fonction qui est de « réaliser le passage entre l'identification d'un Bien commun et des identités partisans, en formalisant un langage qui via des principes de vision et de division, traduise ce Bien commun en objectifs, programmes, définition d'adversaires et d'alliés »⁴⁵. Cette production du discours politique et sa capacité à formaliser un tel langage relève comme on le verra, de logiques qui sont extérieures au monde des médias et qui tiennent pour l'essentiel à la possibilité d'établir des idéologies politiques - sous réserve de définir ce qu'on entend aujourd'hui par cette notion. Ce qu'on reproche aux médias télévisuels, c'est donc au mieux de n'avoir fait qu'alimenter des figures de dépolitisation, au pire de les avoir activées pour toute une série de raisons, commerciales ou bien d'opportunisme politique, dont certaines peuvent être objectivement partisans.

Mais les médias télévisuels ont-ils les moyens et les « pouvoirs » de ne pas orchestrer à leur tour, le leitmotiv de « la politique dépolitisée » ? Et s'ils avaient en partie réalisé ce travail journalistique de restitution de l'articulation entre des projets (des « offres ») politiques et des enjeux sociopolitiques, sous des formes – « époque » oblige- qui nous échappent ?

Je pense que ce travail journalistique, ils l'ont en effet, en réalité, en partie fait, comme je m'attacherai à le montrer ; mais peut-être, faut-il pour cela d'abord faire le constat qu'il est plus difficile à repérer ? Pourquoi ?

Essentiellement parce que quand les médias télévisuels abordent des questions à dimensions sociale et politique, ils le font dans des **formats** qui ne sont pas **étiquetés comme politique** à la télévision. Aussi il peut y avoir des formes de convocation de la politique dans les médias télévisuels très plastiques dans la mesure où en trouve la trace dans différents genres et programmations à la télévision. S'agissant du discours politique et de ses messages

⁴³ FRANCOIS & NEVEU, 1999.

⁴⁴ Ibidem.

⁴⁵ BON, 1985, « Langage et politique », *Traité de science politique*, (s. dir.) GRAWITZ & LECA.

politiques, ces derniers peuvent être également moins repérables, car il y a la logique de marketing (qui fait que le message peut prendre autant de significations qu'il a de destinataires) et de « pasteurisation » du discours politique. Bref, des formes et formats télévisuels moins institués, car se déroulant en dehors de la catégorie instituée de l'information politique. C'est pourquoi il faudra s'attacher à **l'étude du triptyque : formes de présentation, de représentation et de raisonnement qui opèrent sur le traitement de la politique à la télévision.**

Car cette analyse des formes de convocation de la politique est essentielle dans la mesure où elle permet à travers l'étude du traitement télévisuel de la politique, de comprendre le processus de reconstitution des rapports symboliques et cognitifs que l'activité politique entretient avec les autres domaines du social. Y a-t-il une confiscation des autonomies symboliques et cognitives de la politique par les médias télévisuels à partir du moment où ceux-ci « disent ce qui concerne les gens » ? Peut-être pas du seul fait qu'ils prétendent dire ce qui concerne les gens... car leur fonction ne consiste-t-elle pas précisément à longueur de programmes télévisuels à laisser entendre que la politique est précisément destinée à gérer leurs préoccupations ? En faisant encore le lien entre les dimensions partisanes et normatives de la politique dans un « **cadrage politique** » ?

Ce point est à notre avis essentiel, car il permet ensuite une meilleure compréhension des dimensions praxéologique et discursives des formes de communication politique, que cela soit par exemple, l'influence de ces nouvelles formes de convocation sur la définition des « cadres d'interprétation » présidant à la définition des « situations politiques »⁴⁶ ou bien encore les formes de traitement de la politique dans les formats télévisuels. Il faut auparavant, trouver une méthode pour aller chercher la politique « là où on ne pense pas qu'elle est »⁴⁷.

2. les stratégies pour découvrir la politique à la télévision

La politique à la télévision peut être là où l'on ne pense pas qu'elle est, c'est-à-dire non seulement dans « **la réalité de seconde main** »⁴⁸ que produisent les médias télévisuels, ce qui exige d'observer finement les objets qui sont traités quotidiennement par les médias dans l'information télévisée⁴⁹, mais également dans des formats qui ne sont pas étiquetés comme

⁴⁶ GERSTLE, 1992 & 2004.

⁴⁷ DARRAS, 1998.

⁴⁸ GERSTLE, 1997.

⁴⁹ MERCIER, 1996, *Le journal télévisé : politique de l'information et information politique*, Paris, Presses de Science-Po.

politiques : formats de divertissement, satiriques⁵⁰, talk show afin de déplacer l'étude de la politique « en dehors de l'étude de la politique dans le seul champ de la définition organisationnelle de la politique »⁵¹.

Seule cette diversité dans l'analyse autorise à « **se défaire de l'erreur métonymique** qui consiste à prendre la partie pour le tout, ni le journal, ni les émissions politiques ne peuvent prétendre saturer la communication politique ». « Ces manifestations de la politique dans les médias télévisuels font système et doivent être étudiées de façon relationnelle et politique »⁵².

Comment ? De deux manières, à l'aide de méthodes que l'on pourra dire « **généalogique** » et « **analytique** ».

D'après la **méthode généalogique**, il s'agit « d'établir des relations entre des termes ou des phénomènes qui paraissent à la faveur d'un déguisement étrangers l'un à l'autre »⁵³. De trouver de la politique « à partir du social » en montrant par exemple en quoi la peinture sociale d'un milieu peut constituer un déguisement pour une critique politique. Il ne s'agit pas de dissocier des éléments mais de découvrir le secret de leur symbiose. Cette perspective en science politique, regroupe des approches qui peuvent être qualifiées d'approches « par le bas »⁵⁴ : envisager les phénomènes politiques à partir d'autres catégories du social (la morale, l'intime), d'autres champs sociaux d'activités (le littéraire, le médiatique). L'idée qui préside à la recherche est la suivante : est-ce qu'à travers ces champs et ces catégories dites non politiques, émerge une production symbolique de la politique dans les médias télévisuels, telle que cette activité politique dispose « d'autonomies symbolico-cognitives », ou bien faut-il plutôt constater son « nivellement » et son « désarmement symbolique » ?

La **méthode analytique** vise au contraire à dissocier les éléments complexes d'une manifestation, des phénomènes qui sont étudiés. En matière de communication politique, on peut la définir comme la stratégie de recherche du « **hors-champ** »⁵⁵. Comment des thèmes, des enjeux deviennent par un processus interactif et dynamique des objets du débat politique

⁵⁰ COLLOVALD & NEVEU, « Les Guignols ou la caricature en abîme », *Mots*, n° 48, 1996.

⁵¹ ESQUENAZI, 2001.

⁵² B. Le Grignou, citée in GERSTLE, 1997.

⁵³ ROSSET, 1967. Schopenhauer, philosophe de l'absurde, PUF, Quadrige.

⁵⁴ B. LE GRIGNOU, 2003, *Du côté du public. Usages et réceptions de la télévision*, Economica & CURAPP (1998), op. Cit.

⁵⁵ GERSTLE, 1997.

via des « effets d'information »⁵⁶, dans ce travail de recherche spécifiquement de « médiatisation », qui mesurent la contribution des médias à la hiérarchisation d'enjeux reconnus comme prioritaires et légitimes ? On reconnaît les théories dites de l'agenda et la perspective d'analyse « des mécanismes persuasifs de l'information »⁵⁷. Comment cette information travaille symboliquement et cognitivement la réalité de sorte qu'elle produise des effets sur la définition des situations politiques ? On s'intéresse au traitement télévisuel de la politique mais également à son « cadrage ».

Au terme de ce paragraphe, on dira que les médias télévisuels ont traité de politique en utilisant des **outils qu'ils maîtrisent** et qui puissent s'adapter aux évolutions du regard porté sur la politique dans la société. Leurs façons de faire expriment-elles **un retrait du politique, un usage profane de celui-ci à la télévision** ? Comment ont-ils fait de la politique télévisée dans un contexte « anti-politique »⁵⁸ et alors même que la politique est un phénomène massif du social et qu'à ce titre elle saurait être absente du moindre rendez-vous d'information télévisée, dit politique ou pas ? Sur un plan analytique, quelle est la valeur heuristique de cette distinction qu'opéneraient les médias télévisuels entre d'une part les problèmes sociaux ou de société et d'autre part, les questions, l'actualité politique ?

§3/ « POLITIQUE TELEVISEE », « INFORMATION POLITIQUE » ET « CADRAGE POLITIQUE »

A. La problématique de la thèse

En distinguant *la* politique, politicienne et « sale », celle des rivalités, du « jeu », *du* politique, des enjeux, aux finalités plus nobles, les médias télévisuels ont pratiqué des **jeux rhétoriques et linguistiques sur la « politique » à la télévision**. Pour traiter de (la) politique à la télévision, ils ont ainsi procédé, comme on l'observera, à des **jeux sémantiques et cognitifs sur la catégorie constituée de « l'information politique »**.

⁵⁶ GERSTLE, 2001b, *Les effets d'information en politique*, Paris, L'Harmattan, Logiques politiques.

⁵⁷ GERSTLE, 2002, « Agenda, télévision, élections », in *Télévision, politique et élections*, CAYROL R. et MERCIER A. (s. dir.), Paris, INA/Documentation française, Dossiers de l'audiovisuel.

& GERSTLE, 2001a, « Agenda », in PERRINEAU P. et REYNIE D. (s. dir.), *Dictionnaire du vote*, PUF.

⁵⁸ LE GRIGNOU, 2003, « Citoyens du dimanche. Politique télévisée en fin de siècle », in *Argumentation et discours politique*, (s. dir.) S. BONNAFOUS et alii, PUR.

Ces « jeux » se sont faits pour des raisons que l'on pourra interpréter de façon sensiblement différente, s'agissant de la contribution des médias à ce que seraient à notre époque, « les perceptions négatives et restrictives de la politique ». Ces interprétations cependant, traduisent toutes le fait que la politique est un rendez-vous obligé de la pratique des médias télévisuels généralistes, dans le sens où la politique étant un phénomène massif du social, elle est **une catégorie intellectuelle, donc un outil central de lecture** de la réalité du monde dont les médias ont vocation à rendre compte.

Il se trouve cependant que cette centralité semble aujourd'hui surtout conduire à une « **disqualification** » (plus exactement à des procédés de...) **de la politique** à la télévision. Quand les médias télévisuels choisissent en effet de se mettre en position de solliciter le point de vue politique, dans les formats « politiques » -ce qui d'une certaine façon, reste bien entendu de leur ressort-, c'est principalement pour servir un procédé de disqualification de la politique, partant des autonomies symbolico-cognitives qu'elle recouvre. Une disqualification qui est largement « suscitée par la politique elle-même », en raison de l'épuisement de ses autonomies symboliques et cognitives telles qu'elles se manifestent dans les « idéologies » et le « discours » politiques.

C'est pourquoi souvent, afin de « faire de la politique » à la télévision, les médias télévisuels ont procédé à **des jeux sémantiques et cognitifs sur la catégorie constituée de l'information politique**. La question que l'on peut se poser est de savoir dans quelle mesure sur le plan symbolique et cognitif, les médias télévisuels ont été contraints de procéder à ces jeux pour pouvoir aborder des « questions » et des « enjeux » politiques. Ce qui est certain, c'est qu'en pratiquant ces jeux, ils n'ont fait que banaliser une posture dite de « dépolitisation » de la « politique télévisée ». Cette façon de faire remet-elle pourtant profondément et durablement en cause le contrôle qu'exercent les médias sur la « politisation » de leur message ? Elle témoigne en tout cas du pouvoir paradigmatique des médias télévisuels : « dire – ou ne pas dire- ce qu'est la politique, c'est déjà en faire ».

Il nous faut aborder ce traitement de la politique à la télévision en terme **de contenu et d'étiquetage**, ce terme renvoyant à la fois à la dimension **sémantique** et à la dimension **cognitive** de l'opération de **catégorisation** – dimensions qu'il faudra prendre soin de distinguer par la suite⁵⁹.

⁵⁹ KLEIBER, 1990, *La sémantique du prototype, catégories et sens lexical*, Paris, PUF, Linguistique nouvelle.

En terme de **contenu**, la politique a été essentiellement appréhendée comme un **jeu**, le « cadre » du jeu étant prévalant sur celui de l'enjeu pour reprendre des catégories d'analyse utilisées par la science politique (en outre nord-américaine). En d'autres termes, la politique a été catégorisée comme un jeu à la télévision. Les médias télévisuels ont opéré des distinctions entre *la* et *le* politique et seule la politique, alors réduite à sa dimension politicienne, a été nommée comme politique. Le politique, les enjeux de la politique ont été traités à la télévision dans des **catégories** (référentielles ou conceptuelles⁶⁰, à savoir des catégories pratiques – des formats télévisuels, mais également donc intellectuelles – schèmes de perceptions, grilles de lecture, points de vue) qui sont dites **non-politiques**. Comme je l'étudierai, ce phénomène de catégorisation sémantique, ou « d'étiquetage », vient alors questionner le constat empirique des analyses de « contenu » qui soulignent la prédominance des items (référents linguistiques) du jeu sur ceux des enjeux, puisque seuls ces premiers, qui sont les marqueurs de la politique dite politicienne, seront analysés comme relevant explicitement de la catégorie politique : le cadre de pensée du jeu est prédominant car il est le seul qui est nommé comme politique, c'est le seul que catégorise le « classificateur »⁶¹ politique.

Cette remarque suffirait à souligner que le traitement télévisuel de la politique n'est pas seulement affaire de contenu mais également de **raisonnement, dans sa structure et ses formes**.

Il s'agit alors de s'interroger sur la forme et la structure des **catégorisations** opérées par les médias télévisuels quand ils traitent de politique et non pas seulement sur leur contenu et étiquetage. Il faut pour cela examiner d'abord les formes de présentation de la politique dans les médias télévisuels et donc, explorer cette catégorie des « questions de société », des « sujets concernant » du discours d'information, même quand ils ne sont pas dits politiques. Il y a peut-être en effet, des formes de présentation qui rendent bien compte de **l'articulation de ces enjeux avec des offres politiques** mais qui sont difficiles à repérer pour les raisons d'étiquetage que l'on a déjà soulignées. Mais surtout parce que la pragmatique des médias télévisuels en matière de traitement de la politique, leur façon de faire et de dire la politique, ne saurait être étrangère – on a même repris l'hypothèse d'une banalisation, d'un entretien- de postures rhétoriques plus larges, qui balisent l'espace public. Je parlerai à ce sujet d'un motif **rhétorique concernant** (pour dire la politique, il faut dire qu'elle concerne les gens) qui se

⁶⁰ *Ibidem*.

⁶¹ Cf. Chapitre 3.

substitue à un motif politisant (en disant la politique, on dit qu'elle concerne les gens). En fait il s'agira de montrer qu'il y a **des traitements télévisuels de la politique qui visent à articuler les dimensions partisans et normatives de la politique (y compris en moquant cette articulation par des procédés rhétoriques d'ironie ou de disqualification), on parlera alors de politique télévisée dépolitisée, et d'autres qui cherchent à ne pas en rendre compte, on posera alors la question de la politique télévisée apolitique.**

En procédant ainsi on comprendra alors, nous semble-t-il, qu'à travers leur traitement de la politique, si les médias télévisuels offrent **un nouvel éclairage sur la politique** - que l'on peut dire cynique – ils n'offriront pas en définitive, un nouveau « cadre de pensée » sur la politique. La politique politicienne, les jeux tacticiens nous semblent prédominants autant parce que l'époque, c'est-à-dire l'état du champ et du système politique le commandent que parce que les formes de (re)présentation de la politique qu'adoptent les médias télévisuels suffisent à nous le faire croire. De même, l'analyste doit-il ignorer que la télévision a traité des « enjeux » et des « questions politiques » dans des « catégories », qui ne sont pas systématiquement non-politiques, comme pourraient le laisser penser des formes de (re)présentation de la politique qui semblent échapper au canon de la catégorie instituée de « l'information politique » ?

Aussi pour juger de la qualité « politique » du regard que les médias télévisuels ont porté sur le monde social via la « politique télévisée », je mobiliserai une approche qui rende compte des formes de (re)présentation et de raisonnement sur la politique à la télévision. Il s'agira de solliciter le terrain des jeux sémantiques et cognitifs sur la catégorie constituée de l'information politique, de manière à ne pas réduire l'analyse de l'information politique, à celles de ses formes instituées. Et par conséquent, d'étudier non seulement le contenu des catégorisations de la politique à la télévision, mais également ses formes et sa structure. En examinant les formes de raisonnement sollicitées par les médias télévisuels pour opérer ou non, ce qu'est l'articulation de la catégorie d'entendement politique, à savoir le lien logico-cognitif qu'établit le rapport constitutif de cette « catégorie », entre les dimensions partisane et normative de la politique. A cette, fin je solliciterai la notion de « cadrage (politique) ».

Cette analyse du traitement télévisuel de la politique et des « stratégie de cadrage »⁶² de politique à la télévision, je propose de la mener sur le terrain de différentes situations politiques afin d'étudier comment les médias télévisuels « cadrent » ces situations, c'est-à-dire contribuent, via des « effets de cadrage »⁶³ à leur donner un sens, à les définir. Chaque situation politique se caractérise par une construction d'enjeux politiques qui lui est propre et donc par des articulations entre ces enjeux et des offres politiques dont le traitement télévisuel est amené à rendre compte.

Lier ainsi une **problématique du cadrage à celle du traitement télévisuel** c'est donc chercher à voir comment les médias télévisuels informent sur la politique, traitent des enjeux du moment, dans des formats télévisuels d'information (ou non), politique (ou non), de sujets qui sont étiquetés (ou non) comme politiques. Est-ce que les médias télévisuels rapportent les sujets de société à des offres politiques ? Est-ce que la télévision offre un regard politique sur ces « enjeux » (cadrage), ces « informations » (traitement journalistique), en les rapportant à des revendications collectives, à des projets de transformation du social, aux enjeux publics et politiques du moment ? En bref, les médias télévisuels dépolitisent-ils ou pas ? Procurent-ils des grilles de lecture politiques ou non ?

De manière pragmatique, les médias télévisuels, on l'a dit, se sont beaucoup intéressés aux conséquences sur le public des différents problèmes sociaux plutôt qu'à leur signification politique, en développant les points de vue du public sur des sujets qui sont donc censés le concerner. Est-ce le cas de ce que l'on appelé le « journalisme de médiation » ? La hiérarchie et le traitement de l'information des journaux de la mi-journée confirment-ils ce diagnostic ? Qu'en est-il en période électorale ou référendaire, où c'est l'actualité « non électorale » qui pèse par différents mécanismes, sur le jugement politique, essentiellement en ce qu'elle définit une humeur, un climat social ? Et que sont devenus les magazines politiques ?

On montrera au final que **les médias télévisuels ont bien fait passer des messages politiques dans des catégories non-politiques** en procédant à des jeux sémantiques et cognitifs sur la catégorie constituée de l'information politique. Ils n'ont pas articulé les dimensions normative et partisane propres à la catégorie politique. Ont-il cependant toujours choisi de les rendre conflictuel en « **double cadrant** » ces deux dimensions, en toute situation politique et dans tous les types de formats ? Afin d'une certaine façon d'épouser le réel n'ont-

⁶² NEVEU, 1997, op. Cit.

⁶³ GERSTLE, 2002, op. Cit.

ils pas été conduits à pratiquer ces jeux rhétoriques et linguistiques ? Et puis on se demandera d'un point de vue pragmatique, ce que le recours à des catégories politiques - on pense à particulier aux formats télévisuels étiquetés comme politiques- leur a (/aurait) permis de réaliser en terme de description du social, de saisie de modes de vie, sachant que le traitement télévisuel de la politique est porteur de procédés de disqualification de la politique. En raison, d'une part de la faiblesse des autonomies symbolique et cognitive dont souffre précisément la politique, dès qu'il s'agit, à la télévision de produire de la « rhétorique politique » via du « discours politique », et d'autre part, de la circulation dans l'espace public, de perceptions et de significations singulièrement négatives et restrictives de la politique.

Les médias télévisuels ont adopté deux attitudes pour traiter de la politique durant la décennie écoulée. En fonction de la problématique que j'adopte, on dira qu'ils :

- ont essayé en faisant de « l'information politique », de « dire ce qui concerne les gens ». C'est-à-dire de parler des problèmes de société pour les rapporter, selon différentes modalités, à des enjeux politiques. Au risque « de ne pas le dire », c'est-à-dire en échappant à la portée symbolique et cognitive de la « politique » ? Une formule, comme je l'observerai, qui s'est en partie éteinte (celle de la « dilution » de la politique dans l'actualité), ou plutôt reconvertie dans des dispositifs télévisuels qui laissent cependant, très peu à voir la politique conformément à ses schèmes de perception.

- ont dit « ce qui concerne les gens », en adoptant un traitement de la politique à la télévision, dont la caractéristique a été d'engendrer des significations et de faire passer des messages « politiques », dans des catégories pratiques et intellectuelles « non-politiques », que cela soit dans le cadre des journaux ou bien dans celui des magazines télévisés.⁶⁴

⁶⁴ Avant de se lancer dans l'étude des différents terrains sollicités, je souhaite indiquer la méthode d'analyse que j'ai adoptée afin de les observer. Celle-ci consiste à reconstituer largement et minutieusement le matériau analysé, à savoir les contenus télévisuels. Afin de restituer ce qui est quotidiennement reçu mais spécialement volatil et insidieux, j'ai donc choisi de beaucoup décrire et raconter. D'une part, parce que si ce matériau télévisuel est très familier pour l'auteur du travail de recherche, il l'est probablement moins pour ses lecteurs, ce qui pose –toujours- la question de la restitution de l'audiovisuel (qui nécessiterait l'édition d'études couplant un format textuel à un format audiovisuel ; par exemple dans le monde académique nord-américain : John S. NELSON & G. R. BOYNTON, *Video Rhetorics. Televised Advertising in American Politics*, University of Illinois Press/ Urbana and Chicago, 1997). D'autre part, parce que l'auteur entend, à “son” niveau d'analyse, être sensible à ces « détails », « porteurs de significations essentielles » qui sont capables de « mettre en question le statut de la représentation », que pointent les historiens de l'art ; sur des études tirées de l'histoire de la peinture, Daniel ARASSE, « Le regard de l'escargot », in *On n'y voit rien. Descriptions*, Denoël, 2000 & *Le détail. Pour une histoire rapprochée de la peinture*, Flammarion, 1996.

Cette position se justifie d'abord, parce que mon projet intellectuel est de proposer des catégories analytiques et une grille interprétative des messages et des « discours politiques » de la télévision. A ce titre, cette méthode qui vise à approcher une qualité d'analyse du matériau, m'est apparue comme incontournable. Même si elle commande alors à l'auteur d'opérer des choix draconiens pour ne retenir que ce qui lui paraît comme le plus

B. Le plan de la thèse

La thèse comporte trois chapitres.

Le **dernier chapitre** intitulé « **Faire de l'information politique à la télévision aujourd'hui** » constituera une sorte de montée en généralité par rapport aux analyses des corpus des deux premiers chapitres. Il représente l'ambition ultime de ce travail de recherche qui vise à proposer un **cadre interprétatif original** sur la question abordée dans cette thèse, celle des recompositions symboliques et cognitives de la politique dans les médias télévisuels, ainsi que des **outils d'analyse** de la « politique télévisée » qui valoriseront les terrains étudiés.

Cette orientation de recherche entend mêler les apports des études de science politique qui s'intéressent au « **journalisme politique** » en tant que catégorie constituée et instituée, en particulier l'évolution du traitement médiatique des contenus télévisuels, et celles qui s'orientent vers une analyse du « **cadrage** » **médiatique de la politique** et du rôle de l'information, de « l'actualité » dans les évolutions de la communication politique⁶⁵.

La télévision n'est pas LE média non plus que « n'importe quel » média. Ce qui signifie que le choix de la télévision comme objet d'étude est déterminant et ce même si beaucoup des réflexions qui sont engagées à un certain niveau de généralité dans le domaine de la communication politique, comme dans celui du traitement de la politique dans les médias, opèrent souvent sur l'ensemble des médias. Ici pour des raisons pratiques, mais aussi parce qu'ils constituent des « caisses de résonance » d'un certain degré et type, on considérera

emblématique (Cf. Annexes). Ensuite, parce que, comme je l'ai précisé dans cette introduction, analyser un vaste corpus, qui couvre la présence du politique à la télévision sous ses différentes formes possibles, me paraît absolument nécessaire, afin de rendre compte de sa diversité. Ce qui rend alors, me semble-t-il, bien délicat, l'utilisation durant l'intégralité de la thèse, d'une même méthode d'analyse, sollicitant de manière systématique, certains paramètres thématiques, communicationnels, scénographiques, visuels, discursifs et langagiers. Il s'agira plutôt ici, de les utiliser « conjointement »*, et, de privilégier l'étude des dimensions symboliques et cognitives des recompositions de la politique à la télévision en sollicitant une approche de la « catégorisation télévisuelle de la politique »; *sur ce point, cf. dans le chapitre 2, la position défendue par Guy LOCHARD et Jean-Claude SOULAGES, s'agissant en particulier de la notion de « dispositif télévisuel ». Bien entendu, cette attitude ne peut manquer de nourrir des commentaires, tant sur les critères des choix de l'auteur (qu'il essaiera de justifier le plus clairement possible), que sur « l'impeccabilité représentative » de son matériau (NEVEU, 2003, op. Cit.).

⁶⁵ Pour des présentations académiques des paradigmes de recherche en communication politique : CAYROL & MERCIER (1998), « Political Communication Scholarship in France », in *Political Communication*, N°15 ; NEVEU (2000), « Imagined Academic Communities : A Critical Denunciator's Reply to Cayrol and Mercier », in *Political Communication*, N° 17 ; GERSTLE (1997 & 2004), op. Cit.

les médias télévisuels généralistes, qui ne sont pas bien entendus l'ensemble des médias télévisuels⁶⁶.

S'agissant de **la période étudiée** dans ce travail de recherche, elle se justifie d'abord parce que cette décennie est celle que j'ai pu observer. Si le programme de recherche a donc été conçu au milieu des années 90, la réflexion n'a pas cessé d'évoluer en fonction des renouvellements des pratiques déjà mentionnés. Bien sûr j'y reviendrai dans le dernier chapitre, elle mériterait d'être comparée à d'autres époques⁶⁷ afin d'une part, de ne pas mythifier la télévision d'antan, et d'autre part de ne pas opposer la politique télévisée des années 90 et du début du siècle à une autre époque. Le cadre d'analyse de **la décennie (1996-2006)** présente en outre l'avantage d'offrir un regard à moyenne portée qui d'un point de vue médiatique, porte au-delà de la succession rapide des formats télévisuels et qui, d'un point de vue politique, permet d'observer un nombre de situations ou contextes politiques variés.

L'étude commence pour l'essentiel en septembre 1996, c'est-à-dire non pas à la rentrée télévisuelle qui suit directement la première élection de Jacques Chirac à la Présidence de la République mais à la suivante, car elle est marquée par l'arrivée d'une catégorie de professionnels de la télévision que l'on nomme « les nouveaux médiateurs », et qui s'inscrivent dans ce que j'appelle « la politique télévisée en temps de fracture sociale ». C'est à l'étude des formats télévisuels qui sont associés à ce type de journalisme télévisuel, ainsi qu'à ceux qui relèvent de la catégorie des magazines d'information, dont les « émissions politiques » (une analyse des renouvellements du journalisme politique à la télévision) que sera consacré le **deuxième chapitre** (« **La politique dépolitisée des médias télévisuels** »),

Le **premier chapitre** est consacré à **l'information politique dans les journaux télévisés**. On l'a dit, l'analyse du traitement de **l'actualité** est de première importance pour comprendre aujourd'hui l'ensemble des phénomènes de la communication politique.

Cette analyse permet en effet selon nous, d'engager la compréhension ce que sont les « incidences des médias sur les systèmes démocratiques »⁶⁸. Car ce qui « pèse aussi sur la

⁶⁶ Il faut souligner l'importance de cette caisse de résonance des médias généralistes par rapport aux autres, tout en soulignant le rôle que jouent désormais les chaînes spécialisées, câblées et satellitaires. Cf. la conclusion.

⁶⁷ ESQUENAZI, 1999, *Télévision et démocratie : le politique à la télévision française, 1958-1990*, PUF.

⁶⁸ E. NEVEU, 2000, « De quelques incidences des médias sur les systèmes démocratiques », *Réseaux* n° 100, CNET/Hermès Science Publications.

montée d'un **rapport désenchanté au politique** », c'est bien « la question de l'intelligibilité et de l'imputation des décisions qui peuvent affecter le quotidien (sécurité alimentaire, fermetures d'entreprises par exemple) ». « Loin d'être un objet de mode, ces « questions se trouvent au cœur d'enjeux actuels de la « communication politique ». Il faut considérer « le changement des référentiels spatiaux du politique ». « En clair, le décalage entre la mondialisation effective de nombreux processus décisionnels et la structure encore nationale des pouvoirs politiques pose aux gouvernants comme aux gouvernés des problèmes à la fois simples à énoncer, et complexes à « communiquer » : Qui décide ? Où ? Au terme de quel débat et procédure ? Au nom de quelle légitimité ? ». Les journaux télévisés posent quotidiennement ce type de questions.

CHAPITRE 1

LA POLITIQUE À L'ÉPREUVE DES

JOURNAUX TÉLÉVISÉS

Ce premier chapitre est consacré aux journaux télévisés. Il offre une première occasion de s'interroger sur le réaménagement des **formes de (re)présentation** de la politique dans les médias télévisuels. Qu'est-ce qu'une « information politique » dans un journal télévisé ? La « page politique » du journal ? Quels « sujets » sont alors les objets de prédilection de cette « rubrique » ? Les formes de représentation « nationales et institutionnelles » de la politique ? Leur traitement télévisuel offre-t-il l'occasion d'aborder les « enjeux politiques » ? Ou bien les principales questions sociopolitiques de l'actualité sont-elles abordées dans des catégories « non-politiques » de la pratique journalistique ? Ce qui justifierait d'avancer que dans les éditions d'informations que constituent les journaux télévisés, les professionnels de la télévision font principalement « passer des messages politiques » dans des « catégories non-politiques » ? Ne faut-il alors pas plutôt ou également revisiter l'approche que l'on peut avoir de « l'information politique » ?

Pour répondre à ces questions, il me semble nécessaire de s'intéresser dans un premier temps aux journaux télévisés de la mi-journée. D'abord parce que l'information politique précisément, y semble peu présente et, que dans le même temps, on y trouve beaucoup de ces sujets dits « pratiques », « concrets » ou « immédiats », tournés vers les « préoccupations du public ». Ensuite parce qu'il me semble qu'un examen attentif et comparé des « treize heures » diffusés sur les deux principales chaînes françaises *TF1* et *France 2*, conduit à mettre en valeur comment selon différents procédés, des **formes de présentation de l'actualité** et de **représentation de la/du politique** autorisent (ou non) un « cadrage politique » de cette actualité, des questions sociales et politique qu'elle soulève. On est alors invité à repenser la relation à établir entre cette catégorie constituée et instituée de « l'information politique » observée ici dans sa pratique, et les « catégories intellectuelles » qui alimentent les schèmes de perception politiques, et commandent de ce fait, au regard politique (ou non) qui serait posé sur l'actualité.

D'un point de vue plus empirique, il s'agira de montrer que le processus d'effacement de certaines **formes de représentation** de la politique (actualité gouvernementale, « jeux » et « enjeux » nationaux) dans les éditions de la mi-journée, a partie lié à un procédé désormais installé, de marginalisation des **formes de présentation** de la politique au sein de la catégorie de « l'information politique ». Ce processus peut conduire à un « apolitisme fédérateur » nourrissant certes une grande variété de « lectures idéologiques », mais posant de redoutables difficultés en raison de son « ajournalisme » et de la politisation explicite des messages qu'il adresse à son public (le « 13 heures » de Jean-Pierre Pernaut). Mais il est également porteur de « cadrages » de l'actualité qui, tout en traitant des « préoccupations des gens » dans des formes de présentation de l'actualité sociopolitique qui échappent à ce qui est considéré comme relevant de la « catégorie » de « l'information politique », mettent en œuvre des « mécanismes d'imputation », qui permettent d'articuler ce que sont les dimensions « partisans et normatives » de la politique. Ces formes de (re)présentation de la politique ne doivent alors pas être jugée, me semble-t-il, comme uniquement « illustratives » tant elles relèvent en fait, de **formes de raisonnement** liées à la « pragmatique » des médias télévisuels dans leur traitement de la politique, en réponse aux changements qui affectent *le* politique, et dont la saisie symbolique et cognitive est au cœur des recompositions des rhétoriques des acteurs de la « communication politique ».

Ce problème du recul du traitement des « formes nationales et institutionnelles » de la politique, de ses « jeux » et de ses « enjeux » dans les journaux télévisés, n'est pas une nouveauté s'agissant du journal de « 13 heures » diffusé sur *TF1*. Ce qui semble plus intéressant aujourd'hui, nous dit-on⁶⁹, c'est la contamination de ce processus à d'autres éditions d'information, le journal de la mi-journée de *France 2* ou bien plutôt le « 20 heures » de la même chaîne, au nom de la « **treizeurisation** » ou bien encore de la « **pernautisation** » de l'information.

Faire de **l'information politique nationale et institutionnelle** comme dans les éditions de « 20 heures » ne signifie pas pour autant que des « enjeux » soient abordés puisque cette information sera centrée essentiellement sur les « jeux » politiques s'agissant de l'actualité politique. De ce point de vue les journaux de la mi-journée disposent d'une capacité à explorer le social beaucoup plus large, plus adaptée à l'air du temps, les « 20

⁶⁹ ROBERTS Isabelle & GARRIGOS Raphaël, 2006, « *La bonne soupe. Comment le 13 heures contamine l'info* », Les arènes.

heures » devant traiter de « l'information institutionnelle »⁷⁰, de l'actualité du jour ce qui laisse peu de temps pour refléter un climat, des humeurs sociales, mais beaucoup moins pour explorer ce social. Nous comparons le traitement de l'information politique dans les éditions de « 13 heures » et de « 20 heures ». Cette exploration ne signifie pas une condamnation de « l'information politique », puisque ce travail sur « **les préoccupations des gens** » peut très bien se faire dans le cadre d'une « information politique » pour peu que l'on prête attention aux formes de (re)présentation et de raisonnement qu'adopte le traitement télévisuel. Les « questions de société » et les « enjeux » ne sont-ils pas les questions « de politique nationale » pour autant qu'elles sont pensées comme « concrètes » et « immédiates » ? On verra ainsi en comparant les « 13 heures » de *TF1* et de *France 2*, comment les traitements journalistiques peuvent ou non articuler les dimensions normatives et partisans de la politique, c'est-à-dire restituer le point de vue politique et les autonomies symboliques et cognitives qu'il confère à la politique. Dans cette perspective, on s'intéressera aux sujets « *concernants* » de l'information télévisée et à leur rapport à « l'information politique ».

Faut-il dès lors regretter que la **compétition politique** soit absente des journaux de la mi-journée ? Que le personnel politique national s'y fasse rare, ce qui est en partie vrai seulement, tout comme l'idée selon laquelle les « enjeux » ne seraient pas détaillés d'un point de vue « macro économique » ou « global » (il n'y a rien de plus « global » que « la petite actualité » des « régions » que développe Jean-Pierre Pernaut), que des « points de vue contradictoires » ne sont pas échangés. Les reportages des « 13 heures », il est vrai, ne sont-ils pas « illustratifs » avant tout du regard d'une politique si « **distante** » qu'ils la mettent peu en scène.

On étudiera d'abord le « 13 heures » de *TF1*, sa « politisation » déclinée en son « apolitisme » et en son « ajournalisme ». On le comparera au « 20 heures » sur la même chaîne afin de cerner ce qu'est le traitement des « jeux » et des « enjeux » dans des éditions d'information. Puis on comparera les journaux de *TF1* et de *France 2* pour discuter de la « pernautisation » de l'édition de « 20 heures » et des nouvelles formes de l'information politique dans les journaux télévisés.

⁷⁰ SOULAGES, 2006, « Vers la fin de l'information institutionnelle ? » in *Les nouveaux dossiers de l'audiovisuel*, N° 10, mai/juin 2006.

SECTION 1 : LA POLITIQUE AU « TREIZE HEURES » DE TFI⁷¹

S'agissant de cette édition d'information, les spécialistes ont conclu à une « **politique de l'apolitique** »⁷². Cela ne signifie pas que des « messages politiques » ne soient pas passés dans l'édition d'information de Jean-Pierre Pernaut. Cela signifie en revanche que les significations politiques qui y sont engendrées, le sont dans des « catégories » de la pratique journalistique (« l'information politique ») dites non politiques. Cela signifie-t-il alors que les schèmes de perception mobilisés par le journal télévisé pour traiter de la politique soient également « **non politiques** » ?

Pour répondre à cette question il faut regarder comment le « 13 heures » traite de la réalité sociopolitique. Aborde-t-il des « enjeux » politiques ? Certainement, dans la mesure où les journaux télévisés sans exception, permettent d'aborder beaucoup des problèmes que *le* politique est censé résoudre. Ce traitement des enjeux de société utilise-t-il les formes routinisées de (re)présentation de la « politique nationale et institutionnelle », propres à la catégorie de « l'information politique » ?

Deux points peuvent être abordés. D'abord celui de **l'effacement de formes de (re)présentation de la politique (nationales et institutionnelles)**, de la marginalisation de « l'information politique » dans le journal de « 13 heures », ce qu'on peut entendre comme son « apolitisme » apparent. Puis au-delà de cet « **apolitisme** » puisque le journal ne traite, semble-t-il que très peu des « jeux » et « enjeux » de la politique nationale, la question de la politisation des messages, des visions du social que diffuse le journal.

S'agissant de la marginalisation des jeux et enjeux de la politique nationale, il faudra s'interroger sur les formes de présentation de l'actualité qu'adopte cette édition d'information pour en juger. On montrera que traitement ou non de « questions » ou de « sujets » politiques dans ce journal, sous la forme d'une « page politique » (d'un format d'information étiqueté comme politique), ce traitement mobilise des **schèmes de perception non politiques**, car les enjeux ou les questions sociopolitiques qui sont abordés sont très marginalement ramenés à des offres politiques (des projets politiques). Ce qui pose le problème de « l'apolitisme »

⁷¹ Cet objet particulièrement significatif des évolutions du traitement de la politique à la télévision dont se sont saisis de nombreux analystes (cf. supra), auquel je me suis intéressé dès 1994 : RENARD Ludovic, « Une muséographie télévisuelle : vie, mémoire et traditions des régions françaises dans le journal de Jean-Pierre Pernaut », *mémoire de DEA de science politique*, Institut d'Etudes Politiques/Université Montesquieu Bordeaux 4, octobre 1994 (non publié).

⁷² LEROUX & TEILLET, 2001.

d'une certaine façon : le fait de faire passer des messages politiques dans des catégories non politiques (de traiter de la politique sans faire d'information politique) ne relève-t-il pas déjà d'une politisation explicite, puisque s'il est vrai que si la traduction politique du « 13 heures » est complexe, non systématiquement univoque et explicitement partisane, des grilles de lecture idéologiques, ont de tout temps, reposé sur pareille opération de dichotomisation, pour diffuser efficacement certaines visions du monde social. On se contentera ici principalement de relever l'hypothèse d'un « ajournalisme », car on peut penser que traiter de la politique nécessiterait de faire de « l'information politique », dans le sens de « faire passer des messages politique dans des catégories politiques ».

Pour traiter de l'effacement des formes de représentation de la politique lié à la marginalisation de ses formes de présentation au sein de la catégorie de l'information politique qui est réduite, on s'intéressera à l'invention de Jean-Pierre Pernaut, « **l'actualité des régions (§1)**

Pour discuter de cet « apolitisme » qui nourrit une grande variété de lecture idéologique mais pose le problème de la politisation de messages exprimés en dehors des catégories politiques, on abordera la question de **la disqualification de la politique (§2)**, en raison d'un « ajournalisme » qui est au service de la production médiatique d'une « *information concernante* ».

§1/ L'INVENTION DE « L'ACTUALITE DES REGIONS » : le statut symbolique et cognitif de la politique dans « le journal de Jean-Pierre Pernaut »

Pour analyser « le statut du politique »⁷³ dans ce journal télévisé, et afin de comprendre au final, si « **le statut marginal** réservé aux représentants politiques ainsi qu'à leur activité, est la marque d'un nivellement symbolique qui signale la faible autonomie de la politique », il faut partir de ce qu'est une « convention du genre », un journal d'information de la mi-journée (A), et de son « engagement revendiqué », proposer l'actualité de la France et du monde.

Pour montrer ensuite que cette exploration de l'actualité au quotidien, privilégie un univers de référence, « **l'actualité des régions** », avec ses objets de prédilection, dont la politique ne semble pas faire partie. Ce qui suppose en conséquence, de se demander

⁷³ COLLOVALD A. et NEVEU E. (2001).

comment, « sans (sur)interpréter un matériau ténu, rendre compte du politique quand il est jugé par contumace »⁷⁴.

A. Une édition d'information de la mi-journée

Il s'agit en premier lieu, de présenter brièvement cette édition d'information.

1) Présentation du « 13 heures ».

1/ un durable succès d'audience très commenté

En 1988, la direction de *TF1* récemment privatisée, s'inquiète du fait que la formule d'Yves Mourousi, présentateur du « 13h » de 1975 à février 1988, faite de « coups médiatiques, d'actualité à haute dose, de plateaux d'invités à volonté, ainsi que de deux doigts de parisianisme », ne fasse plus recette⁷⁵.

A la suite d'une enquête du service marketing, le changement de ligne éditoriale mis en place par Michèle Cotta, est incarné par l'arrivée de Jean-Pierre Pernaut, qui, à l'époque, présente l'édition de « 23 heures ». Celui-ci met à l'antenne un journal en rupture complète avec la formule précédente, jugée déconnectée par rapport aux préoccupations des téléspectateurs. « Les Parisiens n'étant pas chez eux à cette heure », il faut « s'adresser aux provinciaux »⁷⁶.

Avec une grande nouveauté : une « **page magazine** » qui s'intéresse à la « vie des régions ». Un « chef » des régions est nommé, avec pour mission de coordonner l'activité des 13 bureaux régionaux de *TF1* qui travaillent chacun, en partenariat étroit avec la presse quotidienne régionale⁷⁷. Le succès de cette nouvelle édition est vite établi : avec plus de 7

⁷⁴ COLLOVALD & NEVEU, *ibidem*.

⁷⁵ « Les journaux de la mi-journée, rendez-vous de l'actualité régionale », *Le Monde Radio Télévision*, 2 janvier 1994.

⁷⁶ Sur les principes de programmation d'une chaîne de télévision, en particulier la construction d'une grille de programme à partir d'une évaluation du mode de vie des téléspectateurs : *La programmation d'une chaîne de télévision*, Laurent FONNET, Dixit DESS Communication audiovisuelle Paris 1, avril 2003.

⁷⁷ L'idée d'installer des correspondants régionaux est à l'origine, une idée « politique » : il s'agissait selon Alain Denvers, directeur de l'information avant la privatisation de la « Une », de se rapprocher des hommes politiques, dont beaucoup sont des élus locaux et régionaux.

millions de téléspectateurs (plus de 50% de part de marché), dont 60% vivent dans des villes de moins de 100 000 habitants et dont 60 % également, sont inactifs⁷⁸.

Ce succès d'audience s'est maintenu jusqu'à aujourd'hui. Et nombreuses ont été les indignations, sinon les interrogations que le « 13 heures » de Jean-Pierre Pernaut » a suscitées depuis maintenant bientôt maintenant 20 ans⁷⁹.

La presse écrite en particulier, a régulièrement consacré des articles au journal de « 13 heures »⁸⁰.

Pour constater que le succès de cette édition de la mi-journée s'explique par le choix de sa **ligne éditoriale** : dire au public ce qu'il pense déjà, répondre à ses attentes en adoptant pour cela des points de vue qui rejoignent l'opinion majoritaire. Quitte à distiller une « vision poujadiste », du type « les petits sont toujours les victimes, le système nous écrase »⁸¹, en adoptant toujours le point de vue du consommateur, du contribuable (montrer des « clients, pas des directeurs de magasins »)⁸². Et à véhiculer des représentations accréditant la thèse selon laquelle, « on serait mieux chez nous, car chez nous, c'est bien »⁸³.

Il s'agit d'informer sur « des thèmes qui parlent aux gens » et des sujets « qui trouvent une application dans la vie quotidienne ». Jean-Pierre Pernaut oppose « le vécu à la langue de bois ». « Pour parler des boulangers, il ne faut pas interviewer les syndicats ». Il est vrai qu'il est en quelque sorte un spécialiste de « la langue de bois du vécu »⁸⁴.

Pendant les campagnes électorales il s'agit de « laisser parler les Français » dans le « 13h », de donner la parole au personnel politique à « 20h », et de ne pas entrer dans « le jeu

⁷⁸ *Le Monde Radio Télévision*, op. Cit. Evolution du public du « 13H » : d'un public provincial composé de femmes qui ne travaillent pas vers plus de citadins et d'actifs, Cf. LEROUX & TEILLET (2004).

⁷⁹ Dont le dernier avatar est le fait de deux journalistes du quotidien Libération, ROBERTS & GARRIGOS op. Cit.

⁸⁰ Par exemple, pour les plus significatifs : *TV Hebdo Sud Ouest Dimanche*, 1^{er} juin 1997 ; *TV Hebdo La Montagne*, 16 novembre 1997 ; *Télérama* 23 septembre 1998 ; *Télérama* 9 décembre 1998.

⁸¹ JOST François, *Télérama*, 9 décembre 1998, op. Cit.

⁸² *VSD*, 31 juillet 2003.

⁸³ Rémond Alain, *Télérama*, 23 septembre 1998, op. Cit.

⁸⁴ « L'info télé, scénario du déjà vu », Gérard Leblanc, *Libération*, 5 mai 1997. L'auteur soutient la thèse selon laquelle la télévision fonctionne selon un modèle scénaristique dominant qui empêche une bonne compréhension de la réalité. Plus les images et les informations sont insignifiantes, plus la télévision scénarise, Cf. son ouvrage : *Scénarios du réel*, l'Harmattan, 1997.

des petites phrases », la crainte de Jean-Pierre Pernaut étant « que son journal soit marqué politiquement. Or c'est plus subtil, insidieux »⁸⁵.

2/ la « ligne éditoriale » du journal

La ligne éditoriale se nourrit de la **complicité** du présentateur avec le public et repose sur la cohérence d'un produit marketing et industriel bien agencé. « Je me sens davantage animateur d'une émission d'information que présentateur », affirme Jean-Pierre Pernaut.

« Face au parisianisme ambiant », il s'agit à travers des « sujets magazine », de « dénicher des histoires », de « faire comprendre une situation par du **vécu** » et de « chercher à donner des clés pour la vie quotidienne »⁸⁶.

« Sans prompteur, un œil sur le JT de France 2 », il faut rendre l'information « cohérente » grâce à une « mécanique du journal » et à un « savant dosage ». D'abord la météo (« Rentrez les fleurs, il va faire froid, c'est une info ») comme prototype du sujet « **concernant** »⁸⁷, puis un premier reportage, en forme de « clin d'oeil ». Ensuite, « un quart d'actualité, sans infos sur l'international », où « les bêtes noires de Jean-Pierre Pernaut sont les « préfets, délégués et syndicalistes, tous ceux qui peuvent couvrir la voix du peuple » ; et où « le citoyen lambda, le consommateur de bar, le piéton, le client sur un marché » sont en revanche, « les vedettes ».

A « 13h15 démarre insensiblement la deuxième partie » du journal : un « magazine de consommation, dix minutes consacrées à la vie quotidienne des Français où l'argent est la valeur centrale ». Les reportages privilégient « le point de vue des usagers » (grève des transports), de « la victime » (impôts), et met en scène les figures que sont « l'agriculteur, le petit commerçant ».

Enfin la « troisième partie, la plus regardée, le présentoir à cartes postales : une caricature de la France immortelle, passiste, renfermée sur elle-même ».

Le succès de cette formule d'information intègre les modifications qui affectent, ce qu'il est convenu d'appeler, le « paysage audiovisuel français ».

⁸⁵ Sur ces aspects de la « politisation » : Cf. ESQUENAZI J.-P. , *Le pouvoir d'un média : TF1 et son discours*, Paris, L'Harmattan, 1996 et P. Péan et C. Nick, *TF1, un pouvoir*, Fayard, 1997.

⁸⁶ « Jean-Pierre Pernaut : l'homme qui valait 16 millions... de téléspectateurs », *Hebdo TV*, 16 novembre 1997.

⁸⁷ *Télérama*, 9 décembre 1998.

Dans la période se multiplient les chaînes privées et publiques, câblées et satellitaires, se développent les émissions de plateau et les talk-shows, où vedettes et représentants politiques sont reçus de concert par un animateur. Où le succès de l'émission satirique « *Les Guignols de l'info* » est analysé comme la forme télévisuelle par excellence de l'expression du fossé grandissant entre les élites et le peuple, la presse audiovisuelle étant d'ailleurs ressentie comme faisant partie du premier de ces « ordres »⁸⁸.

En ce qui concerne plus étroitement l'information, la télécommande sonne l'heure de la fin de la « grand-messe du « 20H »⁸⁹, même si au regard d'autres programmes, un journal télévisé bénéficie d'un attachement particulier. Un besoin de fidélité pour le public, qui se traduit sur *TF1* par la stabilité des présentateurs des journaux d'actualité⁹⁰.

Dans la période, le travail des professionnels de la télévision sur les rythmes, les formats et les horaires de l'information a pris la forme à l'antenne, de nouvelles « tranches » d'information. La plus emblématique sur la période est très certainement celle du « 19/20 »⁹¹ sur *F3*, dont le succès est rapporté à des thématiques fortes de la période, la « **proximité** » comme celle du « 19/20 » de *France 3*. Sans oublier que ce format propose un tour complet de l'actualité et agit en contre programmation comme les éditions d'information sur *M6*, par exemple. Autant de modifications qui aujourd'hui, se cristallisent dans la réflexion sur « la fin de la télévision »⁹².

Il faut peut-être noter enfin, en ce qui concerne tout particulièrement les éditions de la mi-journée, la stratégie de « comparaison frontale » avec *TF1*, adoptée un temps par la deuxième chaîne, quand Henri Sannier, après un an de présentation, prend la rédaction en chef du « 13 heures » de *France 2* et inaugure en septembre 1994, une nouvelle formule dont la « vie dans les régions » est la nouvelle égérie, avec les mêmes méthodes que *TF1*, au premier chef, la création de bureaux régionaux⁹³.

⁸⁸ Sur les « Guignols » : E. DARRAS, « Les guignols de l'info », in *La politique ailleurs*, PUF, 1998 ; NEVEU et COLLOVALD, « Les Guignols ou la caricature en abîme », in *Mots*, N° 48, 1996.

⁸⁹ *Le Monde Radio Télévision*, 21 janvier 1996.

⁹⁰ Autour du tandem J.-P. Pernaut et P. Poivre d'Arvor depuis 1987/1988, alors que la rédaction de la deuxième chaîne à l'inverse, se caractérise par la succession des directeurs de l'information, des présentateurs et des formules ; pour le détail de cet historique, Cf. *Le Monde Radio Télévision*, 27 septembre 1998 et *Télérama*, 20 juin 2001, 18 février 2004.

⁹¹ Sur le sujet, *Le Monde Radio Télévision*, 16 novembre 1997.

⁹² J.-L. MISSIKA, 2006, « *La fin de la télévision* », La République des Idées, Seuil.

⁹³ Sur le sujet, *Le Monde Radio Télévision*, 3 janvier 1994 et la mise au point in « *La bonne soupe* », op. Cit.

La mise en place de ces différentes lignes éditoriales qui associent un travail sur le rythme et les images, sur les liaisons entre les sujets, sur la forme narrative (angle, histoire, amorce), ainsi que sur les techniques de commentaire et de présentation, suggère une interrogation sur la manière dont les journaux télévisés scénarisent, organisent une actualité et font vivre une expérience au téléspectateur.

2) Analyser le « 13 heures »

L'analyse du « 13 heures » dans cette section s'appuie sur analyse dite « externe »⁹⁴ : une ethnologie participante du bureau régional de *TF1* à Bordeaux, sur des entretiens à la rédaction du « 13 heures » au siège de *TF1* à Paris, ainsi que sur la participation à la conférence de rédaction et au « direct » d'une édition du journal ; et sur l'analyse dite « interne », d'un corpus de journaux télévisés sur plusieurs périodes de références (Cf. annexe n° 1).

1/ une ethnologie participante du bureau régional de TF1 et la fabrication d'une édition du « 13 heures » à Paris

L'ethnologie participante du bureau régional de *TF1* à Bordeaux (Hiver 1995-Printemps 1996) a pris la forme d'une **participation à de nombreux reportages, ainsi qu'à leur montage, d'entretiens avec les correspondants régionaux et les journalistes reporter d'image**⁹⁵ afin de cerner les modalités pratiques de fabrication d'un univers de représentation : « l'actualité des régions » de Jean-Pierre Pernaut.

Analyser un journal télévisé, c'est en effet comprendre comment cette « machine (...) offre des solutions organisationnelles et rhétoriques pour accéder à des informations et en donner une interprétation »⁹⁶.

Il s'agit alors à travers la participation à la revue de presse quotidienne des journalistes à Bordeaux, la conférence de rédaction qui s'ensuit, puis la préparation des reportages, de

⁹⁴ Sur cette distinction, M. COULOMB-GULLY, « Propositions pour une méthode d'analyse du discours télévisuel », in *Mots*, N° 70, 2002.

⁹⁵ Parmi lesquels en particulier, J. Y. Gros (rédacteur et responsable du bureau), Serge Cléro (JRI).

⁹⁶ Cf. *Le JT, machine à décrire, sociologie du travail des reporters de télévision*, INA De Boeck, 2001, de J. SIRACUSA ; en particulier sur la transformation du métier de caméraman d'actualité, les JRI (journalistes reporter d'image).

comprendre comment « par des pratiques journalistiques, faire de la réalité (ce) domaine collectivement appréciable », que les professionnels de l'information « peuvent traiter de manière suffisamment abstraite, objective et crédible ». Il s'agit aussi d'étudier comment « un reportage dépend d'une série de dispositifs de fabrication et d'une coordination entre divers intérêts et savoir-faire »⁹⁷ : les prises de vue, l'angle et le dispositif de tournage, les intermédiaires de connaissance, l'organisation du montage.

Cette enquête s'est poursuivie à Paris au siège de *TF1* par la participation à la **fabrication d'une édition du journal de la mi-journée, à la conférence de rédaction, au direct, des entretiens avec le présentateur** du journal, le réalisateur, le rédacteur en chef de l'édition, le chef de service des correspondants régionaux en France⁹⁸.

On livre ici, dans plusieurs encadrés, les principaux éléments recueillis.

Jean-Pierre Pernaut⁹⁹ « s'adresse à sa grand-mère de Corrèze ». Il ne « veut pas de sang ».

Sa « référence est *Le Parisien* ». « *France soir est trop fait divers* », « *Libération trop jus de crâne* », « *le Figaro trop politique* ».

Son journal est en « rupture, en 1988 » car il est « fatigué d'entendre (dans le journal de « 13h » de l'époque) qu'il « y a des bouchons sur le périphérique ». Il est fier du fait qu'aujourd'hui sur « **3000 reportages par an, la moitié vient des bureaux régionaux** ».

La revue de presse du matin

Suite à une proposition de sujet du rédacteur en chef sur les initiatives en faveur des demandeurs d'emploi à la Réunion, Jean-Pierre Pernaut répond : « **les Parisiens rentrent de**

⁹⁷ *Ibidem*.

⁹⁸ Respectivement J. P.-. Pernaut, F. Lopez, B. Nicolas et M. Brunet.

⁹⁹ *TF1*, le 19 mars 1996. Les propos entre guillemets sont ceux de Jean-Pierre Pernaut.

vacances, tu ne vas leur parler de vacances à la Réunion !» En revanche, « il faut prévoir **une série sur l'administration et les papiers** à travers différents cas ».

« Sur le suicide des policiers, on en fait trop, **on tombe dans le piège.** »

« Sur Balkany, du **concret... pour la grand-mère, pas pour les habitants des Hauts de Seine** », suggère le présentateur. Car il explique : il s'agit « **de rendre national une information à la différence de France 3 qui diffuse des informations régionales qui n'atteignent pas le national** ».

La conférence de rédaction

Au journaliste du service de politique étrangère qui propose un sujet sur Sarajevo, Jean-Pierre Pernaut répond : « du factuel brut » et du « vivre là-bas, c'est difficile... **le thème, c'est : c'est difficile** ».

Service politique : « Seguin, non... Chirac un off ».

Le service économie propose un sujet sur les premières utilisations de « l'euro » (fac-similé). Le présentateur de répondre : « c'est bidon, c'est un pins, du *Monopoly* comme au *club Med*, **cela ne touche ni la vie des gens, ni leur tête** ». « Les vieux dans un village sans commerce **dans la série rural**, ok ».

La proposition d'un sujet « **le passeport français le plus cher d'Europe** » est également acceptée.

Le service des régions propose les sujets suivants : Marseille sans métro, SDF à Lille, le brouillard dans le Nord, Balkany, mesures contre la violence, procès anti-IVG, bilan de la saison de neige. Les papiers du citoyen (mariage, naissance, impôts).

A propos d'un sujet sur la Réunion, Jean-Pierre Pernaut commente : « La Réunion : une mine d'or, le département français où les gens jouent le plus au Millionnaire, le chômage, des petits vieux qui n'ont jamais vu la mer »... « **Ton sujet vient de la Chambre de commerce, qui cela intéresse ? Même pas le regard de curiosité... ce qui serait intéressant, c'est le transfert de compétences, pas de sujet institutionnel du type l'énarque du mois** ».

Le présentateur fait les comptes à la fin de conférence : 12 sujets « régions », **pas de sujets du service des « infos générales »** : « 40 personnes, rien foutu ! Cela devrait être un service autonome pour voir combien ils offrent de reportages... que sur les gros coups... alors que le service éco, ils sont 6,7 et ils produisent 2 sujets par jour ».

La fabrication du « conducteur »¹⁰⁰

En équipe, le présentateur, le rédacteur en chef et le chef région élaborent le conducteur de l'édition.

Cette étape dans la fabrication du journal laisse entrevoir le système de classement « **dans ce chapitre-là** », qui préside à son architecture. Les catégories telles que ses artisans les utilisent à l'oral sont les suivantes : « **l'ouverture** », les catégories « **proximité** », « **système D** », « **avant fin** », « **fin** ».

« Chirac est **trop bas**, il va tomber au moment où *M6* bascule », c'est-à-dire quand le « 13h récupère les téléspectateurs de *M6* jusqu'ici occupés à regarder « *La petite maison dans la prairie* ».

Afin de respecter cette construction, les journalistes disposent des « **PAD** » (sujets prêts à diffuser). Il s'agit d'une liste de sujets classés en deux catégories « **traditions** » et « **système D** » que Jean-Pierre Pernaut peut placer chaque jour dans les différentes rubriques qu'établit le journal si les bureaux régionaux n'ont pas fournis de reportages.

« Je sens les ardoises, aujourd'hui », lance le présentateur. « **Ce n'est pas du folklore mais de l'économie régionale** », se justifie-t-il immédiatement.

Il est nécessaire de « diffuser l'huître, sinon le sujet est mort ». Un sujet « **entre éco et tradi** ».

Jean-Pierre Pernaut conclut : « **il faut un rythme nouveau dès la semaine prochaine** : 18 sujets ; une ouverture, 6 « infos géné », 2 « éco », 1 politique étrangère, 6 PQR... Il faut associer About¹⁰¹ aux conférences du matin, le relancer pour plusieurs sujets

¹⁰⁰ Cf. annexe n°2.

¹⁰¹ Chef du service des Informations Générales.

simples sur Paris, d'une demi-journée de tournage ». « Je me fous pas de cela car l'audience est moyenne ».

Salle de projection

Citons le présentateur, visiblement peu satisfait par certains reportages qui lui sont ce jour, parvenus des bureaux régionaux : « les sujets partent de travers : on ne peut pas faire un sujet sur les jardins dans un hall d'exposition... plus c'est chiant, plus ils sont contents... Quand c'est chiant, on ne fait pas ! Demain, je veux des fleurs, un contenu de printemps, merde, **des idées**... »

Le Direct

Pendant le direct, Jean-Pierre Pernaut prend le soin de préciser : « quand je vous ai dit qu'il n'y avait pas de faits divers... ».

Il remarque ensuite: « ils¹⁰² ont pris Delon, on aurait dû faire quelque chose sur la mort de René Clément ».

Gérard Carreyrou, le directeur de l'information de *TF1*, présent sur le plateau pendant le direct, précise au présentateur, qu'avec « le sujet sur Balkany et ses ennuis judiciaires », « ce sera pris comme temps d'antenne RPR »¹⁰³.

A propos du sujet consacré à *France Télécom* : le présentateur lui reproche d'être « trop tourné vers la société de service ». « Le reportage aurait dû être trappé¹⁰⁴ ». On peut noter qu'à l'antenne, le présentateur aura tout de même tenté de corriger le tir en prenant soin de préciser : « ... et un jour cela **concernera** chacun d'entre nous ». De la même manière pour le sujet consacré au « bilan neige » : « même si seulement 8% des Français partent au ski ».

Il s'agira de montrer en quoi un tel « dispositif télévisuel » peut être à l'origine d'une information que je dirai « *concernante* ». Il faut à cette fin se tourner maintenant vers l'analyse interne du journal.

¹⁰² France 2. Le présentateur suit le journal concurrent.

¹⁰³ Par le CSA.

¹⁰⁴ C'est-à-dire non diffusé.

2/ analyse interne du journal

Cette analyse porte sur une étude du journal télévisé sur plusieurs périodes, en particulier de sa **structure** et des **représentations de réalité sociopolitique** qui sont liées au monde que le journal construit. Elle sollicite des moyens méthodologiques qui permettent d'engager plus avant la réflexion épistémologique et théorique développée dans la thèse.

Les journaux télévisés ont été des objets d'étude privilégiés des sciences de l'information et de la communication¹⁰⁵. Ils ont également été sollicités par des recherches en science politique¹⁰⁶.

Quelques publications académiques ont été consacrées au journal de la mi-journée de *TF1*¹⁰⁷.

Mais la prudence des principaux protagonistes du « 13 heures » à l'égard de l'intérêt critique et scientifique pour le journal est désormais grande, ce qui rend difficile le travail de terrain. D'autant plus, que des journalistes, démissionnaires, ont révélé quelles étaient les conditions de fabrication en région, des reportages destinés à être diffusés dans les journaux télévisés¹⁰⁸.

Pourtant le but n'est pas ici d'expliquer pour quoi ce journal fonctionne mieux qu'un autre, et quelles sont les « ficelles » des journalistes. La « presse TV » spécialisée s'en fait déjà largement l'écho, avec un regard de professionnel sur le sujet, qui s'il est bien entendu informé, ne répond pas forcément à des principes de neutralité axiologique.

L'objectif est de comprendre ce que veut dire Etienne Mougeotte, vice-président de *TF1*, quand il affirme que « **le 13 heures est le journal des Français, le 20 heures est celui de la France** »¹⁰⁹, en étudiant « *la place* » de la politique dans l'information quotidienne.

¹⁰⁵ Pour une présentation récente des objets de recherche privilégiés de cette discipline : « La recherche en information et communication en France », *Dossiers de l'audiovisuel*, N° 85, La documentation française, 1999. Et « La construction de l'information télévisée », *Dossiers de l'audiovisuel*, n° 76, novembre/décembre 1997.

¹⁰⁶ A. MERCIER, *Le journal télévisé, Politique de l'information et information politique*, Presses de Sciences Po, Paris, 1996.

¹⁰⁷ LEROUX & TEILLET (2001 & 2004), LE GUENNIC, « Nos régions selon J.-P. Pernaut. Pétainisme ou pittoresque ? », France Europe Editions, 2003 ; N. KACIAF, « Parle moi de moi. Les implications idéologiques d'un impératif de proximité : l'exemple du « 13 heures » de TF1, *Journées d'études des 18 et 19 septembre 2003 « La proximité dans le champ politique »* (publié in « *La proximité. Usages, Rhétoriques* » PUR, 2005).

¹⁰⁸ Dans une perspective académique : le travail d'ACCARDO Alain, *Journalistes au quotidien, outils pour une socioanalyse des pratiques journalistiques*, Le Mascaret, 1995.

¹⁰⁹ *Libération*, 4 juillet 1998. Formule à laquelle il serait tentant de répondre qu'il y a donc une édition pour la « France d'en bas » et une autre pour celle « d'en haut ».

B. « L'actualité des régions » et le traitement de l'information dans le journal de Jean-Pierre Pernaut.

Le journal télévisé de la mi-journée de *TF1* offre un traitement de l'actualité via un cadre de perception singulier de la réalité sociale, « la » création de Jean-Pierre Pernaut, une « partie magazine » consacrée à « l'actualité des régions ».

Or, cette formule de « l'actualité des régions » est très ambiguë. Elle fait spontanément référence à ces reportages diffusés en fin de journal et qui sont principalement consacrés aux traditions, aux métiers et savoir-faire « menacés de disparition ». Or, les intentions et les pratiques du présentateur sont bien différentes. On l'a dit, à son arrivée en 1988, Jean-Pierre Pernaut met en place de nouvelles formes de saisie et de traitement de l'information en créant des bureaux régionaux en association avec la presse quotidienne régionale. Et il s'agit alors bien de faire en sorte que les informations « régionales » « **atteignent le national** »¹¹⁰.

Pour exprimer l'idée qui préside à cette création, on reprendra les paroles prononcées par le journaliste présentateur du « 13 heures », dans une émission de « prime time » organisée pour fêter les 10 ans de *TF1* version Bouygues. Dans la séquence « *informer* » de cette émission, les trois femmes et les six hommes qui dirigent et présentent l'information sur la chaîne, commentent tour à tour un montage réalisé pour l'occasion, d'informations télévisées dites marquantes de la décennie, et témoignent de leur expérience professionnelle. L'actualité qui domine dans ce montage est celle de la « grande actualité »¹¹¹, des crises internationales et des drames nationaux. Jean-Pierre Foucault qui anime cette émission, demande à Jean-Pierre Pernaut : « vous, je crois que vous aimez la France profonde ». Jean-Pierre Pernaut de répondre : « je n'aime pas cette expression ; **il y a la France, dont Paris est une région** ».

Nous verrons que le traitement singulier de l'actualité que propose le « 13 heures » repose sur une « **petite actualité** » à **vocation globale**, « l'actualité dans les régions » (1). Il s'agira alors de mettre en valeur ce que sont **les formes de présentation** (le style journalistique) et de **représentations** (thématiques et temporalités) de cette actualité (2).

¹¹⁰ Cf. notre entretien avec le journaliste op. Cit.

¹¹¹ P. ALBERT, « Grande actualité, petite actualité : deux genres de journalisme », in *La communication dans l'espace régional et local*, sous la direction d'A. Mabileau et A.- J. Tudesq, Les cahiers du CERVL, Série Actes de Colloques, N° 3, 1992.

1) « L'actualité dans les régions » : « une petite actualité » très « globale »

Les reportages de la « troisième partie » du journal sont « **rassurants** », « **démonstratifs** » et privilégient une **vision esthétisante** de la France. On peut le montrer en comparant ces reportages avec le « monde » (espaces, temps, personnages) que le journal construit.

Pourtant « l'actualité des régions » ne se résume pas au « présentoir à carte postale » du « vivre en France ». Cette « partie magazine » du journal s'intéresse également aux sujets qui « concernent les gens ».

1/ le « Vivre en France »

Depuis maintenant bientôt 20 ans, à travers une ballade parmi les particularismes locaux, les reportages du « 13 heures » développent un imaginaire social puissant, moyen de conquérir le public présent devant son téléviseur à cette heure de la journée : « **le vivre en France** », ainsi nommé pour désigner les cassettes vidéo éditées par *TF1*, qui rassemblent les plus beaux de ces reportages, consacrés à « la vie dans les régions ».

En ce qui concerne le contenu de ces reportages diffusés en fin de journal pour ceux tenus comme les plus représentatifs de la catégorie (les « traditions des régions »), on remarque pour reprendre les termes de Jean-François Tétu à propos du modèle de la presse quotidienne régionale¹¹², modèle qu'il est intéressant de rapprocher de celui du « 13 heures », que « tout ce qui est l'objet d'un réel enjeu de pouvoir est écarté au profit du spectacle de l'accord qui trouve dans les manifestations culturelles ou festives son symbole le plus puissant ». L'information qui est offerte par ces reportages se veut en effet « **rassurante** » et « **démonstrative** » : rassurante car l'individu qui a été présenté au cours du journal télévisé, confronté aux difficultés engendrées par les crises nationales et internationales, souvent seul et sans perspective collective, est à la fin du journal, repris dans un collectif à travers les représentations des traditions régionales, du sport national, des grandes causes humanitaires et écologiques (nucléaire, feux de forêts, sécheresse).

¹¹² J.-F. TETU, « L'espace public local et ses médiations », in *Hermès* 17-18, 1995.

L'information est également « **démonstrative** », parce qu' « on ne retient de l'examen à la loupe des structures ou institutions » note Jean-François Tétu, « que les performances et le spectacle de la performance ».

Toujours à propos de la presse quotidienne régionale, Jean-François Tétu affirme que « le recours permanent à la tradition fait de la presse quotidienne régionale, un chantre de la stabilité comme le montre la fréquence des portraits où s'illustre avec prédilection la continuité des âges, l'hommage du présent au passé. » En effet le journal **privilégie une vision esthétique** des régions où la vie quotidienne était présentée détachée de ses pesanteurs socioéconomiques contemporaines, de telle sorte qu'elle apparaisse comme un art de vivre, largement identifié à un système de valeurs traditionnelles : l'homme est un être de nature qui obéit à un ordre des choses ; sa liberté réside dans un travail qui est à la fois libérateur et créateur¹¹³.

C'est sur ce point que le journal est le plus critiqué. Les nombreux reportages sur les boulangers qui refusent la mécanisation, les cuisiniers qui élèvent des lapins qui « mangent » de la vraie herbe », ce qui « constitue un spectacle de plus en plus rare »... les thèmes du type « il y a 20 ans on savait lire »... tout ce qui véhicule, y compris pour des journalistes de *TF1* travaillant pour le journal¹¹⁴, cette vision « passéiste », « populiste » en raison de ce qu'on pourrait nommer la sensibilité anti-institutionnelle de Jean-Pierre Pernaut, qui se manifesterait notamment par sa défense du petit commerce et des artisans¹¹⁵.

Quand on procède à des comparaisons entre les reportages sur les régions et leur contexte, c'est-à-dire l'ensemble des reportages du journal de « 13 heures », qu'on compare la manière dont ils sont construits à la manière dont sont construits les autres sujets de l'actualité, on repère en effet des **différences dans les rythmes, les cadrages**. On les explique en rapportant la construction filmique aux sujets traités.

¹¹³ RENARD, 1994, Op. Cit.

¹¹⁴ Entretien avec J.-M. Pillas, grand reporter de TF1, venu couvrir l'ouverture de la chasse à la tourterelle dans le Nord Médoc le 1^{er} mai 1996.

¹¹⁵ Sur tous ces aspects, Cf. le tout récent travail de l'historien LE GUINNEC, *op. Cit.*

Pour le rédacteur en chef du bureau régional de TF1 à Bordeaux, Jean-Yves Gros (Cf. encadré), « ce genre de reportage est d'un genre nouveau, pas de la fiction, pas de la réalité... une vérité »¹¹⁶.

« Le sens » que « prennent ces reportages par rapport aux actualités normales, institutionnelles, c'est celui d'un conte ».

« Le travail est rapide, mais joli¹¹⁷... il faut aller vite, savoir que tu vas prendre ça, ce qui est différent du magazine, où tu disposes tout de même de plus de temps ».

« On remet en scène par rapport à ce qu'il y a sur le terrain, il faut savoir s'adapter, donner des directions sans dénaturer, un travail de diplomatie, ce ne sont pas des comédiens ».

« Comme au cinéma, on aime bien finir sur un clip »¹¹⁸.

Sur ces aspects de la technique journalistique, on notera qu'il s'agit pour les journalistes de « **construire le reportage sur les interviews et le commentaire, à partir des thèmes dégagés par les interviews** » : « on rentre le commentaire, puis les interviews » et « on remplit d'images ».

Le contrôle du processus de fabrication se fait grâce à deux écrans, un qui donne à gauche « le résultat final », un à droite où l'on « pioche des images ». Ainsi que deux pistes « son », une pour le son d'ambiance et les interviews, l'autre pour le commentaire.

Lors du « dérushage » qui consiste à visionner les prises de vue réalisées lors du reportage sur le terrain, il faut d'abord « rentrer l'image, les interviews ensuite ».

« On ne sélectionne pas les images plan par plan, mais **thème par thème** (la nature, le belliqueux, pour un sujet sur les blockhaus de l'île de Ré). Si l'on prend par exemple, le dérushage d'un reportage consacré aux « contrebandiers du pays basque », **le thème choisi** est

¹¹⁶ Sur la « prétention de la télévision du quotidien à parler au nom du réel », autrement dit à propos de « la scénarisation », de la « dramatisation » pour cerner « les multiples mises en scène de nos vies qui sont à la fois réelles et fictives », et afin de « ne pas opposer réalité et fiction mais explorer le vaste territoire qui va de l'un à l'autre »... et où l'on montre « que la période actuelle de l'histoire de la télévision est celle où cette dernière met tout en œuvre pour donner des allures authentiques aux mises en scène des Français » : *La télévision du quotidien, entre réalité et fiction* de François JOST, Ina De Boeck, 2001.

¹¹⁷ « Tout est en forme de ronde », à propos d'un sujet sur un village moyenâgeux.

¹¹⁸ Par exemple, un « ralenti », lors d'un sujet consacré aux pibales.

celui du « mystère » : « on reste dans le mystère » (à propos de plans dans le brouillard), la colonne (de randonneurs) prise « dans le brouillard ».

A cette occasion, « on tient compte des valeurs de plan différentes, large, serré ». Ainsi que pour « dynamiser le reportage », il est nécessaire de « mettre du rythme en fonction des valeurs de plan ».

L'image doit toujours précéder le texte afin d'éviter les redondances, quand le commentaire dit « chemins escarpés » il doivent être à l'image.

Les journalistes souhaitent « **ne pas être violents** ». Contrainte qui nécessite par exemple, de laisser 7 secondes pour incruster les noms des personnes qui sont à l'écran, « afin de ne pas être trop brutal ». Il convient également de respecter bien entendu un certain nombre « d'impératifs techniques » : les raccords couleur, la règle des 180° afin de respecter les entrées et les sorties de champ ». Par exemple respecter le sens de la marche d'une colonne de marcheurs ainsi que leur reflet dans un lac. Ce qui suppose « **un dialogue, une pédagogie avec les gens** ».

Selon les journalistes, « la vidéo est adaptée au gros plan, plus qu'au paysage ».

« **Le gros plan comme le son accentuent les effets** », « de même que le ralenti » (« que l'on pense au sport »). Le son est donc « retravaillé », « **accentué par rapport à la réalité** ».

Le montage épouse le « **rythme** » d'une chant basque choisi pour illustrer le reportage : la succession des plans se fait au rythme de la mélodie et des attaques de voix. Il faut privilégier les plans longs, « **pour être paisible** » (la caméra était « posée sur un rocher »).

A la fin du montage, « on regarde le plan de début et le plan de fin ».

Pour toutes ces **comparaisons**, il est utile de s'aider de trois « catégories » : espaces, temps, personnages. Quels sont les personnages, les espaces et les temps des reportages consacrés aux régions par rapport aux reportages de l'actualité ? On est alors amené à différencier ces espaces, personnages et temps par leur nature (ville/campagne), mais aussi

par leur rapport au spectateur (loin, proche, familial ou non), afin de réintroduire le téléspectateur.

A ce sujet, Luc Boltanski aborde la question de **la position du spectateur** devant la souffrance, selon que cette souffrance est à distance (la famine en Afrique) ou en présence (le malheureux est à portée de main)¹¹⁹. Dans les deux cas, le spectateur est sommé d'agir. Mais dans le premier, il n'a pas les moyens d'agir directement, dans le second, il les a. Un journal télévisé présente plusieurs spectacles de « souffrance », qui constituent autant de propositions d'engagements, mais le plus souvent sur des « théâtres » où le téléspectateur se sent plus ou moins impuissant.

Il est intéressant de replacer les reportages sur les régions dans cette lecture. Les reportages du « 13 heures » proposent toute une série « d'engagements ».

En nous montrant des régions menacées d'oubli, les journalistes nous affirment que le fait de regarder le journal est déjà une manière efficace d'agir. Les reportages montrent aussi l'exemple de gens qui agissent pour sauver des régions menacées de destruction. N'est-ce pas alors, par rapport à un déplacement en Afrique, un engagement plus simple, voire préconisé ? On pourrait dire qu'il y a quelque chose de l'ordre de la thérapie dans ces reportages, à la manière des reality shows. Une thérapie qui vise le téléspectateur déstabilisé par les informations qu'il vient de voir, mais aussi la nature ou les traditions mises à mal par l'invasion jusque dans nos campagnes, du monde moderne et cruel dont on a vu les dangers dans les actualités.

A l'analyse, on s'aperçoit que les reportages sur les régions prennent place à la fin du journal télévisé, c'est-à-dire après une succession de nouvelles peu rassurantes : manifestations, catastrophes, procès, magouilles et combats politiques. S'il y a des nouvelles plus réjouissantes, elles sont aussi l'occasion d'images chocs, comme les exploits sportifs. Ces images construisent un monde plutôt chaotique, trépidant où il faut toujours se battre¹²⁰. **Les reportages sur les régions prennent sens par rapport au monde que les informations proprement d'actualité construisent.**

¹¹⁹ *La souffrance à distance*, Métailié, 1993.

¹²⁰ Pour une réflexion sur la crise comme « logique de l'espace télévisuel » : Cf. PUISEUX Hélène, « Crise et espace télévisuel », *La Licorne*, Mars 1996.

Il y a traditionnellement en fin de journal, des informations qui rassurent le téléspectateur (la météo dans nos contrées sans grande surprise, les images du jour - du type l'oiseau blessé qu'une famille a soigné), les défilés de mode (quand c'est la saison). Ces images pacificatrices n'ont pas toutes le même sens mais elles ont en commun de montrer un monde très différent de celui que l'actualité présente : c'est le règne du bon et du beau, de l'ordre et du calme – voire du proche, du quotidien.

Ce que Pierre Albert nomme « la petite actualité » en opposition à « la grande actualité »¹²¹.

2/ « l'actualité des régions » : un appel au mode de réception de la « petite actualité » pour traiter de la « grande actualité »

Cette opposition entre ces deux types d'actualité est établie à partir de la nature des **contenus d'information** mais aussi à partir des **conditions** dans lesquelles ils sont reçus.

Il s'agit de « tenter une classification de tout l'univers médiatique », *i.e.* « des contenus d'actualité mais aussi des magazines d'information, des fictions ou des variétés distractives ». Les éléments différenciant les deux types de faits ou de situations caractéristiques de la petite et de la grande sont de trois types : *la proximité* qui est fonction de la distance spatiale et temporelle de l'événement ; *la familiarité* qui est fonction d'une sorte de distance psychologique qui complète la notion de proximité (quand « les situations et acteurs appartenant à la vie quotidienne peuvent être présentés et compris sans recours à des connaissances abstraites, par la seule référence aux acquis de l'expérience commune à tous les téléspectateurs ; au contraire, échappent à ce monde de la banalité les événements étrangers au cadre familial ou professionnel de la vie personnelle et dont les acteurs ne sont plus des individus mais des personnages investis d'une fonction ou jouant un rôle public »...); *la complexité* qui tient à la nature des facteurs qui contribuent à expliquer les sujets évoqués (« elle permet de différencier les événements qui mettent en jeu les forces et les institutions politiques, économiques et sociales dont l'organisation, le fonctionnement et les rapports sont les plus souvent mal connus, et au contraire ceux dont les acteurs et les motivations sont aisément identifiables et imaginables »).

¹²¹ ALBERT P. *op. Cit.*

Ces éléments permettent de distinguer selon Pierre Albert :

- **la petite actualité.** On y trouve : l'info locale et régionale : le cadre et les acteurs sont assez bien connus ; les faits divers, criminels ou accidentels dont la compréhension est immédiate puisque le lecteur peut imaginer en être le spectateur ou l'acteur ; l'information sportive dont les enjeux, les règles et les motivations personnelles des acteurs sont relativement simples ; l'information de service dont l'immédiate utilité exige qu'elle soit présentée de manière directement compréhensible pour satisfaire des besoins déjà ressentis par le téléspectateur,
- Le reste relève de la **grande actualité**, à la fois lointaine, étrangère et complexe.

Cette distinction opère aussi sur **les modes de réception** de « ces actualités ».

En ce qui concerne la réception de la petite actualité, aucun effort de réflexion particulier n'est requis pour être assimilée si le journaliste sait en présenter un récit clair. Elle correspond à une sorte de curiosité primaire des individus, à un désir tout naturel d'assister à l'événement raconté ou de « se mettre à la place » des acteurs ; elle entretient et prolonge les thèmes de conversation. Elle permet au lecteur **d'apprécier subjectivement les acteurs et les situations** à partir de réactions simples et de les **juger en termes de morale**.

En ce qui concerne la réception de la grande actualité, elle ne répond pas à une simple curiosité mais à un besoin de dominer une sorte d'inquiétude à propos des perturbations que des événements extérieurs peuvent provoquer dans la vie de tous les jours et aussi à un désir de savoir pour se mieux situer par rapport aux choses de ce monde. Elle exige pour être vraiment comprise **l'appel à des connaissances abstraites et précises**, ou bien, à défaut, à des opinions préconçues qui interdisent, en fait, toute chance de surmonter leur opacité première. On peut même à la limite douter de la capacité de la très grande majorité des lecteurs de saisir les événements rapportés dans leur complexité et d'apprécier même l'importance de leurs enjeux ; ainsi que des capacités du journaliste, quelles que soient ses vertus de simplification, de clarification et de vulgarisation à rendre compte des événements et des situations dès lors qu'elles atteignent un certain degré de complexité.

Pierre Albert note que par une sorte de comportement psychologique à la fois simple dans son principe mais très complexe dans son cheminement, le lecteur surmonte la différence de nature de la grande et de la petite actualité et il juge la première en terme de morale individuelle et de sympathie pour leurs acteurs comme il le fait pour la seconde. Il ajoute que cette confusion des genres est fondamentale, car c'est cette sorte de glissement de l'une à l'autre qui rend si difficile l'appréciation de l'influence du contenu informatif des médias sur les opinions et les comportements de leurs consommateurs. Il reste cependant assuré que parmi les facteurs de fidélité à un titre, les nouvelles de la petite actualité sont déterminantes.

Cela devrait conduire, selon l'auteur à repenser la perspective rédactionnelle du journalisme en proie au quotidien à une véritable confusion des genres : le recours aux **épisodes** (réduire la complexité des faits des grands événements en les présentant sous forme de récit par épisodes dont chacun prend la forme d'un récit de fait divers), la **personnalisation** des faits (personnaliser les grands débats afin de pouvoir juger en sympathie pour les acteurs et non en appréciation des programmes et des projets), la **dramatisation** des rapports de force (toutes les questions soulevées par la grande actualité reposent sur l'évolution lente ou précipitée de rapports de force ou d'intérêts, le journaliste a donc beau jeu à en dramatiser la présentation sous formes de conflits ouverts pour mieux en faire saisir les enjeux, d'où en particulier le recours à un vocabulaire militaire ou sportif), la **moralisation** (les appréciations portées sur les situations sont en réalité formulées en terme de morale individuelle et aboutissent à présenter l'actualité comme une sorte d'opposition entre le bon et le mauvais, le sympathique et l'antipathique, et de moins en moins entre l'utile et le non utile, le juste et l'injuste, le certain et l'incertain

On va voir que la « ruse » de Jean Pierre Pernaut est de faire, à l'aide de ce qui est pensé comme une « petite actualité » dite régionale (« la vie ou l'actualité des régions »), une information, qui en réalité, est non seulement à portée nationale mais aussi « globale » : « l'information concernante ».

Cela signifie que **les classifications des contenus médiatiques sont à repenser**, plus exactement la liaison que l'on pouvait légitimement établir entre un type d'information (locale, sportive, faits divers) et des **éléments caractéristiques de différenciation** de ces informations qui sont liés d'une part à la familiarité (« quand les situations et les acteurs peuvent être présentés et compris sans recours à des connaissances abstraites, par la seule

référence aux acquis de l'expérience commune à tous les téléspectateurs ») et d'autre part à la complexité (tenant à la nature des facteurs qui contribuent à expliquer les sujets évoqués). Ces éléments, avec celui de la proximité (spatiale et temporelle) caractérisent la « petite actualité » : l'information locale et régionale, les faits divers, l'information sportive, l'information de service.

Or ce qu'expérimente le journal de « treize heures » de *TF1* à travers son « actualité des régions » c'est le dépassement de ces types d'information et le postulat d'après lequel la réduction de « **la distance spatiale** » est gage d'une plus grande « familiarité », c'est-à-dire d'une meilleure perception par les journalistes ou les représentants politiques, de ce que sont les « préoccupations » des téléspectateurs. La ruse de Jean-Pierre Pernaut est bien de faire avec un traitement de « la vie, de l'actualité dans les régions » un appel au mode de réception de la petite actualité, alors que l'actualité dont il traite est une « grande actualité » - à vocation nationale et globale- à la fois **lointaine, étrangère et complexe**.

Il faut étudier comment il y parvient en relevant trois éléments caractéristiques du fonctionnement du « 13 heures », quant à l'implication du présentateur, les thématiques récurrentes et les temporalités.

2) Le traitement de l'information : présentation, thématiques et temporalités

Premièrement le souci de Jean-Pierre Pernaut est de **rester fidèle aux préoccupations du moment du public de son journal**.

A cette fin, le présentateur joue très largement **le rôle de complice du téléspectateur**. En s'appuyant en particulier sur le sentiment de défiance à l'égard des institutions, comme en témoignent nombre de ses « retours plateau », i.e. les remarques que prononce, ainsi que les attitudes que prend le présentateur après la diffusion d'un reportage.

On peut citer par exemple parmi tant d'autres, un reportage au sujet d'un individu qui veut « offrir » un magasin de cycles à un demandeur d'emploi, car il désire prendre sa retraite tout en faisant une bonne œuvre en des temps économiques incertains. Des difficultés de transmission amènent les journalistes à interviewer Alain Lamassoure, alors ministre du budget qui déclare : « le conseil constitutionnel l'interdit, au motif qu'on ne peut favoriser une catégories d'individus en matière de transmission ». Jean-Pierre Pernaut de déclarer en retour plateau, pour se justifier de l'interview d'un homme politique, ce qui est très rare dans le

journal : « c'est le rôle des politiques » - sous entendu de s'occuper des chômeurs- mais ajoute-t-il, « on pourrait favoriser tout le monde ».

Dans cette partie du journal qui couvre « l'actualité », les destinataires désignés dans la représentation que construit le journaliste sont le Français « **consommateur** », le Français « **contribuable** », celui que l'on **interroge sur le trottoir ou les marchés**, afin de « faire » des sujets « santé », des sujets de « consommation » comme l'automobile, des sujets autour **du thème général de l'argent**. Une thématique qui permet alors de faire le lien entre la vie quotidienne, la société, le consommateur et l'actualité politique comme on l'étudiera plus loin.

Ce savoir-faire, le présentateur du journal l'exploite dans une émission de « première partie de soirée » (pour utiliser le vocabulaire des programmeurs aujourd'hui largement diffusé) : « *Combien ça coûte ?* ». Comme exemple de ce type d'information, on peut citer les nombreux reportages consacrés à la réforme de la sécurité sociale, dans lesquels il est montré que « personne » n'est capable de dire « combien coûtent réellement les soins », par exemple, ceux liés à une intervention chirurgicale.

Le thème de **l'argent public gaspillé** est aussi très présent à travers des reportages comme celui traitant de « 62 gendarmes couchés » ou ralentisseurs routiers, d'une commune de la Drôme. « On a dû finalement en détruire une partie », commente le présentateur.

Le journal est aussi l'occasion de fournir des **informations pratiques** à son public : comment acheter une action, remplir des documents administratifs, obtenir des renseignements ? Une « matrice de lisibilité »¹²² récurrente, que l'on retrouve y compris pour des sujets à dimension publique et politique, comme à propos du Crédit Lyonnais. Jean-Pierre Pernaut déclare en retour plateau : « ce qui intéresse les gens dans cette affaire, ce sont les conséquences pour le client et non les aspects financiers ». Le **client** est ici le destinataire visé par la représentation que construit le journal.

Pour mieux représenter encore ce que sont censées être les préoccupations des Français, les sujets traités dépendent du **calendrier du jour**. Au-delà des marronniers, *i.e.* dans le jargon journalistique, des sujets qui reviennent périodiquement, le rythme des Français

¹²² LE GRIGNOU & NEVEU (1991).

et de la société française sont organisées dans le journal, autour du départ et de la rentrée, en vacances scolaires ou politiques, par exemple.

Il y a ainsi tout **un jeu sur les temporalités** dans le « 13 heures » : le quotidien avec la météo comme première nouvelle du journal, les saisons, le passé (avec les traditions régionales), et les dates de la vie collective nationale : l'arrivée de la feuille d'imposition, la rentrée des institutions (de l'école au parlement) à l'occasion du traitement de « l'actualité ». Ce qui fait lien entre ces différentes temporalités (et qui participe ainsi à la requalification des catégories de l'information), c'est l'utilisation journalistique à forte dose pour couvrir ces différentes informations, de tout le répertoire d'imageries mentales à caractère fortement national, imageries mentales qui appartiennent à « une sphère de phénomènes entre l'idéologie, les mythes, la culture, qui sont l'objet de forces sociales et historiques difficiles à saisir, mais qui sont centrales pour la compréhension des processus de définition et de traitement de la réalité à un moment de l'histoire »¹²³.

Le traitement de l'actualité s'effectue en utilisant abondamment des **représentations de la quotidienneté** et en s'appuyant le plus souvent sur des **motifs psychologiques** recueillis notamment par des micros trottoirs. Ainsi pour illustrer des sondages (comme par exemple celui du « *Parisien* », selon lequel 57 % des Français seraient pessimistes), où le journaliste interroge à la sortie d'un cinéma lyonnais.

Cette démarche est également à l'oeuvre pour traiter de sujets à dimension politique, comme la tenue de « la conférence sur la famille » qui pose la question : « faut-il un salaire pour les mères au foyer ? ». Un sujet qui s'adresse là encore directement au public du journal.

Les journalistes **mettent alors en scène le quotidien** : le reportage montre une jeune mère, devant des bâtiments administratifs bien gris, occupée à souligner le journal à la recherche d'une offre d'emploi, puis à s'habiller, à se maquiller enfin, pour un entretien d'embauche, alors qu'à la radio, on annonce dans le même temps la tenue de la conférence sur la famille. Le traitement de cette actualité est bien différent de celui qui consisterait à répondre à la question posée en confrontant des arguments. Ici, quand bien même le commentaire dans une certaine mesure le réalise, les institutions politiques – la conférence sur

¹²³ CHARRON J. « Les limites du modèle de l'agenda-setting », *Hermès*, 17-18, 1995.

la famille- sont par l'intermédiaire de la radio, mises en abîme par rapport à la quotidienneté mise en scène dans le reportage.

Autre mode de traitement privilégié de l'actualité du journal, celui-ci plus lié au récit, le parti pris par les journalistes **de raconter une histoire insolite**, qui fait souvent l'ouverture du journal. On peut par exemple, relever le sujet sur une concierge qui reçoit une lettre d'expulsion car le propriétaire de l'immeuble veut « la » remplacer par un digicode ; ou le reportage sur ce propriétaire de Saint-Brieuc qui a « tagué » les murs de son habitation et crée une association, car il veut porter plainte contre son constructeur ; enfin l'histoire de la chatte qui a été recueillie dans une maison de retraite afin d'égayer le quotidien de ses pensionnaires¹²⁴ (Cf. encadré).

Il s'agit d'un sujet demandé par Jean-Pierre Pernaut pour illustrer la journée des animaux de compagnie.

Jean-Yves Gros, responsable du bureau régional recherche sur le minitel des maisons de retraite en Gironde, afin de se renseigner sur celles accueillant des animaux domestiques. Suite à un entretien téléphonique avec le directeur d'une de ses maisons de retraite, il apprend que plusieurs de ses pensionnaires ont récemment nourri et hébergé une jeune chatte égarée qui dès lors a été adoptée.

Arrivés sur les lieux, les journalistes découvrent que la chatte a été mise à la diète, afin de répondre plus aisément à l'appel de la gamelle « lors du tournage ».

Quel est le « système de contraintes » d'un tel reportage ?

Il faut plusieurs décors pour les prises de vue (la chambre d'une patiente, le réfectoire, la véranda où se trouve une coupelle de lait, le jardin).

Il faut mettre en scène plusieurs « coups » : celui « de la pilule » (que la chatte prend quotidiennement, elle l'aura prise deux fois ce jour), le « coup de l'escalier » (filmer la chatte le descendant ; il faudra s'y reprendre à plusieurs reprises). Il faut plusieurs relances du rédacteur pour arriver à faire dire à une pensionnaire : « c'est le paradis pour elle ». Il faut

¹²⁴ Reportage réalisé le 3 octobre 1996, rédacteur Jean-Yves Gros ; JRI, Serge Cléro.

« faire la virgule » (faire des plans de coupe) sur le chariot de nourriture, afin de ménager des transitions dans le commentaire au montage. « Filmer la cloche, pour eux, c'est un repère ». Au montage il s'agit ensuite de « taper dans les moments bons des interviews et se servir du commentaire pour pallier les mauvaises interviews ». « Regrouper par thème en fonction des interviews et autour d'un personnage et d'un lieu » : « elle est gentille », « cela a changé les choses ».

Le directeur de la maison de retraite ne témoignera que pour dire « elle est à tout le monde » (alors même que l'animal fait l'objet de solides tensions parmi les pensionnaires).

Selon Jean-Yves Gros, « ce qui compte c'est la présence de la chatte que l'on ne va pas sentir dans l'action mais dans la présence des grand-mères, d'où solliciter les regards ».

« Ce n'est pas un reportage facile », conclut-il. « Il faut faire oublier que c'est un mouvoir ».

§2/ LA DISQUALIFICATION DE LA POLITIQUE » : « l'information concernante »¹²⁵ du « 13h » de TFI

Peut-on traiter de l'actualité politique sans faire « d'information politique » ? Oui semble répondre depuis bientôt 20 ans le « treize heures » de TFI, en organisant **une « information concernante »**.

A. La marginalisation de la politique dans les formes de (re)présentation de « l'information politique » : la politique comme incarnation du « système »

Cette présentation du journal télévisé laisse deviner qu'il y a **peu de place pour l'actualité politique. Elle est en effet peu traitée.**

¹²⁵ Il se trouve que cette catégorie « concernante », analytique dans notre travail dès « son origine », et inspirée de l'analyse du « 13h » de TFI, semble correspondre désormais à une catégorie instituée de la pratique journalistique. Cf. les propos de deux professionnels de l'information télévisée : Anne-Sophie LAPIX, présentatrice du nouveau JT « 12h50 » de M6 (in *L'Express Mag*, 19/01/2006) et Arlette CHABOT in « Des JT de proximité » (François EKCHAJZER), « Baromètre du JT, L'info à la loupe », *Les nouveaux dossiers de l'audiovisuel*, mai-juin 2006. « Le syndrome Pernaut » ? Je serai amené à faire une distinction entre « l'information concernante » du « 13h » de TFI, qui est la marque de son apolitisme et que j'utilise à ce titre comme catégorie d'analyse, et, les « sujets » labellisés le cas échéant, comme « *concernants* » par les professionnels de l'information, dont je m'attacherai à montrer qu'il peuvent donner lieu à un « cadrage » politique » de l'information. Ce qui invite alors à étudier la catégorie de l'information politique en tant que catégorie constituée et non pas uniquement à travers ses formes instituées ; Cf. la section 2 de ce chapitre et le Chapitre 3 sur les rhétoriques concernantes de la politique télévisée.

Quand du personnel politique apparaît à l'écran, le journaliste le ramène toujours à ce qu'est en définitive, son « rôle », sa « fonction », que cela soit dans le cadre d'une « déclaration gouvernementale » ou à l'occasion de « la rentrée des politiques ». Le « discours d'information » est très peu polarisé sur les activités politiques institutionnelles.

L'actualité politique se résume souvent à l'annonce d'un « **projet du gouvernement** » ou à l'annonce de « **chiffres officiels** » (ceux du chômage, de l'inflation), afin de faire le lien avec un traitement économique de cette actualité, à travers des reportages du type « *combien ça coûte ?* ».

Dans sa dimension politique étrangère, la diplomatie est souvent traitée par un « **son** » : le présentateur annonce la nouvelle sans reportage à l'appui, avec parfois quelques images, suivi en revanche souvent d'un reportage sur les dangers qui pèsent sur les populations civiles de pays engagés dans des conflits armés (exemple récurrent : sujet sur les mines antipersonnel).

En **n'invitant pas d'hommes politiques**, en ne les **mettant que rarement à l'écran**, Jean-Pierre Pernaut manifeste assez visiblement le peu de considération qu'il entend donner dans son journal aux acteurs politiques, attitude qu'il fait partager aux journalistes spécialisés de la rédaction, qui n'interviennent d'ailleurs que très rarement sur le plateau.

Par exemple au sujet d'une demande émanant du gouvernement de réaliser 6 milliards d'économie sur les allocations familiales, Jean-Marc Sylvestre, spécialiste des questions économiques de la chaîne, déclare : « des politiques qui réclament à corps et à cri des réductions, mais qui sont les premiers à réclamer des subventions pour leurs électeurs ». « C'est facile à dire, pas à faire », ajoutera Jean-Pierre Pernaut.

La question qui se pose alors est de savoir si **l'intérêt que représente le journal télévisé sur le traitement de la politique n'est pas à chercher ailleurs que dans le traitement télévisuel de « l'actualité politique » stricto sensu.**

Ne se fait-il pas dans les relations qu'entretiennent l'actualité politique avec le reste de l'information « sur le marché des croyances »¹²⁶, c'est-à-dire sur la capacité qu'a l'information de parler du réel, de la réalité sociale, à définir des cadres de représentation et de perception dans lesquels cette réalité va être appréhendée, et à argumenter à son propos, afin d'emporter l'adhésion des téléspectateurs ?

¹²⁶ J.-P. WILLAIME, « Les métamorphoses contemporaines du croire à la lumière d'enquête récente », in *Archives des sciences sociales des religions*, N°82, 1993.

Le journal de la mi-journée de *TF1* à la manière d'autres dispositifs médiatiques, prétend traduire ce que sont les préoccupations et les perceptions des Français. Alors même que le personnel politique consacre une grande partie de son activité de communication à signifier au public, non seulement qu'il les partage, mais aussi qu'elles sont les guides des actions qu'il souhaite entreprendre¹²⁷.

Cette prise en charge des préoccupations et des perceptions des Français pose donc la question déjà abordée dans notre introduction du pouvoir « **paradigmatique** » des médias télévisuels, c'est-à-dire du **pouvoir de la (re)présentation** dont ils jouissent, en disposant d'un pouvoir d'accréditation de toute parole publique (journalistique comme politique) à travers en particulier la mise en récit d'un « sens commun ». **Ce pouvoir de la (re)présentation sert-il des « mécanismes d'imputation », des « cadrages politiques » de l'information sociopolitique traitée dans le journal ou bien cette capacité à parler du réel dans les catégories du sens commun n'opère-t-elle que dans le cadre de procédés de disqualification de la politique ?**

On verra que la réponse varie selon les formats et les éditions d'information (section 2), mais il faut déjà pour le « 13 heures » de *TF1* souligner que, pour mettre en scène ces préoccupations dans leurs reportages, les professionnels de la télévision disposent **de plusieurs ressources ou atouts**.

Ils ont la possibilité d'indiquer ce que doit être l'activité politique en l'énonçant dans leurs reportages ou sur le plateau - privilégiant ainsi des **formes de raisonnement, une rhétorique**, sur lesquelles nous reviendrons, qui indiquent ce que sont les problèmes auxquels sont censés répondre les acteurs politiques et surtout les « termes » dans lesquels ils doivent l'être. **C'est en cela que « le vivre en France » de Jean-Pierre Pernaut est politique, même si par ailleurs, quand on regarde le journal, l'activité politique, quand elle n'est pas montrée afin de fédérer des perceptions négatives de la politique, n'est présentée que comme un élément de complexité de la réalité sociale parmi d'autres. Mais inscrire les individus et l'activité sociale dans de telles représentations du temps, de l'espace, de la morale (dans sa dimension publique et privée), n'est ce pas montrer quotidiennement qu'il n'y a d'action collective que rapportée à un territoire physique et symbolique à**

¹²⁷ Parce qu'ils sont des chambres d'écho du thème de la « proximité », évoquée par E. Ballardur dans l'émission « 7/7 » du 21 janvier 1997, les journaux de la mi-journée intéressent les professionnels de la politique. C'est J. Chirac et ses conseils qui ont le mieux signifié l'importance des « 13 heures » comme offre opérationnelle de cadre de perception de la réalité sociale, en participant dès le 5 septembre 1995 au journal de P. Chêne sur France 2, où le Président récemment élu, est venu parler de « problèmes de consommation ».

partir duquel les citoyens se sentent engagés ? C'est tout le sens, semble-t-il d'une analyse qui vise à comprendre comment les médias construisent « une réalité de seconde main »¹²⁸.

Nous avons parlé tout à l'heure de la dimension temporelle mais peu de la dimension spatiale. Or le local, « valeur de première grandeur dans la culture politique française »¹²⁹ tel qu'il est mis en scène par la régionalisation des actualités est **porteur d'une forte imagerie mentale**. Annick Percheron souligne « l'importance du repli en période de crise, sur le proche, le local, l'affectif avec les résurgence du mythe d'un âge d'or, celui d'un France rurale heureuse et sans problème »¹³⁰. La « vie dans les régions » exprime bien cette nostalgie¹³¹.

« S'il devient difficile en effet dans un pays qui compte moins de 5 % d'agriculteurs, de parler des alliances de l'homme et de la terre, on peut toujours souligner le lien qui unit les hommes et les femmes de France à un terroir, à un lieu géographique, à un cadre de vie »¹³². Ce lien peut d'ailleurs être celui de leurs parents mais aussi celui où ils souhaiteraient s'installer à la fin de leur vie active. De plus, dans une contrée largement urbanisée cette nostalgie n'est pas forcément celle que génèrent les lieux où l'on a grandi, mais plutôt, celle suscitée par l'absence de racines et accrue sans doute par les difficultés de la vie urbaine.

Au moment où les géographes nous affirment que « la non concordance entre l'espace fonctionnel et l'espace de proximité semble irréversible »¹³³, **c'est un journal télévisé qui exprime chaque jour la nostalgie de cette réalité au travers d'un « imaginaire » puissant**¹³⁴. Et ce même s'il est facile de deviner ce que cache et donc révèle cette ballade sans fin dans les particularismes locaux. Dans un contexte de vie économique et sociale qui rend l'inscription du groupe dans un projet collectif difficile, il est peu surprenant que le journaliste s'adresse à l'individu consommateur d'une part, et fasse d'autre part, appel à des

¹²⁸ GERSTLE (1997), *op. Cit.*

¹²⁹ A. LANCELOT, « 1972-1982-1992 : deux décennies de régionalisation », Conseil Régional de Picardie, *Actes du colloque*, Amiens, 1991.

¹³⁰ A. PERCHERON, « L'opinion et la décentralisation ou la décentralisation apprivoisée », *Pouvoir*, N°60, 1992. Un thème largement repris dans l'explication du succès du journal : les Français rentrent désormais chez eux le « midi » du fait de la crise, « le besoin de racines » explique le succès de la fin du journal, Cf. « la crise fait naître des besoins de stabilité », *Le Monde*, 16 avril 1996, Nicole Mathieu, directeur de recherche au CNRS.

¹³¹ « ... nostalgie des savoirs fondamentaux désormais enfouis ou dévalués qui permettaient de maîtriser son univers... ; nostalgie d'une sagesse qui savait placer l'homme dans la nature et pas contre elle... ; nostalgie d'un monde où chacun, connu comme le fils d'untel avait ses racines... » ; Cf. R. M. LAGRAVE, in *Le village romanesque*, Acte Sud, 1980, et aussi, « Relecture du village romanesque », *Etudes Rurales*, Janvier/mars 1988.

¹³² PERCHERON, *op. Cit.*

¹³³ Y. GUERMOND et N. MATHIEU, « De l'éclatement de l'espace à la réorganisation de l'espace », in *Espaces, jeux et enjeux*, sous la direction de F. AURIAC et R. BRUNET, Fayard, 1986.

¹³⁴ Sur la notion « d'imaginaire social », P. SANSOT, *La France sensible*, Champ Vallon, 1985 ; et « L'imaginaire ou la capacité d'outrepasser le sensible », *Société*, N° 42, 1993, Dunod.

représentations de l'espace (« la vie des régions ») et du temps (la mémoire collective) pour repérer une identité nationale.

Le « 13 heures » prend ainsi soin avec « l'actualité des régions », de définir ce que doit être l'activité politique, en précisant les préoccupations auxquelles elle est censée répondre et en gérant des imaginaires sociaux puissants décalés par rapport à la réalité sociale.

Autre atout des professionnels des médias dans ce journal télévisé, l'utilité du « donner à croire » qu'ils proposent est forte. En traitant d'informations « pratiques », les journalistes prennent en compte le fait que les téléspectateurs évaluent l'utilité de ce « donner à croire » **en fonction de l'expérience qu'ils en font**. La programmation des discours politiques véhiculés par l'information politique est alors fortement concurrencée sur une « fonction d'utilité », en raison de la nature des renseignements que fournissent la plupart des sujets du journal.

Enfin, dernier atout, tout a fait décisif des professionnels de l'information, qui tient à ses possibilités de représentation de la réalité sociale et d'accréditation de son discours au moyen de l'image¹³⁵ : **la possibilité qu'ont les journalistes via l'image, de jouer des représentations de la quotidienneté et de la sphère privée paraît être de nature à pouvoir affaiblir les modes de validation du croire, d'administration des preuves nécessaires pourtant à toute argumentation politique.**

Au total dans le « 13 heures », **la politique trouve ainsi sa place parmi les débats sur les modèles de la vie sociale, le rôle de l'individu, la signification de l'Histoire, les hiérarchies fondamentales de l'existence humaine**, bref dans un univers de représentations sociales traitant de l'homme et du monde, de la pratique et de ses fins, pour reprendre des titres de manuels de philosophie.

Ainsi des messages et des thèmes du domaine des institutions politiques et de l'opinion sont certes traités, mais aussi **des sujets qui revêtent avant tout une dimension**

¹³⁵ Sur ce sujet, pour une présentation synthétique du « faire l'image » : B. DARRAS, « Faire et défaire l'image », *Mscope*, N°6, 1993.

poétique et mythique, avant de revêtir d'une certaine manière, une signification concrète et politique. Car elle traduisent d'abord l'aventure politique intellectuelle, spirituelle et morale d'un pays, d'une culture, d'un peuple.

En réalité, dans le « 13 heures », l'expression de préoccupations morales est une façon d'exprimer des convictions civiques, politiques sociales et mêmes idéologiques. Pour autant il **ne semble pas que la critique morale soit un substitut ou un déguisement à la critique politique.** Dans ce programme, les représentations du politique, au même titre que la corruption constatée dans la société, les défaillances du système, le climat moral répandu dans toute la vie publique, trouvent leur origine dans l'ensemble des idées fondamentales et attitudes propagées par le « système » : l'idée que l'homme est réduit au rôle de simple rouage des mécanismes sociaux, politiques et historiques et que ces mécanismes sont incarnés par le pouvoir, le politique.

A ce moment-là en dénonçant (sans avoir même à y consacrer beaucoup de sujets) des personnages qui manipulent les autres et les utilisent à leur fin, **le politique prend une autre signification. Le politique ne peut faire le bien,** (car il lui est inaccessible) ; **ne sait pas le faire** (ce dont l'histoire et l'actualité témoignent à loisir), **non plus même, le préserver** (que l'on pense aux dangers qui pèsent sur la nature et l'environnement, la santé : les vaches folles, la « malbouffe »...) et, **est exemplaire du mal** (du « système » qui ne sait donc pas sauver les agriculteurs, les réfugiés...).

Quand il n'est pas corrompu, au quel cas il est alors exemplaire du système (il en est le parangon), **le politique est donc au mieux, isolé sur ses propres enjeux** (c'est *Clochemerle* élevé au carré). L'« ailleurs » est alors **inatteignable pour lui** : l'espace, le biologique, la mémoire, la nature, de la météo... aux inondations, qui rappellent tous le jours que « l'homme n'est pas un empire dans l'empire ».

La conscience morale et les points de références ne peuvent pourtant, être rapportés à des valeurs stables, à un bien et mal, car les valeurs sont relatives et floues.

Les repères viennent alors de l'identification d'un bon et d'un mauvais : **le bon étant une affaire de préférence** (affaire dans laquelle la dimension partisane « gauche/droite », n'a rien à faire), **la vérité une question d'opinion.**

Une opinion que le « 13 heures » va s'attacher à montrer, en l'incarnant dans les différentes figures du destinataire¹³⁶. Il s'agit **dans une logique de perception**

¹³⁶ Cf. *supra*. Ch. 2.

représentative, d'offrir un miroir au téléspectateur, afin de s'assurer qu'en tant que destinataire du message, il soit alors dans les conditions de « juger » des représentations que véhicule le journal.

Le politique comme incarnation du système, c'est cela le travail d'un journal télévisé quotidien sur les représentations du politique. Comment ce travail se réalise-t-il via des sujets « **conso** » ou du « **tradi** »¹³⁷ ?

Des catégories que l'on peut considérer comme déjà « reçues »¹³⁸, mais qui sont opérationnelles non seulement pour les journalistes en région afin de répondre à la commande d'un sujet, mais aussi pour Jean-Pierre Pernaut afin de construire le « sens » dans un journal.

Ces catégories sont donc essentielles à la compréhension des rapports et hiérarchies qu'opèrent un « 13 heures ».

Cette hétéronomie symbolico-cognitive de la politique dans le journal nous invite à revenir sur le traitement des sujets sociopolitiques.

B. Une édition « apolitique » : « l'information concernante » du « 13 heures » de TF1

Dans quelle mesure « *l'information concernante* » offre-t-elle un regard apolitique ?

Pour répondre à cette question, il s'agira de tirer des enseignements de **l'analyse d'une édition du journal de « 13 heures » de TF1, celle du mercredi 8 octobre 2003 et de sa comparaison avec l'édition du journal de « 20 heures »**, à la même date, afin de faire ressortir la spécificité des modes de traitement de l'information du « 13 heures ». Pour proposer un traitement systématique des contenus médiatiques, quand ils font l'objet d'une recherche sur le traitement de l'information politique dont le trait principal est le caractère apparemment « apolitique ».

¹³⁷ Pour reprendre les catégorisations utilisées par les journalistes du bureau régional de Bordeaux, ainsi que par les concepteurs du journal à Paris.

¹³⁸ Pour Pierre BOURDIEU, la « misère télévisuelle » a précisément pour origine le fait que le « discours est construit conformément aux catégories de réception du téléspectateur », de telle sorte que « la question de la réception ne se pose pas, car les idées sont déjà reçues par tout le monde, banales, convenues », *Sur la télévision*, Liber Editions, 1996.

1) Comparaison d'une édition de « 13 heures » et de « 20 heures » : le 8 octobre 2003

La construction du « vivre en France » dans le « 13 heures » repose sur deux piliers : un travail journalistique sur le *rapport au national et à la quotidienneté* ainsi que sur *les dimensions publique et privées* des sujets de l'actualité sociopolitique (l'exemple des « 35 heures » et du travail clandestin).

1/ le « 13 heures » et son « vivre en France »

L'édition du journal de « 13h » commence par un « coup d'œil habituel sur la météo »¹³⁹.

D'emblée, les représentations véhiculées par le « 13 heures » vont s'inscrire dans **un rapport privilégié au national**, via la diffusion à l'écran sur fond d'une carte de l'hexagone, des prévisions météorologiques. La séquence télévisée dévolue aux prévisions météorologiques suit traditionnellement la diffusion des journaux télévisés. Cette ruse permet au présentateur, de s'assurer que les téléspectateurs ne vont pas chercher ailleurs cette information stratégique, du fait des décalages d'horaires opérés par les autres chaînes. Il faut dire que Jean-Pierre Pernaut connaît l'audience du journal seconde par seconde, grâce à son logiciel nommé « les senteurs du jour », avec lequel il construit son conducteur.

Les catégories du programme « les senteurs du jour » sont les suivantes : femmes et hommes, -10 ans, 11-14 ans, 15-24 ans, 15-34 ans, 15-49 ans, ménagère et homme 15-49, 50 ans et plus, CSP + . Lors de notre entretien avec le présentateur du journal, ce dernier a ainsi affirmé qu'il lui suffisait de montrer « la tête d'un politique » au moment où (environ 13H04)

¹³⁹ Suite à des études internes sur la perception de l'information à *TF1*, il a été décidé de ne plus la présenter en fin de journal. Il est loin le temps où le journal faisait trois fois plus d'audience que la météo. Sur ce sujet, Cf. : « la météo superstar », *Société magazine*, juillet 1991 : « De quoi faire pâlir les politiques, plus de 80 % des gens font confiance à la météo ! »... « Dans un pays urbanisé à 75 % où les agriculteurs représentent à peine 7 % des actifs dont la température moyenne oscille entre 4°C pour le mois le plus froid et 20°C pour le mois le plus chaud, le « désir de météo » reflète nos modes de vie : l'appétit de soleil, l'organisation des loisirs »... « C'est de la science facile à comprendre, un moment de variété car un show, elle est manichéenne : le bien (le beau temps) et le mal (le mauvais) s'affrontent dans une lutte qui distrait des soucis quotidiens et des graves problèmes de la France, le chômage, le racisme endémique, les conflits sociaux, l'avenir incertain pour les jeunes »... « C'est un moment de réconciliation, un sujet de conversation dont on peut discuter sans exclure son interlocuteur comme avec la politique, la religion, le football »... « Un des moyens que se donne la société pour exorciser l'angoisse humaine devant toutes les formes d'instabilité et le futur...(elle) donne l'image d'un monde maîtrisé, réglé, prévisible, bien tenu en main »... « C'est protecteur, un cocon ». « Or comme dans le domaine de la santé, on cherche à prévenir les risques »...« Comme pour la santé, le mauvais temps n'est plus ressenti comme une malédiction du ciel mais comme une injustice sociale, un raté ». C'est pourquoi il faut des boucs émissaires à une sécheresse, à une canicule...

les téléspectateurs qui suivaient le feuilleton « *La petite maison dans la prairie* » diffusé sur M6, partent à la recherche d'un autre programme (d'info), pour « les perdre ».

Mais l'essentiel est cependant ailleurs avec ce procédé puisqu'il participe du travail de catégorisation des informations dans le journal¹⁴⁰.

Premièrement, il fonctionne au **rituel**, et cela est bien entendu décisif dans le processus de construction d'un système du jugement.

Deuxièmement, il est donc un moment essentiel dans la construction du **rapport au temps et à l'espace que construit le journal télévisé. Le système de représentations s'organise autour d'un cadre national et quotidien.**

Cette actualité météorologique est l'occasion d'un premier reportage qui offre de « belles images » du territoire national : un « coup de vent sur l'Île de beauté » a privé la nuit dernière quelques 4000 habitants d'électricité. Les promeneurs parcourent tout de même la côte, tandis que les locaux, eux, ne s'en étonnent pas, même si le phénomène survient « un peu tôt dans la saison ». On apprend finalement que les pêcheurs ne sont pas sortis, qu'*EDF* a rétabli la situation et que l'alerte météo vient d'être levée.

Le premier reportage du journal télévisé a toujours un statut particulier.

Sauf à s'imposer du fait d'une actualité exceptionnelle, il a pour but de ne pas rebuter l'audience qui à ce moment-là, a encore la possibilité en fonction des titres de l'actualité annoncés en début de journal, d'aller voir ailleurs. Pas de visages politiques donc, toujours synonymes de désintérêt pour le public du « 13 heures ». Mais plutôt « **l'histoire du jour** », plutôt insolite, qui saura retenir l'attention. Or, la météo est « comme tout le monde le sait », un bon sujet pour entamer une conversation et donc faire l'objet d'un reportage de début de journal.

Il y a déjà beaucoup à dire sur la mise en scène des personnages du reportage, à savoir les « locaux » et les « promeneurs ». Mais pour l'instant soulignons seulement que l'on reste dans la perspective **d'un monde qui s'organise autour des éléments de la nature, des saisons et surtout du territoire** comme le martèle le journal en permanence, en localisant chacun des reportages dans l'espace géographique, par un procédé infographique qui

¹⁴⁰ Ce qui fait dire à Etienne Mougeotte que « la météo est un élément central de l'actualité quotidienne », Libération, *op. Cit.*

distingue sur une carte de France, les départements ainsi que les localités concernés par les nouvelles. On sait combien ces cartes font partie d'une imagerie mentale forte pour le téléspectateur.

Vient ensuite un « son », c'est-à-dire des images (de vagues déferlant sur une plage) que commente le présentateur, sans qu'elles fassent l'objet de la diffusion d'un reportage. Jean-Pierre Pernaut nous apprend que ce coup de vent a aussi touché le département des Alpes Maritimes et que la préfecture a ordonné la fermeture des sentiers forestiers.

En retour plateau, c'est-à-dire quand la caméra fixe à nouveau le présentateur à l'écran, celui-ci nous informe « qu'en montagne, cela ressemble déjà à l'hiver ».

Ces retours plateau sont importants dans l'analyse car ils témoignent de l'articulation des rapports entre les informations traitées, et de leur catégorisation dans des catégories de l'information. C'est pourquoi ils font l'objet d'une attention toute particulière de la part du présentateur, au moment où avec la script du journal il prépare le déroulé de l'édition. Après avoir établi avec l'aide du rédacteur en chef de l'édition et du coordonnateur des correspondants régionaux, le conducteur du journal, c'est-à-dire le catalogue des sujets traités et leur ordre de diffusion, le présentateur du journal s'isole en effet afin de visionner les sujets déjà disponibles et établit alors le conducteur du journal (Cf. annexe N° 2 : le conducteur de l'édition du 16 février 1996).

Il s'agit de préparer **les transitions verbales** qui vont rendre explicite au téléspectateur la structure des représentations que le journal construit. A l'antenne, pendant le direct, ces annonces et ces retours plateaux sont alors l'occasion pour le présentateur, de rectifier un jugement exprimé dans un reportage qui échapperait à l'architecture du journal. Ils sont aussi le moyen de jouer le complice du téléspectateur. Un travail rhétorique d'autant plus nécessaire (et efficace, car on est indiscutablement dans un style parlé et non écrit) que Jean-Pierre Pernaut est le seul parmi les présentateurs « vedettes » de l'information, **à travailler sans prompteur.**

« Dans le Beaufortin, la neige est tombée » donc et si « c'est la fin de l'estive », le berger à l'image nous dit avoir « été surpris ». Il nous rassure cependant sur la santé de ses bêtes. Les prises de vue montre l'intérieur du gîte ainsi que les sommets enneigés. Le commentaire clôture sur « l'attente de l'arrivée du véritable hiver ». Et Jean-Pierre Pernaut de poursuivre en retour plateau, « on a encore un peu de temps »...

En revanche, « l'échéance est bien proche maintenant : plus que 13 jours pour que les propriétaires paient leurs impôts fonciers. Avec la taxe d'habitation, c'est l'impôt le plus lourd. Chaque année les augmentations choquent les contribuables. Cette année la palme revient à Agen avec un bond énorme de 17 %.» A l'image le clocher d'une église qui identifie le lieu de vie, la commune, quand bien même il s'agit d'une grande agglomération. Agen est « le champion de France des impôts locaux » affirme le commentaire journalistique. Le journaliste sollicite des réactions au moyen d'un micro trottoir. Puis la caméra fixe une feuille de déclaration en gros plan. Un particulier est interrogé à son domicile, une résidence pavillonnaire. Chiffres inscrits sur son cahier à l'appui, cet homme nous apprend « qu'en deux ans, l'augmentation s'élève à 261 euros ». Via le commentaire, le journaliste fournit alors une « explication à cette fièvre fiscale ». Il s'agit de l'endettement de la ville (image de l'hôtel de ville, drapeaux au vent) qui se monte, « après plusieurs années de politique d'investissement » (on voit des ouvriers à l'œuvre sur la voirie) à 30 millions d'euros. Une femme, interrogée dans la rue déclare : « c'est qui, qui paie, qui ? Le citoyen. » Le reportage s'achève sur ces mots : « les Agenais espèrent que l'an prochain, l'automne arrivera cette fois, en douceur. » A l'image les Agenais apparaissent sous les traits de joueurs de boules, et finalement, d'un pêcheur, probablement sur les bords de Garonne.

Si l'on se place dans **une attitude critique**, on peut bien entendu souligner les aspects proprement idéologiques que portent de telles représentations que l'on peut inscrire dans une vision populiste et réactionnaire à l'encontre des institutions publiques et du politique¹⁴¹. Rappelons pour le moment que quand les politistes étudient les informations télévisées et les représentations sociales qu'elles véhiculent, ils analysent **ces représentations d'un point de vue idéologique (les représentations), symbolique (les signes) et cognitive (les perceptions – dans leur organisation mentale)**.

Donc, chaque automne voit arriver la feuille d'imposition foncière et à cette occasion le journaliste décerne la palme de l'augmentation.

Ces phénomènes de « calendrier » sont essentiels afin d'inscrire les rythmes de la vie sociale et politique dans des temporalités qui ne lui sont pas propres : l'actualité politique ramenée à la séance hebdomadaire du Conseil des Ministres, à la rentrée parlementaire comme il y a une rentrée scolaire, mais aussi comme il y a des saisons pour ramasser les champignons et d'autres pour partir en vacances... Il faut noter les techniques

¹⁴¹ LE GENNIC (2003), op. Cit.

journalistiques de représentation des Français / Agenais (du micro-trottoir, au particulier, pour finir sur les joueurs de boules et le pêcheur), de la quotidienneté (l'intérieur du pavillon, les cahiers, la feuille d'imposition) et l'aspect proprement spectaculaire du « champion de France » de l'augmentation (dimension nationale).

Jean-Pierre Pernaut enchaîne : « à propos d'argent... le ministre de la santé Monsieur Mattei a présenté au conseil des ministres un plan pour réduire un peu le coût de la Sécurité Sociale ; côté recettes, une hausse des taxes sur le tabac, côté dépense une baisse des remboursements, plus de médicaments génériques et un meilleur contrôle des arrêts de travail. Dans ce domaine, nous serions les champions d'Europe.» Le **terme « d'argent »** indique qu'alors même que l'on a ici la seule référence explicite à une actualité politique dans le journal, que cette information sollicite **un cadre d'interprétation qui privilégie la dimension privée et non publique** (alors que c'est un problème « collectif » comme le dira P. Poivre d'Arvor le soir même non sans une certaine malice).

Le reportage qui suit va donc s'intéresser après la feuille d'imposition, à la feuille de soin filmée en gros plan, dans ce que l'on devine être des bureaux d'un centre de la sécurité Sociale. « Le cœur du problème affirme le journaliste, ce sont les assurés sociaux qui profitent du système », ce que confirment de jeunes personnes interrogées dans la rue. Chiffres à l'appui une partie des arrêts maladie sont médicalement injustifiés. Un médecin filmé lors d'une consultation, en présence de son patient, souligne « le nombre toujours plus important des gens en détresse psychologique au travail ». Selon le journaliste qui clôt ainsi ce reportage, « 55000 patients et 2000 généralistes sont déjà dans le collimateur du gouvernement qui va renforcer les contrôles.»

Or, ce qui fait l'actualité de ce jour, à la radio, dans les revues de presses, les éditoriaux de la presse écrite, c'est la polémique sur le coût des 35 heures. Aussi est-il significatif de ce que nous appelons « faire de la politique sans le dire », que Jean-Pierre Pernaut assure son retour plateau par la formule : « le Président Chirac en a appelé à la responsabilité de chacun sur la Sécurité sociale ».

Et de poursuivre : « **un autre abus** » et « cela n'a rien à voir avec la Sécurité Sociale, c'est le travail clandestin... » Sauf que justement, cela à tellement « à voir » dans les rapports entre représentations sociales qu'organisent le journal au quotidien, autrement dit la catégorisation des informations qu'opère le journal (« un *autre* abus »), que le présentateur se pense obligé de le nier. Avec le thème de l'argent et des abus, nous sommes en réalité en

présence de ce que les spécialistes des études cognitives nomment des « **prototypes** ». Ces prototypes illustrent les rapports caractéristiques qu'organise le « *13h* » entre le domaine politique et la sphère économique et sociale. Ce rapport caractéristique a été institué sous la forme d'un dispositif télévisuel, qui a pris la forme d'un programme différent du « 13H : l'émission de « prime time », « *Combien ça coûte ?* » animée par le même présentateur.

Toujours selon le présentateur, ce travail clandestin « concerne les immigrés en situation irrégulière. Avant « seuls les employeurs étaient punis, maintenant les employés le seraient aussi, jusqu'à trois ans d'interdiction de séjour ». Ni ici, ni dans le reportage, il ne sera fait mention du fait que cette actualité est à rapprocher de la discussion au Sénat ce jour, d'un amendement du député UMP, M. Mariani au projet de Loi de M. Sarkozy comme cela sera fait en revanche le soir même dans le « 20H ».

Une règle : ne jamais ramener la politique à des enjeux de politique publique dans ce journal télévisé. Ce qui ne veut pas dire que le politique n'est pas présent sous des formes à repérer.

Dans le reportage suivant, on découvre Mohamed, 29 ans originaire de la Côte d'Ivoire dont on ne verra pas le visage à l'écran ; il est filmé de dos, dans la rue. Depuis 1997, nous dit le reporter, différents employeurs ont fait appel à lui ; il travaille dans l'entretien et est rémunéré pour cette activité. Douze heures de travail, payées 30 euros. De son interview, il ressort qu'il exerce « ce boulot... par fierté », qu'il « n'a pas le choix », qu'il « est un homme » et que « Dieu ne l'a jamais abandonné ». Le commentaire précise que cet homme a fait une demande d'asile territorial, qu'il a donc « le droit d'attendre, mais pas de travailler ». Quant à la loi finalement évoquée sans plus de précisions, il est dit qu'elle ne « devrait rien changer. »

Au total, dans ce reportage **la politique des élus et des partis est absente. Elle n'a pas la capacité de changer les choses. En revanche, elle a bien des destinataires que le journaliste prend en charge en dénonçant les abus, en mettant en scène son rapport au quotidien et à l'argent, et en rappelant finalement que le « bien » (dont l'univers de prédilection sera le « Vivre en France » de la troisième partie du journal), répond à d'autres exigences (être un homme, agir par fierté...)**

Une autre façon de « faire de la politique sans le dire » : « les campagnes de sécurité routière depuis quelques mois donnent de vrais résultats » lance Jean-Pierre Pernaut.

Avec un changement des comportements, puisque « 7 Français sur 10 disent être plus vigilants selon un sondage de la SOFRES ». « Mais les bistrotiers ont un rôle de prévention à jouer » indique le présentateur. Le reportage dans un bistrot de Brest nous montre des individus le verre à la main « venus surtout consommer de la bonne humeur », sous le regard complaisant du propriétaire.

C'est le moment de parler de « l'actualité internationale », maintenant que **le téléspectateur se trouve dans un univers qu'il connaît (trop) bien.**

En ce jour, elle se résume à l'élection de M. Schwarzenegger au poste de gouverneur de Californie. Comme le dira en retour plateau, Jean-Pierre Pernaut, cela pourrait donner des idées à J. C. Vandame. « Sa candidature a été considérée en Europe comme une plaisanterie mais il a réussi à destituer l'ancien gouverneur... c'est la première fois que cela se produit depuis 90 ans » nous affirme le présentateur¹⁴². On apprend que « Terminator » a tenu « à adresser ses premiers remerciements à son épouse », qu'une « majorité de femmes ont voté en faveur de la destitution du gouverneur » démocrate, alors que « celui-ci comptait sur les dérapages sexuels » du candidat républicain « comme planche de salut ». Les images sont celles de toute mise en scène politique télévisuelle aux Etats-Unis **avec pour seul enjeu**, le fait que cet acteur doive bientôt « quitter le strass des studios d'Hollywood pour les austères palais de Sacramento », où il aura certes, « du pain sur la planche. » Cette même actualité donnera lieu à un traitement différent dans le « 20H ».

« Retour en France », où suite au démantèlement d'un réseau de cambrioleurs, a lieu « une curieuse exposition », rassemblant les butins de plusieurs cambriolages (« 12 personnes ont été interpellées » ; elles « agissaient en bande organisée »). Le chef de la sûreté du Rhône est interviewé, car « c'est un homme de terrain ». A l'attention des téléspectateurs, le journaliste précise qu'il faut que « les victimes de cambriolages » se munissent « de justificatifs ». Il est vrai comme le dit Jean-Pierre Pernaut en retour plateau, que l'on aborde la **catégorie « consommation ».**

C'est une catégorie si institutionnalisée de la pratique que les journalistes en région l'utilisent pour désigner un type de reportages que la rédaction de Paris leur

¹⁴² P. Poivre D'Arvor moins enthousiaste, ramènera ce chiffre le soir même à 62 ans.

demande. L'autre catégorie qui revient dans le vocabulaire des journalistes en région, c'est celle des « **sujets tradi** ».

Cette catégorisation est également matérialisée dans l'armoire des sujets dits PAD (prêts à diffuser), dont dispose la rédaction nationale à TF1, au cas où il faille pour assurer le déroulé ordinaire du journal remplir une « case », que les sujets fournis le jour même par les services ne permettent pas d'occuper. On est alors en plein dans « **ce qui intéresse les gens, ce qui les concerne** » comme les répète à l'envi Jean-Pierre Pernaut.

Il s'agit en l'occurrence pour commencer cette « rubrique », de couvrir la tenue du salon professionnel de la vente par correspondance qui se tient à Lille. On apprend dans le reportage que ce sont les femmes qui sont majoritairement employées dans ces métiers, dont l'aspect industriel consiste à classer des milliers d'articles sur des chaînes de triage. Pour Jean-Pierre Pernaut, c'est l'occasion de renseigner son public qu'il sait être un public concerné par la vente par correspondance en tant que client. A ce stade du journal télévisé, pour Jean-Pierre Pernaut, **le destinataire privilégié du journal est un contribuable, un client, un salarié (soumis aux aléas du climat et de la nature comme il a été rappelé en début de journal).**

A sa manière propre, le « 13 heures » **continue alors de parler de l'actualité politique et sociale, sans la rapporter à la polémique politique ni à un questionnement en terme d'enjeu de politique publique, en l'occurrence le débat sur les 35 heures : on fait vraiment de la politique sans le dire.**

« Hier nous évoquions la réflexion sur la réduction du temps de travail et les RTT ; elles coûtent cher et les petites entreprises ont du mal à embaucher, à trouver des jeunes qualifiés. » Le reportage nous fait découvrir la construction en Meurthe et Moselle, d'un galion destiné à devenir un restaurant. Le commentaire nous indique que ces « 4 jeunes étaient sans emplois, et qu'il fallait juste les motiver. » Le « patron » explique qu'en l'absence d'une main d'œuvre qualifiée (ici dans le domaine du travail du bois), il s'agit de proposer une formation avec un « emploi assuré au bout. » Il faut dire, comme le rappelle le journaliste que ces jeunes seront alors « à la fois motivés et formés. »

On voit donc ici qu'un thème très présent de l'actualité politique et sociale (on le trouve partout dans les médias le jour même) plutôt que de se laisser ici présenter comme un enjeu de la politique publique et **politicienne**, s'inscrit très explicitement dans un registre

normatif de représentation du monde social cependant déconnecté de toute possibilité d'une prise en charge politique. Quelle description du monde social propose en effet un tel reportage ? Le travail dans notre société se nourrit de la motivation des individus et de leur formation, via l'apprentissage d'un métier, c'est-à-dire de savoir-faire.

Version partisane de cette représentation, assurée par le chapeau du présentateur : la réduction du temps de travail, c'est mauvais. Si l'on pense alors à toutes les arguties politiques et médiatiques qui se rattachent à une telle vision, on comprend quelles armes symboliques fournit un journal télévisé pour travailler symboliquement la « réalité sociale ». **La « réflexion » (et non pas le « débat » comme le dit très opportunément le présentateur du « 13H ») n'est pas envisagée d'un point de vue politique au sens partisan et normatif, mais du point de vue de valeurs que le présentateur partage avec son public. Des valeurs qui sont justement récapitulées dans la fin de journal et son « vivre en France », qui assurent non pas tant une « montée en généralité » sur les représentations, mais plutôt un principe de sélection des identités, des valeurs et des repères agités par les reportages du « 13H ».**

Cela ne signifie pas que ce type de reportage n'est pas « politique ». Même un entreprise de codification un peu ouverte pourrait faire rentrer ces images et ces temps de parole dans une catégorie « actualité politique », du fait du lexique et du chapeau du présentateur : « réduction du temps de travail ». Cela signifie que non content de nous dire que la politique officielle n'a pas son mot à dire sur le sujet (ce qui ne sera pas le cas dans le « 20H »), le journal télévisé précise dans un longue séquence sur la vie sociale et économique, les problèmes (les « vrais ») auxquelles elle est sensée répondre, en quels termes, c'est-à-dire pour qui (les Français dépeints en autant de figures de destinataires du journal), et comment (ici au nom de quelles valeurs, de quels principes), elle doit le faire. **C'est cela prendre en charge les préoccupations et les perceptions dans un dispositif concernant.**

Dans la série des phénomènes de calendrier, qui est une façon de dire que l'actualité politique n'est qu'écume, la journée internationale pour sensibiliser les parents et les enfants aux dangers susceptibles de se produire sur le chemin de l'école. C'est l'occasion de livrer au téléspectateur quelques chiffres (80 morts chaque année de moins de 14 ans) et des images d'enfants lâchant des ballons, ce qui fera toujours plaisir au public de grand parents retraités du journal.

Le reportage suivant aussi d'ailleurs, puisqu'il met en lumière « l'intérêt des jeunes filles entre 10 et 11 ans pour les magazines traitant de la vie des stars. » Là encore l'accroche du présentateur se fait sur le mode d'un constat d'une tendance de la société française, de son mode vie : « les Français lisent de moins en moins de journaux, mais la presse magazine s'en sort très bien, en particulier... » Le sujet prend la forme d'un mini talk show, avec l'interview de la rédactrice en chef de l'un de ces types de magazines, l'avis d'une sexologue avec comme sujet, « l'inquiétude des parents suscitée par une sexualité abordée sans tabous », pour conclure finalement à « la fonction ludique et éducative » de cette lecture.

« Une autre mode qui inquiète parents et grands parents, le piercing, vous connaissez ça, de plus en plus de jeunes se font faire des trous n'importe où pour y glisser des petits bijoux, c'est devenu un phénomène », enchaîne Jean-Pierre Pernaut. Sur le même principe que le reportage précédent, le journaliste reporter s'entretient avec les jeunes d'un lycée (qui reconnaissent raisonnablement « qu'il y a un âge limite à respecter »), sollicite l'avis d'un « perceur professionnel » qui précise que « la seule règle » est de se faire percer « dans un établissement sérieux », qui « refuse les jeunes avant 16 ans », et qui se sert d'un « matériel à usage unique. »

On aborde maintenant **la dernière partie du journal** : « avant de repartir dans les régions comme tous les jours et de rendre hommage à Jacques Brel comme nous le faisons depuis lundi, un petit mot de cinéma » lance Jean-Pierre Pernaut. Ce sujet est l'occasion pour le présentateur d'annoncer que Vincent Lagaf⁷, animateur vedette de *TF1* qui a assuré le doublage d'un dessin animé diffusé par la chaîne, sera son invité le soir même, dans l'émission « *Combien ça coûte ?* »... « où on parlera d'argent bien sûr, d'administration avec des règles inutiles, des paperasses et des cafouillages », précise le présentateur en retour plateau.

« On repart au bord de la mer » donc, « avec de très belles images » poursuit le présentateur. Le sujet est consacré à la réouverture de la pêche de la coquille St Jacques, « de quoi donner le moral à ces hommes qui craignent pour leur avenir. »

« Après la mer, la terre avec la fin d'une autre récolte, celle des betteraves rouges potagères dans la Marne », annonce le présentateur. On y découvre des consommateurs en quête des « betteraves de leur maman », un maraîcher qui cuit « ce légume d'hiver » au feu de

bois « comme le faisait ses grands parents », ainsi qu'un conseil de préparation : « avec de l'huile de noix et de la mâche, c'est, paraît-il très bon ».

« Comme tous les jours de cette semaine, un coup de chapeau aux artisans, à l'occasion des Artisanales de Chartres qui ont lieu depuis 10 ans maintenant. Passion, traditions, savoirs faire, 3 mots qui reviennent chaque jour » pour cet « escalier », qui fait part au téléspectateur de son art en matière de conception de la « fameuse ligne de foulée ». Un art qui sait s'adapter aux désirs des clients, puisque ceux-ci viennent souvent passer commande avec « une photo des escaliers de leur maison d'enfance. » Une pratique qui s'effectue donc « en souvenir des anciens escaliers » et ce, même si ceux d'aujourd'hui « ne grincent plus. »

Ces reportages font partie **d'une catégorie bien particulière du « 13 heures » véritable marque de fabrique de l'artisan Jean-Pierre Pernaut. Ils appartiennent à la catégorie des reportages sur la vie dans les régions françaises qui sont essentiels pour comprendre comment fonctionne l'information *concernante* dans ce journal, le « vivre en France », du nom du label que Jean-Pierre Pernaut revendique dans la commercialisation de vidéos des « plus beaux reportages du « 13 heures ».**

Comme il a été indiqué, ces reportages de fin de journal proposent de présenter chaque jour la vie quotidienne dans les régions françaises en gérant des imaginaires sociaux puissants, des imageries mentales décalées : la vie quotidienne y est présentée comme un art de vivre la plupart du temps détaché des pesanteurs économique et sociale. Mais pas fantaisistes car les liens qu'elle organise avec le reste du journal sont nombreux : temporels (jours, rentrée, saisons...), spatiaux (cartographie), en terme d'attitudes et de conduites (les personnages), de morale (les principes et valeurs).

Si bien qu'on y trouve **le réservoir des catégories**, qui donnent sens aux représentations que le journal télévisé organise. Pourquoi les lois qui visent à réglementer le travail (que cela soit dans cette édition, les 35H ou le travail clandestin) « coûtent-elles cher » ou « ne devraient rien changer » ? Car le travail dans cet univers que construit quotidiennement le « 13 heures » est vécu comme libérateur et créateur. A ce moment-là que demander au politique ?

Le « 13 heures » en ne mettant pas à l'antenne d'invités politiques, en accordant une place marginale à l'information politique, entendue comme celle des partis et des

élus (en dehors de l'actualité institutionnelle régulière liée à une déclaration gouvernementale, le conseil des ministres, et à la couverture du résultat d'élections), en refusant de donner à tout traitement de l'actualité économique et sociale une dimension d'enjeu de politique publique, entend satisfaire ses téléspectateurs dont l'humeur n'est pas à l'observation des joutes politiques et de la mise en question journalistique autour de propositions, de programmes et d'adversaires. En revanche, en mettant en scène les Français dans les reportages, en prétendant traduire leurs préoccupations, c'est-à-dire ce pour qui et pour quoi la politique devrait être faite, le politique est convoqué quotidiennement dans le journal.

Et les journalistes disposent comme nous l'avons vu de nombreux moyens pour cela : les retours plateau, l'utilité du donné à croire en fonction de l'expérience que les téléspectateurs ont de certaines réalités (les feuilles d'imposition et de Sécurité sociale, les sujets « conso » et la construction de la quotidienneté), la possibilité de raconter des histoires, la faculté enfin d'inscrire l'ensemble de ces représentations dans des « sujets tradi », véritables répertoires des conduites et des pratiques.

Au total dans ce journal, la représentation du politique est réduite, en ce qu'elle n'est pas décrite comme un enjeu de politique publique, non plus comme porteuse d'un changement de l'ordre social, au profit d'autres sphères du social qui assurent une prise en charge des destinataires. Un politique qui n'est donc pas autonome, sauf à être isolé sur ses propres enjeux pour jouer le rôle de parangon du système (la paperasse).

Pour finir le journal du 8 octobre 2003, un reportage sur l'histoire de la chanson « Madeleine » de Jacques Brel à l'occasion du 25^{ème} anniversaire de sa mort. Des « chansons qui font vibrer » nous livre Jean-Pierre Pernaut. Dans le sujet, on peut voir et entendre Jacques Brel expliquer dans un document d'archive, qu'il « n'a pas compris la femme », puis sur scène dans l'interprétation de cette chanson, ce qui fera dire au présentateur en retour plateau, que « quand on le voit sur scène, cela donne des frissons. » Le commentaire du journaliste nous rappelle que finalement, cette chanson est « une histoire banale et triste, celle d'un homme amoureux et d'une femme indifférente. »

Avant de clore définitivement comme chaque jour le journal, sur « des nouvelles de la bourse » (« ça remonte, ça fait du bien ») et aujourd'hui en supplément le rappel de la programmation le soir même de l'émission « *Combien ça coûte ?* » (« ça va vous étonner »

annonce le présentateur), un son sur des images d'escrime, une sportive française ayant obtenue une médaille d'argent lors des championnats mondiaux en cours.

2/ le cadrage de la politique au « 20 heures »

Regardons maintenant le journal télévisé de « 20 heures » sur la même chaîne, *TF1*, à la même date, le 8 octobre 2003.

L'annonce des titres laisse déjà entrevoir le changement radical d'optique : l'élection du nouveau gouverneur de Californie, le projet de loi sur l'immigration examiné par le Sénat, un rapport parlementaire sur le choix d'un nouveau type de réacteur nucléaire franco-allemand, les propositions du *Medef* sur les licenciements économiques, un rapport des Nations Unis sur la population mondiale.

Trois reportages sont consacrés à l'élection de M. Schwarzenegger comme gouverneur de Californie.

Le premier souligne la situation politique qui a prévalu à cette élection, montre comment l'acteur a bénéficié du « soutien du clan Kennedy », comment la « très conservatrice *Fox News* » a couvert l'élection, et pourquoi le nouveau gouverneur devra « cohabiter avec une majorité démocrate » et satisfaire un électorat fidèle à la devise « sortir les sortants ».

Ici, on insiste donc sur les « objets » du champ de la représentation politique et des points de vue propres à la (re)présentation du politique dans le cadre d'une « information politique » : les identités partisans, le processus électoral et ses acteurs médiatiques, même si le journaliste privilégie les « cuisines » du jeu politique au détriment des enjeux de l'élection.

Un second reportage est consacré aux « personnages du petit et du grand écran en politique ». Même si le regard porté sur la politique est quelque peu décalé du fait de son entrée par le biais du vedettariat, ce reportage n'en constitue pas moins un moment de « culture politique » télévisuelle. On y apprend ainsi que Reagan fut le 40^{ème} Président des Etats-Unis après avoir lui aussi, été élu gouverneur de Californie ; que « le démon de la politique a aussi taraudé » C. Eastwood qui fut pendant deux ans, maire de Carmel ; que le comédien démocrate W. Betty a finalement renoncé ; que S. Temple a échoué au Congrès,

qu'un célèbre catcheur professionnel a été élu gouverneur du Minnesota, et finalement que « l'argument » de ces différentes personnalité est celui « de la franchise des acteurs contre l'hypocrisie des politiciens. »

Dernier reportage en Autriche « où l'on est fier » de l'enfant du pays, agrémenté d'extraits d'une interview de l'acteur réalisée par P. Poivre D'Arvor il y a 10 ans, dans le « 20H ».

« Puisqu'on parle d'immigration » enchaîne le présentateur, « l'examen par le Sénat du projet de loi de Nicolas Sarkozy ».

Comme dans l'édition de « 13H » le reporter évoque la possibilité pour les employés d'être sanctionnés et d'écopier d'une forte amende. Seulement ici, le reporter souligne que cette proposition est le fruit d'un amendement provenant du député UMP M. Mariani, que cette proposition a suscité « une levée de boucliers », un représentant CFDT du Ministère du Travail étant interrogé sur le sujet.

Le scénario est donc ici « classique » : une actualité politique sur laquelle on fait réagir officiellement les différentes autorités politiques et socio-économiques, laissant ainsi l'impression d'un débat au sein de l'arène politique. En retour plateau, le présentateur vedette de la chaîne remarque que « N. Sarkozy a jugé inutile cette amende » et que, le Sénat a adopté ce projet de loi. **On retrouve les « règles » de « l'information politique »**¹⁴³.

A la suite d'un **rapport parlementaire** sur un nouveau type de réacteur franco-allemand, le troisième titre de l'actualité développé concerne le nucléaire. Ici le reportage fait clairement état d'un débat (grâce en particulier au recours constant dans le journal à l'infographie), en cernant les objectifs recherchés par le développement d'une telle technologie, les moyens mis en œuvre, le consensus trouvé sur les solutions adoptées.

« Pour lutter contre l'effet de serre également, d'autres moyens... », poursuit Poivre D'Arvor. Le reportage s'intéresse aux « **prêts verts** » pour les **PME/PMI** offerts par les banques, avec l'interview d'un conseiller en développement durable d'une banque.

¹⁴³ BENETT (1996), op. Cit. , cf. l'introduction.

« Jacques Chirac appelle à la responsabilité des Français sur la Sécurité sociale ; les médecins s'inquiètent eux de l'augmentation des primes » déclare ensuite le présentateur. Le reporter interviewe le secrétaire général du syndicat des anesthésistes et précise que « **les pouvoirs publics et la société doivent trouver des solutions pour aider les médecins à supporter leur charge d'assurance.** »

« Responsabilité collective toujours », poursuit P. Poivre D'Arvor, « le procès d'un enseignant dont une élève est tombé par la fenêtre ». Un « drame » selon le journaliste qui donnera la parole au représentant **d'un syndicat de l'Education nationale.**

Un son ensuite sur « messieurs Juppé et Stéfanini », ce dernier ayant précisé aujourd'hui **devant le tribunal**, que son « travail était bien réel. »

« **La reprise des négociations entre le Medef et la CGT** », alors qu'un reportage montre l'échec des plans sociaux et des cellules de reclassement. « Je vois un trou noir à la fin » déclare une femme licenciée.

Le reportage suivant dénonce les dérives sectaires de certaines entreprises spécialisées dans la formation. Puis, viennent un reportage sur le salon de la vente par correspondance à Lille où l'on découvre un entrepreneur, vendeur de café par correspondance, ayant réussi en « n'étant parti de rien ».

Puis un son sur la fin de *Vivendi Universal* aux Etats-Unis, l'annonce du « prix Nobel d'économie », un reportage sur le « fameux butin » de Marseille, comme dans le « 13H », un autre sur l'instauration d'un livret de bonne conduite scolaire à point.

« Toujours en matière de bonne conduite » enchaîne le présentateur, « sur la route, cette fois », un reportage sur l'abattage des arbres, puis un « son » sur le rétablissement du courant en Corse et les intempéries en Suisse, la neige en Allemagne aussi.

Dernier titre annoncé en début de journal, qui ouvre la page internationale du journal, le rapport des Nations Unies sur la population mondiale. On y apprend que « la moitié des humains ont moins de vingt ans », que « cette population est particulièrement exposée aux

problèmes de santé » (« toutes les 14 secondes un jeune est contaminé par le SIDA »), et « d'éducation ».

En Irak, les autorités disent leur hostilité à l'arrivée de l'armée turque et la situation de guérilla s'installe, alors que les soldats américains utilisent des « méthodes de cow-boy. »

Un « son » sur l'Algérie, où des islamistes ont été tués par l'armée.

En Allemagne, le plus grand pénitencier d'Europe pour les hommes produit des « vêtements branchés » qui sont ensuite commercialisés.

« En matière d'environnement », l'ONF soigne la forêt des Vosges qui souffre des pluies acides. La chaudière à bois de l'hôpital de Concarneau est « montrée du doigt » car elle produirait « des cendres radioactives ».

Rubrique santé : « la révolution » des cœurs artificiels date de 20 ans.

Actualité sportive : un athlète français s'est vraisemblablement dopé, un sujet voile au Sénégal, la médaille française en escrime, puis le rugby.

Le journal prend fin sur un reportage du service culturel consacré à un « poète qui nous envoûte depuis 40 ans », Jean Cocteau mort le 11 octobre 1963 et auquel une exposition est consacrée à Paris.

Au total, on voit qu'il est donc très opportun de comparer le « 13H » de Jean-Pierre Pernaut avec le « 20H » de P. Poivre D'Arvor le même jour, pour comprendre le traitement particulier de l'actualité qu'offre l'édition de la mi-journée.

On se rend compte que « l'actualité culturelle » de ces journaux est différente ; que le traitement de « l'actualité internationale » du « 20 heures » répond à d'autres exigences que celles du « 13 heures », qui « s'il ne rate jamais une information importante »¹⁴⁴, a pour principal objet de montrer l'insécurité qui règne dans monde et a contrario, sa beauté dans une visée exotique qui évacue alors le conflit ; que l'actualité économique du « 20 heures » n'est pas celle de la « conso » de chez Jean-Pierre

¹⁴⁴ Déclaration recueillie auprès du présentateur.

Pernaut ; que le « 20 heures » de TFI met en scène les autorités sociales, politiques et économiques du pays, à la différence de la sensibilité anti- institutionnelle du présentateur du « 13 heures ».

Au « 20 heures », la politique institutionnelle est donc présente, certes souvent sur le mode décalé du « show » (les politiques vont chez « PPDA » qui reçoit des stars de la politique, du cinéma comme le nouveau gouverneur de Californie), mais qui intègre une « perspective politique », en faisant référence à des acteurs ou à des identités partisans.

Quelle est donc la spécificité du « 13 heures » dans son rapport au politique, que les commentaires font varier du rejet à l'indifférence, de la neutralité à l'engagement ? Des messages idéologiques, nous dit-on, sont délivrés chaque jour par ce journal, et ils seraient d'autant plus dangereux, qu'ils ne sont pas dits comme tels, en raison d'un format magazine qui remet cause bien des règles de « la communication de l'information »¹⁴⁵ dans un journal télévisé.

A ce sujet, les analystes du journal ont parlé à son sujet d'une « politique de l'apolitique »¹⁴⁶.

2) « La politique de l'apolitique » dans le journal : les jeux sur la catégorie de « l'information politique »

Il semble en effet nécessaire de fournir des moyens méthodologiques et théoriques qui permettent d'apporter des éléments de réponse à cette question de « la politique de l'apolitisme » dans le journal. **Non pas seulement d'un point de vue de « l'idéologie », le succès du journal s'expliquant précisément en partie par la variété des lectures auxquelles il peut en l'espèce, donner lieu¹⁴⁷. Mais du point de vue du statut symbolico-cognitif de la politique dans le journal.**

¹⁴⁵ J.-P. ESQUENAZI, *L'écriture de l'actualité*, PUG, Grenoble, 2002.

¹⁴⁶ LEROUX & TEILLET (2001).

¹⁴⁷ LEROUX & TEILLET (2004) : « La plasticité des représentations rend impossible la classement (...) dans des clivages idéologiques »... ; « ...le lieu d'expression pasteurisé et scénarisé d'un certain nombre de tensions sociales mais qui n'obtiennent pas de traduction politique »... , « pas de politisation explicite (...) une déclinaison médiatique récurrente d'un fond de valeur » ; cf. le chapitre 3.

1/ faire passer des messages politiques en dehors de la catégorie de « l'information politique » : le problème de l'étiquetage des formes de (re)présentation de la politique

Au terme de cette analyse, on voit que le journal de « 13 heures » se caractérise par **la rareté des « objets d'information » attachés aux formes de (re)présentation télévisuelle de la politique qui relèvent usuellement de « l'information politique ». Ces objets d'information qui sont « liés à un système d'institutions et de rôles spécialisés, et à une activité réglée de compétition pour le contrôle de ces positions »**¹⁴⁸.

Le journal aborde cependant des questions de société ou de mœurs qui sont constitués en enjeux politiques. Mais quand le journal aborde des enjeux politiques, c'est dans une « catégorie » qui n'est pas celle de la catégorie de « l'information politique », à la fois au sens d'une catégorie de la pratique, et d'une catégorie intellectuelle.

Car **les points de vue adoptés dans le journal sont non politiques.** Ces points de vue « politiques » ont été définis comme relevant de la catégorie d'entendement « politique ». Ils confèrent à cette pratique sociale institutionnalisée qu'est la politique, ses autonomies symboliques et cognitives, en la dotant de ses « identités partisans » et de sa « dimension normative » (volonté de changement des rapports sociaux / la politique comme fondement de l'ordre social¹⁴⁹).

Or le journal de la mi-journée de *TF1* a ôté « toute connotation normative » à la politique pour ne retenir que « l'idée de compétence » de celle-ci. Il ne participe pas non plus « à la structuration d'un débat public » dans la mesure où « les communautés imaginées dans le journal relèvent de goût et de loisirs partagés et d'enjeux incapables de créer des désaccords de principe »¹⁵⁰. Mais **me «13 heures » a fait plus : il a fait de la politique un « sujet » concernant, au même titre que la météo.**

Je dirai que cette édition d'information a mise en place une *information concernante*. Elle se caractérise par une volonté de prendre en charge **les préoccupations du public à partir des perceptions de ce public sur la réalité sociopolitique.** A l'aide d'un dispositif (télévisuel) *concernant* qui articule deux dimensions : **perceptive et préoccupante.**

¹⁴⁸ COLLOVALD & NEVEU (2001).

¹⁴⁹ Cf. l'introduction.

¹⁵⁰ FRANCOIS & NEVEU (1999).

Ce qui ne va pas sans soulever des contradictions, puisqu'on ne voit nulle part dans le journal, sauf dans des démarches individuelles exemplaires, d'où pourrait venir la satisfaction des « préoccupations » du public en matière par exemple, d'aménagement territorial, de défense de l'environnement, de préservation des cultures locales¹⁵¹. Puisque ce serait reconnaître et d'une certaine façon alors, justifier l'intervention des pouvoirs publics. Ce à quoi se refuse Jean-Pierre Pernaut, car il faudrait, pour aller dans le sens du public, passer son temps à disqualifier ce type d'intervention, chose qu'il est possible de faire à la marge (la paperasse, l'argent public gaspillé) mais non dans la totalité du journal **sous peine de changer de format d'information. Or le « 13 heures » revendique bien le statut de journal « des Français ».**

C'est pourquoi, il est préférable de **faire passer des messages politiques dans le journal via la mobilisation d'objets de l'information qui ne sont pas « classés » dans une catégorie instituée de l'information politique, mais « catégorisés » dans des « sujets » qui relèvent d'un point de vue *concernant* (logique perceptive et préoccupante), les « sujets conso » de « l'actualité des régions ».** Les conséquences de ce l'activation de cette logique sur le statut symbolico-cognitif de la politique prennent la forme d'un phénomène d'hétéronomisation symbolique et cognitive des représentations de la politique dans le journal de la mi-journée.

Quant aux façons de faire de la politique dans les médias, Jean-Pierre Pernaut sait que la **catégorie constituée de l'information politique n'est pas opérationnelle, dans la représentation du monde social qu'il élabore quotidiennement, pour traiter de « l'actualité politique ».** Et il n'est pas possible (format « journal d'information »), ni souhaitable (l'efficace du « Vivre en France » repose sur le jeu de relations qu'entretiennent les actualités avec les reportages « sur les régions ») **de se passer de cette « actualité »¹⁵². A fortiori de ne faire qu'entretenir les perceptions négatives et restrictives de la politique, abondamment mises en scène dans d'autres formats.** Les adversaires du journal auraient alors partie gagnée. Tout au plus peuvent-ils lui reprocher de ne pas faire « d'information politique », mais jamais d'explicitement et systématiquement relayer des informations portant

¹⁵¹ Sur ces aspects, N. KACIAF (2003).

¹⁵² En fait de la catégorie d'entendement politique, cf. le chapitre 3.

des appréciations négatives (les procès, par exemple) et restrictives (les batailles partisans)¹⁵³ de la politique.

Il est donc préférable, tout en marginalisant la « page » et les « sujets » « politiques » relevant de la catégorie instituée de l'information politique, de faire passer des messages politiques en mobilisant des objets d'information dans des catégories de la pratique qui ne sont pas étiquetées comme politiques, et de porter un regard *concernant* sur ces objets. **De « faire de la politique sans le dire », en mobilisant comme on le montrera des procédés de « double cadrage » de la politique.**

2/ le dispositif concernant de l'information télévisée : des formes de (re)présentation aux formes de raisonnement sur la politique

D'un point de vue plus spécifiquement cognitif, on peut alors répondre à la question du statut de la politique dans le « 13 heures ».

Les catégories instituées de « l'information politique » (la « page politique », les sujets, l'actualité « politiques ») ne rendent pas compte de la diversité des formes de convocation de la politique dans le journal. **Il est donc très difficile de faire une lecture « politique » du journal, au sens où on voudrait rendre compte de sa contribution à la « diffusion de perceptions de la politique » ou bien à la « construction de la réalité » politique, à partir des repères cognitifs qui sont communément liés à cette catégorie de l'information.**

On verra tout au long de cette recherche, qu'indépendamment du « 13h » de *TF1*, le renouvellement des formes de (re)présentation de la politique liées au traitement télévisuel de cette politique, devrait inviter les analystes de la « politique télévisée » à ne pratiquer une identification entre les formats institués de l'information et les points de vue « politiques » que ceux-ci sont censés véhiculer¹⁵⁴. Il s'agira alors également de comprendre pourquoi les acteurs de la politique médiatisée, peuvent avoir intérêt à faire passer des messages politiques via des dispositifs « *concernants* ».

¹⁵³ Ce que reflète à merveille sa marionnette des « Guignols de l'information », sans pour autant que la caricature ne porte vraiment, pour les raisons de non « visibilité » du traitement de la politique évoquées.

¹⁵⁴ De manière générale, il s'agit bien de tenir compte de l'état d'une « politisation » du monde social et des rapports qu'entretiennent ses différents champs ou secteurs d'activité. Quand François Mauriac commentait dans *L'Express* chaque semaine, « l'actualité littéraire et politique », on devine que les points de vue qui concourraient à la catégorisation d'un tel intitulé, traduisaient l'état des rapports à cette époque entre le champ littéraire et le champ politique et de chacun de ces champs avec les autres domaines du social.

Pour le moment, il est nécessaire de développer la démarche qui, s'agissant du « 13h » de Jean-Pierre Pernaut en particulier, permet de saisir ce que sont les différentes opérations de « modélisation »¹⁵⁵ que met en place cette édition d'information. Notamment les processus de « codage » des messages, afin de rendre compte du fait que « tous les énoncés, même ceux qui formulent des règles générales, ne sont pas de même valeur ». En ne négligeant ou en n'ignorant pas les « formes rhétoriques », « au profit d'une logique superficielle », il s'agit alors **d'articuler l'étude des formes télévisuelles de (re)présentation de la politique, à celle des formes de raisonnement sur la politique à la télévision.**

Le premier temps de l'analyse consiste donc à identifier les « objets d'information » que le format télévisuel « catégorise » comme étant des « objets d'information » relevant d'une catégorie instituée particulière de l'information. Où on fait le constat que dans le « 13 heures », **les repères cognitifs qui sont attachés à la catégorie de « l'information politique » classent peu d'entités (des objets d'information).**

Et que si tel est le cas, ces derniers sont fortement dépréciés. Pourquoi ? Parce que les points de vue qui opèrent sur ces objets d'information, ne sont pas « politiques ». Je parlerai de procédés de disqualification de la politique. Le deuxième temps de l'analyse consiste donc à étudier quels sont les points de vue qui opèrent sur les objets d'information qui sont « classés » comme des « objets d'information » relevant de catégories pratiques labellisées comme « politiques ».

Il s'agit alors d'observer comment des objets d'information prennent des significations politiques ?

¹⁵⁵ BON (1977), op. Cit. S'interrogeant sur « la portée idéologique d'un divertissement » (le feuilleton *La Demoiselle d'Avignon*), l'auteur privilégie l'analyse de la « charpente logique », le récit, afin de rendre compte du système de catégories mentales impliqué par l'interprétation du feuilleton. Comme un mythe, celui-ci manipule des catégories qui s'organisent sous forme d'oppositions (distinction de lieux, de personnages et d'objets). Seulement si « la relation du mythe avec le donné est certaine », elle ne se fait pas « sous la forme d'une re-présentation ». C'est pourquoi il faut distinguer les opérations de « sélection », de « spécification », d'« articulation » et de « justification » qui participent du « procès symbolique » que produit le feuilleton télévisé. On comprend alors, que si l'on peut toujours conclure que la « télévision produit des symboles sociaux amorphes et stéréotypés », si l'on veut rendre compte de la portée idéologique des productions télévisuelles –une « question non pertinente » selon F. Bon, en raison des « centaines de catégories » sollicitées par les messages culturels-, il est nécessaire de rendre compte des logiques et des procédés « symboliques » et « rhétoriques » -on ajoutera désormais cognitifs-, qui sont à l'œuvre dans les productions télévisuelles. Dans le cas du feuilleton qu'il étudie, l'auteur s'emploie ainsi à montrer, qu'à l'opposé d'une interprétation en terme « d'idéologie petite bourgeoise » que véhiculerait ce divertissement, la prise en compte de ces procédés et de ces logiques, suggère plutôt celle d'une « réévaluation de la hiérarchie sociale, en fonction du propre réseau de catégories que bâtit le feuilleton ».

Si l'on regarde le traitement comparé du sujet des « 35H », le 8 octobre 2003, c'est **un sujet dit « politique »** au « 20 heures ». Mais chez Jean-Pierre Pernaut, on aura déjà plus de difficulté à « classer » ce sujet comme « politique ». Qu'est-ce que cela signifie sur un plan cognitif ?

Un « sujet » est « politique » car il relève de formats institués « d'information politique », les objets d'information (par exemple, une proposition de loi sur un enjeu de politique publique) sont alors étiquetés comme des objets d'information politique. Or dans le « 13 heures » de Jean-Pierre Pernaut peu d'objets d'information sont ainsi catégorisés comme une espèce d'objet « politique ». Ils relèveront d'une autre espèce d'objet « *concernant* », aux contours idéologiques incertains, mais dont le présentateur sait, en fonction de l'architecture du rendez-vous quotidien qu'il organise, qu'il prendra un sens donné pour le téléspectateur.

Ce « sens », il n'est pas possible pour le chercheur de le rapporter à un sujet, non plus qu'à un contenu. Comme le souligne Jean Charron¹⁵⁶, « le sens des éléments qui composent la nouvelle n'est pas univoque... il n'est pas dans les *informations* comme telles... ». « La nouvelle doit être vue comme un récit qui adopte des formes et des structures narratives particulières, lesquelles donnent des significations particulières aux informations contenues dans la nouvelle. » « Le sens loge surtout dans la structuration, la pondération et la catégorisation des éléments qui composent chaque nouvelle et des nouvelles entre elles. » A contenu d'*information* équivalent, les points de vue ou dispositifs de catégorisation orientent donc de façon très différente le sens de ces informations.

Ce que réalise le journal de « 13 heures, » c'est ce travail de requalification de l'information dite politique à travers un dispositif dont la principale caractéristique est sa capacité à produire du « ce qui intéresse les gens, ce qui les concerne »¹⁵⁷. C'est cela une catégorie, alors dite « *concernante* », quand elle ne désigne pas seulement un contenu, mais quand elle est « une règle de procédure »¹⁵⁸.

Si l'on dit par exemple, que le journal traite à un moment de sujets de « consommation » - pour ne pas prendre du « politique »-, on peut bien entendu trouver un

¹⁵⁶ J. CHARRON, op. Cit.

¹⁵⁷ Cf. ethnologie participante. Ce qui a ainsi été décisif avec le traitement de « l'insécurité » dont il a été fait grand cas, à l'occasion des Présidentielles de 2002, ce n'est pas tant que les journalistes aient, pour diverses raisons, décidé d'en faire un thème de l'agenda, mais c'est leur travail préalable à le constituer comme « un sujet qui intéresse les gens, qui les concerne ».

¹⁵⁸ Cf. chapitre3.

certain nombre de sujets et de thèmes que l'on parviendra tant bien que mal, en suivant la pente des entreprises de « codage »¹⁵⁹, à inscrire dans la catégorie « consommation ». On ne comprendra cependant rien bien entendu, de ce que désignent les journalistes en région, comme des sujets « conso », mais surtout, à la façon dont cette catégorie fonctionne dans un journal télévisé, comment le traitement des « sujets » dit de « société » est alors requalifié par cette catégorie « conso »¹⁶⁰. Ce qui est décisif pour comprendre les rapports qu'entretient la sphère institutionnelle avec celle du monde économique et social, au sein de la catégorie « conso », c'est donc que cette catégorie ne désigne pas uniquement un « contenu », mais **une procédure** pour bâtir du « ce qui intéresse les gens, ce qui les concerne », du *concernant*, une catégorie que l'on pourrait dire du destinataire.

Comment alors, les objets d'information qui relèvent de cette catégorie prennent des significations politiques ? Au sein de « *l'information concernant* » que bâtit le journal les rapports des objets « politiques » avec les objets « *concernants* » sont placés sur le mode de « l'abus »¹⁶¹, dont « la politique » est le parangon : « combien ça nous coûte les impôts locaux ? »¹⁶². Voilà comment le « *13h* » de *TF1* construit les « rapports » entre ce qui, d'une manière générale peut être qualifiée d'« actualité politique » et d'« actualité sociale et économique ».

S'il est important de formuler ainsi les choses (en terme de jeux de la sémantique et de la cognition), c'est parce ces objets d'information « *concernants* », dans la cadre d'une autre conception de l'actualité que l'on pourrait qualifier de « sociopolitique », qui n'est pas celle de du système de représentation qu'organise « *l'information concernant* » du journal de Jean-Pierre Pernaut, vont donner lieu à des formes de « cadrage politique » de l'information. Y compris quand ces objets vont, du point de vue du lexique des professionnels de l'information télévisée, relever de « *sujets concernant* »¹⁶³, je montrerai que ces « sujets » qui sont souvent dits de « proximité », peuvent relever de la catégorie constituée de l'information politique. Pour peu que l'on

¹⁵⁹ Il ne s'agit pas bien entendu ici de remettre en cause un type d'instrument d'analyse, mais d'insister sur les recommandations méthodologiques qu'il conviendrait de fournir à chaque fois que ce type d'instrument est sollicité. Par exemple, « le baromètre du JT. L'information à la loupe », 2006, op. Cit.

¹⁶⁰ C'est-à-dire dans le pouvoir de cette catégorie de construire, d'organiser, d'articuler, de sélectionner des propriétés et des identités, d'établir des rapports caractéristiques entre des représentations, de les décrire, les analyser, les associer à des objets, les combiner, les mettre en relation au moyen de mots et de réseaux conceptuels. Ce qui est la définition d'un « dispositif de catégorisation ».

¹⁶¹ « L'abus », lexique récurrent des annonces et des retours plateau du présentateur est le prototype du sujet « conso ».

¹⁶² Cf. sujet sur du journal sur l'augmentation des impôts locaux à Agen, infra.

¹⁶³ Infra.

prenne en considération dans l'analyse, non seulement les formes télévisuelles de (re)présentation de la politique, leurs évolutions, mais également les formes de raisonnement qui opèrent sur la catégorisation de la politique à la télévision (le « cadrage politique »).

Attachons-nous pour finir à décrire les différentes étapes ou « opérations »¹⁶⁴ de « l'information concernante » du journal de « 13 heures », en rompant avec une présentation qui suit linéairement celle du conducteur du journal, afin de privilégier les articulations d'un point de vue logique.

Première étape du journal : inscrire les représentations dans du national (espace) et du quotidien (le temps). Un quotidien qui prend son sens car il y a de durées plus longues (les saisons). Un national qui prend son sens car il s'incarne dans un territoire.

La technique principale dans cette partie du journal, pour le « ce qui nous concerne et préoccupe », ce sont les phénomènes de calendrier, qui sont une technique d'inscription des représentations dans le « réel (télévisuel) »¹⁶⁵. Une autre technique qui produit des « effets de réel »¹⁶⁶, est la représentation du citoyen et de son univers. On doit donc ainsi remarquer, que sans surprise, les mécanismes de requalification de l'information à l'oeuvre, sont à l'origine d'une négation de la hiérarchisation de l'actualité selon ses propres logiques, spectaculaire, événementielle et institutionnelle, avec les phénomènes de calendrier qui inscrivent toutes les activités humaines dans du quotidien, ce qui est aussi une technique de l'effet de réel.

Dernière étape : « le vivre en France » qui est le réservoir des principes et des valeurs. Qui ne sont pas fantaisistes, mais offrent bien au contraire le point de vue sur les choses, c'est-à-dire qu'elles permettent de faire « des choses », des « espèces de chose »¹⁶⁷. C'est la catégorie « tradi » qui opère¹⁶⁸.

¹⁶⁴ F. BON (1977), op. Cit.

¹⁶⁵ JOST, op. Cit.

¹⁶⁶ M. THEVOZ, « L'effet de réel... est un agencement de tous les dispositifs de signification de manière à susciter le mirage réaliste d'une essence actualisée », in *L'académisme et ses fantasmes*, Editions de Minuit, 1980.

¹⁶⁷ Pour une présentation - dans une optique philosophique et linguistique - très récente de la problématique générale sur les « catégories », à partir d'une étude et traduction du texte fondateur d'Aristote : ILDEFONSE Frédérique & LALLOT Jean, *Catégories*, Seuil, 2002.

¹⁶⁸ Toujours selon les journalistes du bureau régional de Bordeaux.

Etape « intermédiaire » : l'actualité dite généralement « politique », « économique » ou « sociale ». Alors que l'on est ici dans la sphère publique (le citoyen), celui que l'on voit à l'écran, c'est l'être privé que les journalistes mettent en scène par des effets de réel. De cette confrontation entre du privé et du public/politique, se dégage la sensibilité anti-institutionnelle du « 13 heures ». Car c'est en fait ici, qu'opère le système de signification mis en place par « l'information concernante » avec le traitement de « l'actualité dans les régions ». Une partie du journal qui suscite pourtant moins l'étonnement, que celle finale, qui est consacrée aux reportages sur les traditions et les métiers menacés de disparition. C'est pourtant ne pas voir que le « vivre en France », qui sémantiquement, est censé s'appliquer à cette partie finale de l'édition de « 13h », englobe en définitive cette partie intermédiaire pour développer un point de vue « **apolitique** », celui du « journal des Français », pour reprendre l'expression d'Etienne Mougeotte.

Il faudra voir que ce travail des professionnels de la télévision sur les « perceptions » et les « préoccupations des Français », a aussi lieu dans les formats de talk show, les émissions politiques, comme je l'étudierai dans le chapitre 2.

Il s'agira de rendre compte de toute l'ambiguïté du travail de ces professionnels qui construisent des représentations, dont la caractéristique forte est d'être « perceptives », (c'est-à-dire que, dans une logique de prédestination de la réception, elles sont censées représenter celle des individus) et « préoccupantes » (elles visent à rendre compte des préoccupations du public). Puis, qui les **confrontent selon différents dispositifs télévisuels, à la politique, aux catégories d'entendement dans lesquelles doit être penser l'activité politique.**

Cela pose problème dans la mesure où comme on l'a vu, un système de représentation porteur d'une « *information concernante* » du type de celle du « 13h » de *TF1*, nie toute autonomie symbolique et cognitive à la politique. Est-ce le cas d'autres formats télévisuels ?

On sait quels sont les effets exercés par cette « logique de perception représentative » sur le traitement et l'interprétation de la politique : « comment voulez-vous que la politique propose des solutions à nos préoccupations, si les politiciens ne disposent pas des mêmes perceptions de la réalité sociale que nous ? » Et les dispositifs télévisuels, pour juger de ce décalage, sont nombreux. Les professionnels de la télévision qui veulent faire de l'audience, passent leur temps à cela, sans pour autant que l'on puisse toujours frontalement les accuser d'entretenir des perceptions négatives et restrictives de la politique. Par exemple, dans une

émission politique avec le « quiz tomate »¹⁶⁹ où la capacité à être un citoyen se juge à l'aptitude à identifier des variétés de tomates. Fiction totale que ce citoyen de base expert de tomate mais que les dispositifs télévisuels, s'efforcent d'établir comme le b.a.-ba de toute vie collective.

Cela revient pour les médias télévisuels à **produire « une réalité de seconde main », qui sollicite alors une réflexion sur les conditions télévisuelles d'un « cadrage politique » de l'actualité télévisée**¹⁷⁰. Il s'agit alors dans l'analyse de la « politique télévisée », non seulement de relever que certains codes de lecture de la politique à la télévision sont inopérants, mais également, de montrer en quoi le « cadrage politique » participe d'un système du jugement, de « mécanismes d'imputation ». Car un lien est établi entre la prise en charge des préoccupations et les perceptions des « Français ». Le procédé est le suivant : « *Nous*, professionnels des médias télévisuels prenons en charge vos préoccupations et pour cela interrogeons les responsables politiques. Mais, afin de vous assurer que l'on a une véritable légitimité à le faire, on va vous montrer que nous savons ce que sont vos perceptions de la réalité sociale ». Et éventuellement que les politiques ne le savent pas ; et de faire passer des épreuves « d'authenticité » aux représentants politiques, en leur rappelant ce qu'est le b.a.-ba de la vie collective.

Pour comprendre ce procédé de disqualification de la politique, qui caractérisera ce que j'appelle « la politique dépolitisée des médias télévisuels », il sera nécessaire de mobiliser une analyse de la **parole politique** qui « n'occulent pas les enjeux sous jacents à des mutations plus fondamentales et plus générales des conditions d'exercice de la **parole publique dans le média télévisuel** », et de souligner le « **processus de découplément** qui se réalise entre le **média télévisuel généraliste** et la **parole politique institutionnelle** durant les années 90 »¹⁷¹.

Avant ce chapitre 2, il faut poursuivre l'étude des journaux télévisés afin de traiter des problèmes liés à l'évolution des formes de (re)présentation de « l'information politique ».

¹⁶⁹ Cf. supra.

¹⁷⁰ GERSTLE (2001a & b).

¹⁷¹ LOCHARD Guy & SOULAGES Jean-Claude, 2003, « La parole politique à la télévision. Du logos à l'Ethos », in *Réseaux*, n°118.

SECTION 2. LES JOURNAUX TELEVISES ET L'INFORMATION POLITIQUE

Comment définir et appréhender cette **catégorie** de « l'information politique » dans les journaux télévisés ? Afin d'apporter des éléments de réponse à cette question, je partirai d'un double constat.

Si l'on étudie les « 20 heures », on se rend compte que, conformément à ce qui est généralement repéré dans le traitement médiatique de la politique, « **les jeux ont tués les enjeux** », et, que les formes traditionnelles de convocation de la politique dans la catégorie de « l'information politique » servent surtout à rendre compte des jeux politiques, des stratégies de positionnement et de conquête, des luttes partisans.

Si l'on tourne le regard vers les journaux de la mi-journée, leur capacité d'exploration du social semble bien plus large puisque les « enjeux » sont bien plus développés dans le traitement de « l'information », s'agissant en particulier des « politiques publiques » et de leurs conséquences pour le public. **Ce traitement des « enjeux » se fait-il dans le cadre d'une « information politique » ?** Certes pas dans des formes télévisuelles de présentation et représentation de la politique qui rendent compte des activités « institutionnelles » des gouvernants, des « jeux » et « enjeux » de la « politique nationale », ou bien encore des « programmes politiques ». Cela signifie-t-il pour autant qu'à l'inverse du « 20 heures », dans les éditions d'information de la mi-journée, les « enjeux » n'ont en quelque sorte, pas fini par tuer le « jeu » ?

La réponse à cette question ne va pas de soi et il faut procéder à des comparaisons, observer le « 13 heures » de *TF1* et celui de *France 2*, ainsi que les éditions d'information « du soir » entre elles.

On a vu que « chez Jean-Pierre Pernaut », son intérêt pour les « **les préoccupations des gens** », lui permet d'alimenter des perceptions négatives et restrictives de la politique (humeur « anti-politique »), tout en nourrissant un « apolitisme » fédérateur. C'est ce qui fait le succès médiatique de la « thématique politique » du journal, qui si elle reste certes ambiguë, ne peut être dénuée d'orientation « idéologique ». La démarche qui consiste à « faire passer des messages politiques dans des catégories non politiques » est une démarche qui pèse sur la modalisation des énoncés politiques, leur « politisation », comme on le montrera. De ce fait le « 13h » entretient des affinités avec certaines grilles idéologiques et pas d'autres.

S'agissant du « 13 heures » de *France 2*, on montrera que certaines formes de traitement télévisuel de la politique, de présentation, de représentation –de (re)présentation-

et de raisonnement (« cadrage ») sur l'actualité ou l'information, qualifiée de politique ou non (étiquetage), font que des schèmes de perception politiques sont bien sollicités pour aborder des questions sociopolitiques, qui, certes, « **concernent les gens** ».

Il s'agit donc de mener une interrogation sur la capacité des journaux télévisés à traiter des questions sociopolitiques en menant une réflexion sur les « jeux » et les « enjeux » de la politique. Ce sont généralement en science politique, deux catégories analytiques qui servent à catégoriser des contenus médiatiques – des unités d'analyse – afin de nourrir quantitativement, des études statistiques, longitudinales sur la couverture de la politique assurée par les médias¹⁷². Dans la perspective de la démarche « qualitative » de la thèse, ces deux catégories analytiques me permettent de questionner la qualité « politique » du cadrage des médias télévisuels à travers l'étude du lien qui est fait dans les analyses, entre les formes de présentation, de représentation et de raisonnement qui s'exercent dans le traitement télévisuel de l'actualité à caractère sociopolitique.

Les éditions d'information du soir qui sont attachées à certaines **formes de (re)présentation de la politique au sein de catégories instituées de l'information politique** peinent à rendre compte des enjeux. Il faut dire qu'elles sont le lieu d'expression des leaders politiques et qu'à ce titre, leur parole politique fait les frais du travail journalistique sur les jeux politiques.

En revanche, les éditions de la mi-journée paraissent disposer d'une **capacité d'exploration du monde social plus grande**. On a vu que dans le cas du « 13 h » de *TF1*, traiter des « préoccupations des gens », de sujets dits « concrets » et « immédiats », c'est mobiliser des schèmes de perception apolitiques, à partir du moment où ces sujets s'inscrivent dans le dispositif télévisuel de « *l'information concernante* ». Mais ce même type de « **sujets concernants** » peut mobiliser des points de vue politiques, parce que le traitement télévisuel met en jeu des « mécanismes d'imputation », des « cadrages », que l'on dira « politiques », car ils articulent les dimensions partisans et normatives de la « politique ». Ils relèveront alors selon moi, de la **catégorie constituée de l'information politique**.

¹⁷² Cf. Chapitre 3.

Après avoir étudié dans la première section, le « 13 heures » de *TF1*, sa politisation déclinée en son apolitisme et en son « ajournalisme », on le comparera à nouveau au « 20 heures » sur la même chaîne, afin de cerner ce que sont les « jeux » et les « enjeux » de l'information dite « politique » dans ces deux éditions d'information. Il s'agit à nouveau d'étudier **comment sont traitées les « informations politiques »** dans le « 13h » (la rentrée de Dominique de Villepin le 1^{er} septembre 2005), et, de comparer ensuite les éditions du « 13h » et « 20h » (du 9 octobre 2003 sur le bilan du *plan Aubry*).

Puis on verra comment ce **traitement de l'information politique**, différencié, peut contribuer à **la définition d'une « situation politique »** (les journaux télévisés de « 20h » du 18 et du 24 mars 2005 - Jean-Pierre Raffarin invité dans ce dernier) pendant la campagne sur la ratification du Traité Constitutionnel européen, et, à l'occasion des élections législatives anticipées de 1997. Ce qui nous invitera à comparer les journaux de *TF1* et *France 2*, afin de comprendre l'évolution des formes de (re)présentation de la politique dans ces éditions d'information. Je comparerai alors le traitement des « *sujets concernants* » du « 13 heures » de Christophe Hondelate (7 septembre 2004 sur *France 2*) avec celui du « 13h » de *TF1* (23 novembre 2004, J.-P. Raffarin invité).

Je terminerai alors l'analyse sur la question de la « **pernautisation** » ou bien plutôt, de la « **treizeurisation** » actuelle de l'information télévisée, à l'aide notamment d'une étude de la couverture de la « crise du CPE ».

§1/ LE TRAITEMENT DES « JEUX » ET DES « ENJEUX » POLITIQUES DANS LES JOURNAUX TELEVISES

A. « L'information politique » dans les « JT »

1. Le traitement de l'information politique dans le « 13 heures » de *TF1* : « la rentrée » de Dominique de Villepin, le 1er septembre 2005 : la réforme fiscale à l'épreuve du climat social

Il s'agit de repérer comment **le travail journalistique** sur « les perceptions et les préoccupations » du public est dans ce journal, utilisé dans le cadre du traitement d'une « information politique », l'annonce d'une réforme fiscale et de « mesures de rentrée ».

Ce travail s'organise dans la séquence suivante :

1. présentation de la réforme
2. ce qu'en « perçoivent » les gens (la « **disqualification** »)
3. intervention d'un expert qui « **politise** »
4. traduction dans le registre **de l'argent** (de la dimension publique à la dimension privée)
5. comparer avec l'étranger (« c'est mieux ailleurs »)

Le journal débute par la **météo** puis par une large page d'information consacrée « à la catastrophe humanitaire que connaissent les Etats-Unis », « le cyclone Katrina, 3 jours après son passage, laissant la Nouvelle Orléans et l'état de Louisiane face à des inondations sans précédent ». Un reportage fait le point en Louisiane puis dans l'état du Mississippi. Un dernier sujet synthétise les informations sur « l'incroyable désorganisation » qui règne dans cette « partie des Etats-Unis », ce que confirme en direct une liaison avec le correspondant de la chaîne sur place. Cette séquence internationale qui fait l'ouverture du journal se poursuit par un autre « drame » à Bagdad où un « mouvement de foule a provoqué la mort de plus de 1000 personnes ». Enfin un envoyé spécial en Russie relate la cérémonie de commémoration à l'occasion du premier anniversaire de la prise d'otage de Beslan.

« L'actualité en France... avant d'évoquer la rentrée des classes, la rentrée du Premier ministre¹⁷³ ; elle a été marquée par l'annonce d'une réforme fiscale », lance Jean-Pierre Pernaut.

Il poursuit : « l'objectif est, par des mesures concrètes, de relancer l'emploi, la croissance et, en général, la confiance. Pour Dominique de Villepin, face à la situation difficile de beaucoup de Français, il y a un sentiment d'urgence. L'essentiel des mesures annoncées ce matin ».

Le premier reportage présente en effet ces **mesures** : il s'agit d'une part « de rendre les revenus du travail plus intéressants » et d'autre part « de redonner du pouvoir d'achat aux

¹⁷³ J'ai, jusqu'à ce stade de la recherche, utilisé les **caractères gras** aussi bien pour marquer les articulations de mon raisonnement - ainsi que pour repérer les notions essentielles-, que pour souligner des éléments du matériau analysé, qui me semblaient particulièrement significatifs et sur lesquels je souhaitais attirer l'attention du lecteur. Je vais poursuivre dans cette façon de faire, à la seule différence que désormais, je soulignerai les propos que je rapporte et sur lesquels je désire insister, afin de favoriser la lecture de l'analyse du corpus.

Français ». Les images diffusées mêlent des images de la conférence de presse du Premier ministre, à celles de feuillets de déclaration fiscale. Des procédés d'infographie détaillent la réforme en insistant sur « les nouvelles tranches d'imposition ». Le commentaire nous dit que « cette réforme bénéficiera aux ménages gagnant entre 2000 et 3000 euros par mois ». On apprend que « l'autre mesure est l'augmentation de la prime à l'emploi », également, que « l'Etat s'engage à reverser tout excédent de recettes sur les carburants ». Les propos de Dominique de Villepin qui sont rapportés sont les suivants : « mon choix est clair : je veux qu'il soit plus intéressant de travailler plutôt que de vivre d'un revenu de l'assistance ». La dernière information porte sur « les minima sociaux » (prime de 1000 euros et 170 euros mensuels pendant un an). Voilà pour ce premier titre de « l'actualité en France » : il s'agit d'une information politique puisqu'elle se rapporte à l'activité du gouvernement, qui propose « une réforme fiscale ». Regardons comment cette actualité politique va maintenant être traités dans le journal de Jean-Pierre Pernaut.

« La France est le pays où le système fiscal est le plus complexe », et où « l'impôt reste la bête noire » annonce le présentateur pour envoyer le premier sujet.

Dans la rue, **sur un marché**, le journaliste demande : « réduire le nombre de tranches, qu'en pensez-vous ? » « Savez-vous dans quelle tranche vous êtes ? ». De ce micro trottoir, il ressort que sur « les 34 millions de contribuables, les 17 millions qui paient des impôts sont intéressés mais prudents ». Le commentaire journalistique poursuit : « cette réforme restera en vigueur jusqu'en 2007, ce qui donne le temps de penser à d'autres simplifications ». Aussi un jeune homme interrogé déclare : « je sais que dans d'autres pays on prélève à la source ». « Ca mérite d'être étudié » relance alors le reporter. Ce dernier assène alors pour conclure : « la France, l'un des pays où l'on paye le plus d'impôts ; pour vous en convaincre, regardez dans vos boîtes aux lettres, les avis sont en train d'arriver ». Ce que confirment les images d'un facteur distribuant allègrement ces avis dans les boîtes d'un immeuble.

Cette actualité est l'occasion de faire venir sur le plateau, un journaliste économique vedette de la chaîne, Jean Marc Sylvestre dont les interventions véhiculent une même vulgate qualifiée de « libérale », marquée « **idéologiquement** », c'est-à-dire ici, avec **traduction politique**, voire partisane immédiate. « C'est pour 2007 » commence-t-il, « c'est une année électorale, je crois », interrompt alors Jean-Pierre Pernaut. Le journaliste spécialiste de l'économie note que « la situation a tendance à s'améliorer », « le bilan Raffarin, le plan Borloo peut-être ? » se demande-t-il... il s'agit pour le Premier Ministre de « conforter le

climat de confiance qui s'installe ». Puis il professe : « aujourd'hui, il faut dire la vérité, les revenus d'assistance ont découragé le retour à l'emploi... un temps partiel ou un mi-temps ne rapportent pas beaucoup plus qu'un RMI ». Il ajoute : « il ne faut pas rêver, ce n'est pas le big bang fiscal ! » et conclue : « c'est beaucoup plus politique qu'économique car... c'est la confiance ».

Le présentateur de l'édition de la mi-journée de poursuivre : « la confiance, ça passe par la croissance, ça passe aussi par le pouvoir d'achat... il s'est effondré... tout augmente ».

Et de citer les prix du gaz pour lancer le sujet suivant qui propose, « le portrait type de la Française ou du Français qui a toutes les raisons de dire que son pouvoir d'achat baisse ». « Un, c'est un fumeur » ; « 51% d'augmentation en 4 ans ». « Deux, il ne possède aucun bien immobilier et cherche à acheter », « sur un an, de 10 à 30 % d'augmentation », selon un agent immobilier questionné. « Trois, il ou elle est totalement dépendant de sa voiture ». Au total, le commentaire prend soin de nous préciser que si le « chiffre officiel » est bien de 1,7 % d'augmentation, « l'impression est toute autre ». « L'autre enseignement » nous est livré par cette dame, panier à la main, qui témoigne : « je suis retraitée et ma pension n'a pas été augmentée ! » Frédéric le maçon, ironique, précisera : « oui j'ai été augmenté, 22 centimes de l'heure en janvier ! » Le journaliste calculera l'augmentation que cela représente sur l'année. Pour conclure : « mais il (le maçon) a trouvé ce matin au moins un prix à la baisse (sur le marché filmé depuis le début du reportage) : une robe en provenance de Chine évidemment, et, pour une fois, il a eu l'impression » de voir son pouvoir d'achat augmenter ».

« Oui mais pour l'emploi ce n'est pas très bon », relance Jean-Pierre Pernaut. Il poursuit : « parmi toutes les mesures annoncées, 75 euros d'aide pour les familles modestes qui se chauffent au fuel ». Le reportage qui suit nous informe : « 75 euros, c'est pas du tout énorme » déclare ce livreur de carburant en pleine activité chez un client. Il se justifie : « une facture, c'est 1700 euros... et il n'y en aura pas pour tout l'hiver ! » « Evidemment tous auraient aimé que l'Etat diminue ses taxes sur les produits pétroliers » conclue le journaliste.

En retour plateau, le présentateur précise qu'un « point final a été mis au débat sur la vitesse maximum autorisée sur autoroute », « elle reste limitée à 130 km/h ».

« On en revient à l'impôt sur le revenu. Dans les autres pays, c'est beaucoup plus souple, plus indolore, un impôt qui fait moins mal... » Départ pour **un micro trottoir** en Belgique où l'on ressent cependant « la même amertume ». Cette séquence consacrée à la

réforme de l'impôt sur le revenu proposée ce jour, 1^{er} septembre 2005, se termine donc par cette référence à un pays européen. Car après il s'agira toujours de la France (reportage à Villedieu-les-poêles), mais à propos d'une manifestation de producteur de lait en colère contre la baisse du prix du lait.

2. Le bilan du « plan Aubry » : les éditions de « 13 heures » et de « 20 heures » du 9 octobre 2003 sur TF1 : deux formes de « cadrage » des « 35 heures »

Le « 13h »

On voit ici comment dans le « 13 heures », la question du bilan du *plan Aubry* prend place dans une séquence qui s'ouvre sur le sujet de la « **récession** », sollicitant à la fois des **témoignages profanes et experts**, puis se prolonge par un sujet sur les impôts locaux qui ramène les questions de politique publique à **des enjeux familiaux**. Le traitement des « 35 heures » est reporté dans la séquence de « l'actualité des régions » où il sera alors temps de « revenir au travail », mais en dehors de tout « cadrage politique ».

Après les prévisions météorologiques, puis l'annonce d'une série « tout au long de la semaine », de reportages à l'occasion du 25^{ème} anniversaire de la disparition de Jacques Brel, le présentateur annonce « d'abord l'actualité et l'économie ». « Selon l'INSEE, la France a échappé de très peu à un mot qui fait peur à tout le monde : la récession », ouvre Jean-Pierre Pernaut. Et l'amiennois d'ajouter : « peu ou pas d'argent dans les portefeuilles », « c'est l'inquiétude ». Le premier sujet porte donc sur l'annonce de ce chiffre de l'INSEE, qui dans l'édition de « 20h » à la différence du « 13h », ne fera pas l'objet d'un reportage, Patrick Poivre d'Arvor le citant uniquement. « Qui croire ? On comprend rien ! »... se demande et juge ce quidam interrogé dans la rue. Mais le journaliste de nous renseigner : « 2003 est une année noire pour la consommation » ; « avec la peur du chômage, les Français ont restreint leur dépense ». Témoignage, « je regarde tous les prix », et expert, Robert Rochefort du Credoc, à l'appui. Le tout sur fond d'images de supermarché et d'empilements d'appareils électroménagers.

« Quelque chose qui n'arrange rien, les impôts locaux », propose le présentateur en guise de transition. Ce sujet nous emmène à Beaucaire dans le Gard, où la hausse, en dépit de « la baisse décidée par le gouvernement », s'élève à 17,5 % explique ce couple, plein de bon sens : « quand nous n'avons pas les moyens, nous n'achetons pas... eh bien, la mairie si ! »

Le commentaire du reporter souligne enfin, qu'il est regrettable qu'un « simple mot d'explication n'accompagne pas ce courrier », il « aurait fait baisser l'amertume ».

« Toujours à propos d'argent », passons au congrès des buralistes. Reportage dans le commerce de Jacqueline, cette « confidente » et « amie », dont « le lieu de convivialité » à Dampierre-le-chemin, est menacé par la nouvelle taxe sur le tabac. Une pétition avec 300 signatures est en cours.

Retour plateau : « lié au commerce, les difficultés d'appliquer les « 35 heures »... Martine Aubry sera l'invitée du 20h pour défendre sa réforme... entre 1997 et 2001, elle aurait selon l'INSEE, créé 300 000 emplois, mais personne ne sait ce que cela a réellement coûté ». Cette annonce et surtout le jugement qui l'accompagne ne font pas pour le moment, l'objet d'un reportage. Ils **reviendront dans le cadre du traitement de « l'actualité des régions » sous des formes qui échappent au traitement de « l'information politique »**.

D'abord, « le chaos en Irak », puis un sujet sur « un nouveau système de défense contre les braquages violents en voiture ». « Toujours à propos de délinquance », un reportage (filmé de nuit), à propos de l'insécurité dans les bus de l'agglomération de Rouen où un conducteur a été victime d'une agression. « Environnement » : deux cas de saturnisme dans le Val d'Oise, suite à une pollution des eaux au plomb. Un reportage ensuite, dans le cadre de la campagne nationale de lutte contre les incidents domestiques.

« Revenons au travail » propose le présentateur du « 13h ». « Tout à l'heure, j'évoquais la venue de Martine Aubry dans le 20h, eh bien... les 35 heures ne concernent pas tout le monde... une petite épicière de la Manche qui travaille 7 jours sur 7 ». A la suite de la diffusion du sujet, Jean-Pierre Pernaut lance « un clin d'œil à tous les commerçants qui travaillent comme elle et qui nous regardent tous les jours ». Et puis : « dans l'actualité des régions toujours... une bergère qui a donné naissance à Simon, dans sa bergerie à 2000 mètres au milieu de 650 moutons ». Une bergère (jeune et belle), qui est filmée à la maternité, donnant le sein à son fils. Et encore : « une page de l'histoire d'un village de l'Hérault qui va se tourner », à Murles, il s'agit de donner un nom aux rues ce village, ce qui laisse à la fois dubitatifs et enthousiastes, le peintre, le facteur et le maire (PS) du village. Enfin, ce seront les huîtres, les artisans de Chartres, un hameau restauré et *Le plat pays* de Jacques Brel, qui, selon le présentateur vedette, nous dit qu'il « ne faut jamais oublier qu'on a été petit ».

Le « 20h »

Ici, le sujet des « 35 heures » est traité en fin de journal, en recevant « la mère des 35 heures ». Si on cherche à « éviter les débats politiques » et à mesurer l'impact de la réforme sur la société, on ne peut que remarquer **le peu d'intérêt pour une exploration journalistique de l'impact de ce plan sur le social**, alors même que ce projet politique est porteur de « visions du monde social », qui en font un « enjeu » politique.

Les titres : Maud Fontenoy, qui a traversé l'Atlantique d'ouest en est à la rame ; la démission du Premier ministre palestinien ; Jacques Chirac en visite officielle au Maroc, à Fez ; la question de l'uniforme à l'école « qui mérite d'être posée alors que les violences scolaires ont diminué de 10% » ; « le gouvernement qui a présenté un plan d'aide aux buralistes » ; « notre invitée, Martine Aubry, initiatrice des 35 heures », « au moment où le débat fait rage sur leurs avantages et leur nocivité ».

« Une femme à la une, pas politique... qui, à force de courage (...) », lance Patrick Poivre d'Arvor.

Le premier sujet concerne l'exclusion de 4 apprentis en métallurgie où un délégué du personnel dit « découvrir la violence dans ce centre d'apprentissage ».

Deuxième reportage : une présentation du logiciel qui permet de traiter les statistiques sur lesquelles s'appuie le ministère de l'Education nationale pour affirmer que « les actes de violences scolaires à l'école » sont en diminution.

Puis reportage dans une école privée parisienne à propos des avantages et des inconvénients du port de l'uniforme, « débat relancé par le gouvernement ».

Dans cette actualité toujours - qui n'est pas étiquetée comme politique, mais qui aborde des « enjeux politiques », « Nicolas Sarkozy défend son projet de loi contre l'immigration ». Et de diffuser des images du ministre à l'assemblée ainsi que des extraits de son discours : « un texte qui se veut ni hostile aux étrangers, ni aux droits de l'Homme ». « Une immigration contrôlée et acceptée pour satisfaire des secteurs d'emploi qui ne trouvent pas de personnel », conclue le journaliste. Le point est ensuite fait sur les politiques d'immigration dans les pays européens.

Puis c'est un très long reportage qui, à l'occasion des « **procès d'islamistes** », suit le travail d'une section de recherche des renseignements généraux, le groupe baptisé Islam radical. Viennent ensuite des sujets sur **le braquage en voiture**, les incendies domestiques, et la rubrique internationale, l'Irak, la Palestine, le Maroc où Jacques Chirac est en visite officielle.

« Pendant ce temps à Tulle en Corrèze, le salariés de GIAT Industries défilent dans l'ancien fief électoral du Président de la République », enchaîne Patrick Poivre d'Arvor.

Puis il annonce **sans qu'il y soit consacré de reportages à la différence de l'édition de « 13h »**, les projections de l'INSEE **sur la croissance** : « les pires à l'exception de 1993 et 1974 ». « Déficit record là aussi avec la présentation du **Plan Mattei** », « des dispositions d'urgence pour la Sécurité Sociale » poursuit le présentateur. Autres enjeux rapportés à des institutions politiques : celui des déchets nucléaires, une association écologiste ayant saisi le Conseil d'Etat ; celui de la pollution, « l'Assemblée a adopté une série d'articles sur la teneur en plomb » (le sous préfet de Pontoise interrogé).

Enfin, la venue du Dalaï-lama en France, la rubrique sportive, la fin de ce qui était « une belle histoire », celle du succès du film Etre et avoir, maintenant que l'instituteur Georges Lopez fait appel à la justice pour obtenir une rétribution de ce qu'il considère être une création, son enseignement, et l'ouverture de la Foire Internationale d'Art Contemporain par le ministre de la Culture.

« Après Jean-Marie Le Pen, Jean-Pierre Raffarin et François Hollande, notre invitée du jeudi est la mère des 35 heures, Martine Aubry », lance le présentateur.

Il propose : « on va essayer d'éviter les débats politiques que les Français prisent peu, mais sur un plan ... philosophique, est-ce que vous n'estimez pas que le travail a été dévalorisé en faisant croire que l'on pouvait moins travailler ? » Martine Aubry de répondre que « ceux qui méprisent le travail sont ceux qui privilégient la rentabilité à court terme, les profits financiers... » « Les gens ont reproché le caractère obligatoire... on a reçu des fax... des restaurateurs... les chefs d'entreprises... les cadres eux peuvent partir... », relance le journaliste. « Essayons de parler pour les Français » rétorque l'ancienne ministre. « Je regarde les sondages, globalement, les Français sont satisfaits ». « On n'a pas les mêmes » (sondages) répond alors l'intervieweur ; « 65% sont prêts à renoncer à leurs RTT pour des augmentations

de salaire ». Martine Aubry : « la réduction du temps de travail, pour ceux qui l'ont, ils sont très heureux ; ceux qui m'intéressent ce sont les autres ». Patrick Poivre d'Arvor demande : « Craignez-vous les conclusions d'une mission parlementaire ? » Martine Aubry de conclure ainsi : il s'agit « de construire une société en réglant les problèmes par le partage et la solidarité et non pas par la brutalité du gouvernement, des régressions sociales ».

Et le journal de « 20h » prend fin sur un « salut » à Jacques Brel, « là où il repose, aux Marquises ».

Quelle conclusion peut-on tirer de l'étude des éditions d'information s'agissant de la couverture des « **jeux** » et « **enjeux** » **se rapportant à l'actualité** ?

Cette interview avec un représentant politique se fait dans le cadre d'un dispositif « d'information politique », d'un traitement de la politique qui **articule** bien des projets de transformation de la société, des visions du social à des positions partisanses. Il n'y a **pas disqualification de la politique** à travers le recueil de la parole politique et le traitement du discours politique, dans ce dispositif d'information. Les professionnels de la télévision « font passer des messages politiques dans des « catégories politiques », car ils ont dégagé des « enjeux politiques », en faisant état de projets politiques qui sont vécus comme **différenciés, concurrents et porteur d'un impact sur la société**.

Mais à la différence du « 13 heures » l'exploration du social est vraiment minimale, en particulier de **l'impact de cette mesure sur la société**.

Alors qu'en même temps, il s'agit bien d'une information politique, étiquetée comme telle et qui, à ce titre, souffre de tous les procédés de **disqualification de la politique**, à l'œuvre dans l'espace public (« évitons les débats politiques » propose le présentateur). Les « enjeux » politiques du « 20h » rapportés à une actualité politique, gouvernementale, parlementaire peuvent alors paraître « distants », faute d'une exploration journalistique de ce que peuvent être **leurs conséquences pour le public**.

Si bien que l'on peut se demander si ces « enjeux » qui seraient bien entendu repérés comme tels par toute entreprise de codage, trouvent dans un « 20h » un lieu **d'expression** ? Si un « 20h » rend le « discours politique » possible, - dans la mesure où le dispositif télévisuel permet l'expression de l'articulation partisane et normative qui caractérise le schème de perception politique-, ce discours ne souffre-t-il pas d'abord de son « **étiquetage politique** » ?

Le « 13h » de *TF1* offre sans surprise, **un traitement de l'actualité des « 35 heures » bien différent.**

Il s'inscrit dans la peinture d'un climat social « d'inquiétude » (la « récession ») et « d'amertume » (les impôts locaux). Qui plus est, dans une séquence consacrée à l'argent, ce qui prive cette « réforme » de tous ses attributs **d'enjeu collectif**, et dans un monde, celui de « l'actualité des régions » qui le prive de toute urgence sociale et politique, puisque ramené, par des jeux de calendriers à des dimensions, des rythmes qui ne sont pas ceux des enjeux sociopolitiques tels que l'activité politique peut les prendre en charge.

En revanche, quand le « 13h » selon les propres termes du présentateur, « revient au travail » afin d'expliquer que les « 35 heures » « **ne concernent pas tout le monde** », ses capacités d'accréditation de son « discours » sont immenses. Parce ce que, comme on le verra, faire passer des messages politiques, **produire de la « rhétorique politique » consiste à articuler dans le discours, « l'expérience sociale sur l'expérience la plus intime »**¹⁷⁴.

Pourtant le problème n'est pas alors se savoir si ce que dit un « 20h » est plus « vrai » que ce que propose un « 13h » (ce que ne manque cependant pas de « garantir » le sujet consacré à l'épicière, « qui travaille 7 jours sur 7 ») mais il réside dans ce que cette « vérité », qui prend alors les traits d'un message politique, est délivrée dans une « **catégorie non politique** ». **Il ne s'agit pas « d'information politique ».** **Non pas au sens de l'information politique comme une catégorie instituée (la page « politique » du journal et les autres repères cognitifs relevant de la pratique télévisuelle ordinaire de ce type « d'information télévisée »), mais comme une catégorie constituée, qui garantit que l'information délivrée, les significations politiques qu'elle engendre respecte l'articulation normative et partisane qui caractérise le point de vue, la catégorie d'entendement politique.** Or ici les significations politiques délivrées ne sont à aucun moment, rapportées à un débat, à une **confrontation entre des projets politiques qui peuvent s'appuyer sur des visions du social** - dont il ne s'agit pas de douter qu'un journal télévisé puisse (doive ?) rendre compte.

La politique, parce qu'à travers le traitement télévisuel du sujet des « 35 heures » dans ce journal, échappe à tout « **cadrage politique** », se trouve donc privée de ses autonomies symboliques et cognitives.

¹⁷⁴ Chapitre 3, F. BON (1985), « Langage et politique », in TSP, op. Cit.

Avant d'analyser comment le « 13h » de *France 2*, en sollicitant le cas échéant, des formes renouvelées de (re)présentation de la politique dans les « JT » parvient à opérer un « cadrage politique » des sujets sociopolitiques de l'actualité, il faut étudier comment des traitements différenciés de « l'information politique » peuvent contribuer à la définition des « situations politiques ».

B. « L'actualité politique » dans les journaux télévisés en période de campagne

1. La campagne à l'occasion du référendum sur le Traité Constitutionnel Européen : les « 20h » de TF1 du 18 mars et du 24 mars 2005

Comment les enjeux du référendum sont-ils couverts dans le cadre de l'information politique et hors de ce « cadre » ?

1/ le « non » en tête : un « 20h » de TF1 et deux journaux de la mi-journée (21 mars 2005)

Le « 20h » de TF1

Les titres : des problèmes techniques sur les régulateurs de vitesse Renault, la réunion des partenaires sociaux sur les salaires privés, une opération « collègue mort » suite à des incidents dans un établissement, le pape souffrant, la visite de Vladimir Poutine à Paris, les réactions au premier sondage donnant le « non » vainqueur, le Salon du Livre avec les écrivains russes invités.

Voici la liste des sujets de cette édition :

- 1/ « Renault » : le constructeur invite les automobilistes à se rendre chez les concessionnaires,
- 2/ **Réunion des partenaires sociaux : problèmes de salaire et de pouvoir d'achat, « le gouvernement souhaite faire pression sur le patronat »**,
- 3/ **Reportage dans le Nord : « comment vivre avec le SMIC ? »**
- 4/ Dégazage sauvage d'un navire
- 5/ Simulation d'un accident de TGV pour une évaluation du système de secours
- 6/ Deux élèves à l'origine « de troubles » menottés dans un collège de Roubaix
- 7/ Intervention des gendarmes dans le cadre d'un trafic d'objets d'art

8/ Profanations en Alsace

9/ Le pape souffrant

10/ Rencontre officielle France et Russie, à laquelle se joignent les chefs d'Etat allemand et Espagnol ; « L'Europe ne veut pas isoler la Russie »

11/ Reportage en Russie

12/ « En France la campagne se durcit » : « les inquiétudes dans le camp du oui » ; réactions de Nicolas Sarkozy, François Hollande et Jean-Pierre Raffarin

13/ Forages pétroliers rentables en Alaska

14/ Les difficultés des pêcheurs « conséquences des quotas de pêche européens »

15/ Les services de réanimation hospitaliers font des économies

16/ Le salon de la franchise

17/ Salon du livre

18/ Moscou, ville olympique ?

19/ Sport (patinage et football)

20/ Danse

Il faut souligner et c'est l'essentiel, que dans cette édition d'information, **aucun lien n'est fait entre les enjeux sociopolitiques** (qu'ils prennent la forme de projets politiques, de politiques publiques, à dimensions nationale, internationale ou européenne) qui sont abordés dans le journal et **l'échéance référendaire** portant sur la ratification du Traité de constitution européenne, ni avec **les offres politiques** (partisanes ou bien le camp des « ouiistes » et des « nonistes ») qui s'y rapportent.

Pourtant certains thèmes abordés se prêteraient volontiers à **un accrochage** avec une information pouvant revêtir les aspects d'un enjeu à caractère européen : les problèmes de pouvoir d'achat et de croissance, le dégazage, la lutte contre les trafics, la politique étrangère avec la rencontre des quatre chefs d'Etats, l'énergie. Seul le **sujet sur les difficultés des pêcheurs fait explicitement référence à un aspect des politiques européennes**, la référence de l'Europe à l'égard de son attitude envers la Russie étant déconnectée de toute perspective, de tout enjeu s'agissant du prochain référendum.

Les études de communication politique s'interrogent sur le fait de savoir en quoi les médias télévisuels, et ici donc, un journal télévisé de « 20h », contribuent à définir une telle « posture » à l'égard de la « définition de la situation politique » qui, en l'occurrence ici, préside au référendum sur la ratification du Traité de constitution européenne.

Ces études soulignent **le rôle prépondérant de l'information médiatique en période électorale**. Ce sur quoi porte l'interrogation c'est la contribution des médias à la définition générale et au sens de la situation politique. Ce sens émerge de **l'interaction entre trois types d'acteurs** : le personnel politique, le public et les médias au terme d'un processus interactif entre ces acteurs.

S'agissant des médias, ce qui intéresse, c'est comment les médias rendent accessibles un certain nombre d'enjeux du débat et comment ils les configurent (**biais d'accessibilité**). Avec comme hypothèse, que « la référence médiatique commande l'inférence politique »¹⁷⁵ opérée par les citoyens, i.e. que la façon dont les médias traitent d'enjeux et d'une situation politiques a une influence sur le jugement politique. Autrement dit que les médias sont porteurs **d'effets cognitifs mais également persuasifs**. La mise à jour théorique autour des « **effets d'information** », en reprenant la typologie des effets persuasifs engendrés par les médias (effet d'agenda, de cadrage et d'amorçage), revient sur cette distinction information/persuasion, « l'informatif » et « le persuasif » relevant d'un examen fin, voire impossible.

Quoi qu'il en soit le rôle des médias va se situer au niveau **des mécanismes de traitement, de mise en forme, de formatage, de « cadrage » de l'information**.

Pour débiter l'étude, il faut **distinguer ce qui relève de l'information qui se rapporte à la campagne du reste de l'information**.

L'information sur la campagne et son actualité « **le non en tête dans les sondages pour la première fois** », si elle est annoncée dans les titres, n'est traitée que relativement tardivement dans le journal. Ce qui ne fera que relancer le débat portant sur les interprétations d'un tel choix en matière **de hiérarchie de l'information et de sa portée** : est-ce un moyen pour le journal télévisé de ne pas mettre en valeur une information pouvant porter atteinte à la mobilisation en faveur du « oui » et ainsi d'afficher une étiquette « ouïste » à l'instar de ce qu'aurait été le comportement général des médias au cours de cette campagne ?

L'argument pourrait porter si l'on ignorait l'essentiel à savoir ce que nous avons déjà souligné, la **déconnection totale entre les enjeux politiques et l'information qui se**

¹⁷⁵ GERSTLE, 2002, *Les dossiers de l'audiovisuel*, op. Cit.

rapporte à la campagne sur le référendum, au profit d'une **peinture journalistique de l'état de la France, de son climat social qui, par endroits, frôle le portrait misérabiliste.**

C'est le cas, nous semble-t-il, avec le reportage consacré à cette femme du Nord qui élève seule, ses deux enfants et travaille pour pouvoir leur payer des études. Non pas bien entendu qu'il soit illégitime pour un journal télévisé de rendre compte de la réalité de personnes devant vivre en famille « avec le SMIC », y compris en insistant comme le fait le reportage, sur la **peinture des conditions de vie matérielles très précaires** (véhicule, ameublement, alimentation) dans lesquelles cette famille est appelée à évoluer.

Mais parce qu'il y a davantage qu'un apolitisme, un **ajournalisme** à le faire en dehors de tout « cadrage politique ». Ici le traitement télévisuel ne peut pas rendre plus conflictuel les deux dimensions qui président au « double cadrage » politique, puisque le discours d'information ne fait aucune articulation entre la vision du social qui est exposée et des projets, des programmes politiques.

« L'information politique » qui se rapporte au référendum est elle, centrée sur « la **campagne, qui se durcit** ». « Les inquiétudes dans le camp du oui » sont recueillies auprès de ses partisans ; leurs réactions ne font qu'alimenter « les luttes partisans », les tactiques, ce que souligne le commentaire journalistique.

La peinture de la réalité sociale qui est faite dans le cadre de l'information « non électorale » (qui ne se rapporte pas à la campagne), fonctionne donc à peu près comme un contre argumentaire aux rhétoriques politiques articulées par les acteurs politiques qui défendent le « oui ».

Alors que dans le même temps, le « **journalisme politique** », va vraiment s'attacher à **penser la politique comme un jeu.**

Pour s'en convaincre, on peut observer le « 12.30 » de *France 3* du 21 mars dans lequel François Hollande est invité. On est alors **en plein dans « l'information politique » et aucun « enjeu » n'est abordé**, c'est-à-dire qu'aucun travail journalistique sur la réalité sociale ne peut en quelque sorte être raccroché à une dimension partisane (d'offre politique) et/ou normative (des visions du monde social) de la politique.

Le « 12.30 » de F3 du 21 mars : François Hollande invité

Le leader politique est interrogé avec persistance par la journaliste, sur « les divisions du non à gauche », puis sur « sa photo avec Nicolas Sarkozy dans Paris Match » (« une erreur de communication ? »), sur « l'attitude de Jean-Luc Mélenchon ».

Tant bien que mal, sa réponse développée est : « quelle Europe voulons-nous ? Ce sera la question ? Une Europe plus démocratique, un Conseil Européen qui s'engage, une Europe plus sociale, une Europe qui pèse ? »

Première question de la journaliste : « votre discours ne convainc pas car c'est à gauche que le non progresse le plus, c'est le fruit de vos divisions ? » « Non, c'est parce que les Français ne sont pas informés de l'enjeu (...) », répond le Premier secrétaire, avant de souligner que « les socialistes vont mener campagne car c'est utile pour les socialistes, pour la France et les Français ».

« Vous pensez que Jacques Chirac doit intervenir ? », demande alors la journaliste. « Je ne sais pas (...) ; ce que je veux, c'est parler aux socialistes et aux Français qui nous font confiance ». « Il faut prendre ce sujet européen pour ce qu'il est, une chance (...), avec un parlement européen plus démocratique, un président de la Commission européenne qui s'investisse (...) ; voilà l'enjeu. »

Nouvelle question : « vous êtes pour clarté et vous vous êtes affiché à côté de Nicolas Sarkozy, n'est-ce pas entretenir la confusion ? » Réponse du leader politique sur un « débat » qui se rapporte à un autre « enjeu » (« c'est l'enjeu des Présidentielles de 2007 », un « affrontement droite/gauche »).

« Mais ce n'était pas une erreur de communication, cela a crispé les socialistes ? », interrompt la présentatrice du journal de la mi-journée. « Cela me paraît secondaire », répondra François Hollande, avant de reprendre son argumentaire sur le double enjeu de « l'affrontement droite/gauche » et de « la constitution européenne pour les Français ».

Enfin, la journaliste questionnera le représentant politique au sujet de Jean-Luc Mélenchon, « sanctionné » : « vous pensez que c'est en mettant à l'écart que vous allez convaincre les socialistes ? » Et le leader socialiste de souhaiter que « chacun garde ses convictions » tout en respectant la « règle, entre-nous ».

Il faut noter que dans le « 13h » de *TF1*, à la même heure le 21 mars 2005, **aucun sujet ne se rapporte à la campagne ou au mouvement de l'opinion sur le « oui » et le « non »**.

Au total, comme on en traitera dans le chapitre 3, cette « désarticulation » renvoie à la « crise de la politique » (de la « représentation politique », de sa « programmation »). Cet « apolitisme » est une réponse à « **un âge anti-politique** » et au changement « **des référentiels spatiaux du politique** » : les « enjeux » européens (et régionaux comme on va le voir) ou nationaux sont déconnectés de la politique nationale partisane, quand l'offre politique n'est pas structurée autour des « enjeux » (libéralisme, Europe...). Ne doit-on pas alors, envisager la distinction rhétorique entre la et le politique – la séparation entre un politique rejeté dans un apolitisme et une politique centrée sur les jeux politiques - comme réponse à l'absence d'une politisation autour d'enjeux intégrés par les offres politiques sur l'Europe ?

Les médias à travers le traitement de la politique ne font qu'entretenir et banaliser cette posture « dépolitisée »... sans pourtant, semble-t-il, que cela modifie les règles de « **la politisation des messages** ». Stratégies de communication d'un « gouvernement de communication » ou pas, les médias télévisuels continuent de relayer les projets d'action politique, également les messages des gouvernants et de leurs opposants sous la forme de leur agenda ou des petites phrases, alimentant en cela la couverture des « **jeux** » **politiciens**.

C'est le cas avec l'intervention de Jean-Pierre Raffarin dans l'édition de « 20 heures » du 24 mars 2005 sur *TF1*.

2/ le « 20h » de TF1 du 24 mars, invité : Jean-Pierre Raffarin

Le présentateur annonce dès les titres que le Premier ministre est l'invité du journal, un Premier ministre qui « revient du congrès de la FNSEA où il a annoncé des mesures d'aides et surtout a invité les agriculteurs à voter oui au référendum ». « Nous évoquerons avec lui la situation sociale et politique », précise Patrick Poivre d'Arvor.

Il enchaîne : « on nous reproche parfois de commencer nos journaux avec de mauvaises nouvelles, voici un bel double arc-en-ciel sur l'Ile-de-France... » (...) « Il nous dit que pour la première fois, l'espérance de vie atteint 80 ans ».

Si l'on vient directement au traitement de « **l'information politique** » qui se rapporte au référendum, il faut s'intéresser au sujet consacré au congrès de la FNSEA. On y apprend que « la concurrence mondiale menace les agriculteurs » (« on marche sur les paysans ») et que « la constitution européenne s'est invitée au congrès ». Un congrès qui reçoit la visite des principaux leaders politiques (les chefs de partis politiques) qui soutiennent le « oui » : François Hollande, François Bayrou et Nicolas Sarkozy. Des extraits de leurs interventions publics sont diffusés, ce qui rappelle **l'effacement des clivages partisans** sur cette question.

En retour plateau, le journaliste présente des ouvrages de Nicole Fontaine et de Michel Barnier qui « expliquent la constitution européenne », un « son » de Valéry Giscard d'Estaing est même diffusé. On ne pourra ainsi pas dire que le journal le plus regardé par les Français n'a pas rempli son devoir d'information... **civique et non pas politique**. A aucun moment il n'est rendu compte dans cette information « civique » - déconnectée de tout « enjeu » sociopolitique - qui a fleuri dans les médias à cette occasion, de **l'articulation que font les discours politiques** qui se rapportent à l'échéance référendaire, entre leur « offre politique » (dimension « partisane ») et les projets de transformation du monde social (dimension normative) que ces offres politiques énoncent.

Peu importe ; cela suffira à justifier par la suite une « attaque en règle » sur la politique du Premier Ministre et ses projets politiques liés à l'échéance du référendum dans une entreprise journalistique de **disqualification de la politique**, tant celle-ci est réduite sur ces « enjeux » majeurs, à une visée politicienne. Là non plus, donc on ne semble pas faire « d'information politique » dans la mesure où l'on ne restitue pas les **articulations partisans et normatives** de la politique.

La question sera ensuite (chapitre 3) de mesurer *l'effort* de « **politisation** » que réalisent les médias télévisuels, en jouant sur cette catégorie instituée de « l'information politique » afin de **faire parler le social tout en restituant un « cadrage politique »** qui ne fasse pas les frais des procédés de disqualification de « l'âge anti-politique ».

Détaillons pour finir, ce traitement télévisuel de la politique dans un journal télévisé, et donc, **l'interview du Premier ministre**.

« Votre première implication forte ce soir à la télévision à deux mois du référendum ; on dit qu'il s'en aille parce qu'il va nous faire perdre », lance le présentateur. « Vous savez... il y a de la malice partout ; il y en a même qui veulent ma place », répond le Premier ministre.

Alors que celui-ci se présente d'abord comme « le chef de la campagne d'explication du gouvernement » qui se décline dans les réunions, sur un site Internet, qu'il rappelle ensuite « le moment historique » que représente la constitution européenne, puis qu'il dramatise l'échéance en affirmant que « chaque vote va compter » et que « le résultat sera incertain jusqu'au bout », Patrick Poivre d'Arvor lui demande s'il va « tenir meeting commun avec Nicolas Sarkozy ».

Le Premier ministre reprend son **argumentaire** sur « le monde a besoin de l'Europe », lâche l'une de ces formules qui trahissent son passé d'homme de marketing (« la France peut mettre du bleu, blanc, rouge dans le bleu avec des étoiles de l'Europe ») pour monter en généralité jusqu'aux essences : « voter ce n'est pas voter Raffarin, Hollande... c'est voter pour la France ». Et l'interviewer de bisser : « vous ferez meeting commun avec François Bayrou et François Hollande ? » Réponse qui, il est vrai, si elle était donnée, apporterait une information au public.

Par la suite les questions concernent non plus la situation « **politique** » mais « **sociale** » comme annoncé dans les titres du journal. On est alors en présence d'un « **effet de cadrage** » par les « enjeux nationaux » déclinés sur **les thématiques de la situation socio-économique du pays** (et des « mécanismes d'imputation » y afférent), d'ailleurs relayé par le propre discours du journaliste : «... les Français répondent rarement à la question... ils voient bien que la croissance faiblit, que le chômage... »

Puis, « vos électeurs traditionnels sont dérouterés... dès qu'il y a une manifestation, vous lâchez... la réforme du bac, les fonctionnaires... vous allez lâcher pour le oui dans les deux prochains mois ? » Et encore : « ... sur les fonctionnaires, j'ai entendu Renaud Dutreil dire *il n'y a plus rien dans les caisses* ».

Pour finalement, en un *trois questions*, revenir « à la politique » : « est-il jouissif, simplement drôle de sentir le souffle chaud de votre successeur ? » ; « vous avez suffisamment d'autorité pour ramener les gens à la discipline ? Votre secrétaire d'Etat dit *il nous plombe !* » Et « dans trois mois, après le référendum, vous serez toujours là ? »

2. Les législatives de 1997 dans le « 13 heures » de *TF1* et dans celui de *France 2*

Il s'agit d'étudier le **regard de deux éditions de la mi-journée** sur une même échéance électorale en observant dans un premier temps, le traitement du lancement de la campagne dans le « 13 heures » de Jean-Pierre Pernaut puis, en comparant le traitement des « enjeux » de l'élection dans les « **stratégies de cadrage** » adoptées par les « JT » de *TF1* et celui de *France 2*.

Ce regard peut être perçu comme « **dépolitisé** » car s'appuyant sur la défiance¹⁷⁶, la distance et la moquerie à l'égard de la politique, essentiellement à l'égard de la « parole » et du « discours politique ». Pourtant il faut distinguer des formes de traitement télévisuel qui sollicitent des **points de vue politiques** alors que d'autres, ne procurent **aucune autonomie symbolique et cognitive à la politique**.

S'appuyer sur la défiance, les à-côtés, les coulisses de la politique, sur de l'information civique » pour faire de « l'information politique », conduit à porter un regard dépolitisé sur la politique. Mais **ces formes de (re)présentation de la politique** peuvent servir des **formes de raisonnement qui assure un « cadrage » politique » de l'actualité**, ici relative aux législatives anticipées. Car si elles peuvent, dans un procédé rhétorique de disqualification¹⁷⁷, « moquer » la politique, elles « articulent » ou « imputent » : il y a bien dans le traitement qui est fait de cette « actualité politique », **des projets de transformation du social** qui sont **rapportés** à des **offres politiques partisans**.

1/ le lancement de la campagne dans le « 13h » de Jean-Pierre Pernaut : les 22, 23 et 24 avril 1997

Le 22 avril

Le 22 avril, le « 13h » titre sur **la sécheresse et les élections** ; les « deux titres essentiels de l'actualité ». « Nous parlerons des vacances et nous poursuivrons notre tour de France des maisons traditionnelles ; auparavant un coup d'oeil traditionnel sur les prévisions météo », précise ensuite le présentateur.

¹⁷⁶ Ici autour du cadrage prépondérant présidant à la définition de cette situation politique autour de la thématique de la dissolution comme « manœuvre », Cf. GERSTLE, Voir le chapitre 2.

¹⁷⁷ Cf. chapitre 3.

Les 15 premières minutes du journal sont consacrées à l'actualité se rapportant **aux élections législatives anticipées**.

Pour lancer le premier sujet, Jean-Pierre Pernaut annonce qu'« on votera le 25 avril et le 1^{er} mai ». Un sujet consacré aux « difficultés pour obtenir sa carte d'électeur ». On y apprend comment on prépare un bureau de vote, qu'il est trop tard pour se faire inscrire sur les listes électorales et que l'on peut voter par procuration.

Le deuxième reportage s'intéresse à « l'atmosphère carton » qui règne désormais à « l'assemblée nationale dissoute ». Une assistante parlementaire précise qu'elle se retrouve « sans bureau », on nous dit qu'au salon de coiffure de l'assemblée, on pratique maintenant la « coupe de campagne », et qu'à la poste de cette même assemblée, le courrier se fait rare.

Le présentateur rappelle ensuite que Jacques Chirac a « appliqué l'article 12 de la constitution » et résume le troisième sujet consacré aux « enjeux du vote selon le président de la République » par la formule : « moins d'impôts, moins d'Etat, plus d'Europe. Ce sujet qui s'appuie sur des extraits de la déclaration du chef de l'Etat, est celui largement repris par l'ensemble des médias pour diffuser l'argumentaire de Jacques Chirac : « un nouvel élan économique », « une position de force en Europe », un « choix de société, contre le FN ».

En plateau, **le responsable du service politique** de *TF1*, François Bachy analyse la situation en terme de « risque politique », de « clef de la campagne », propose une définition du « chiraquisme ».

Un sujet récapitule ensuite l'ensemble des **réactions** ou « phrases-clef » des leaders politiques des principaux partis en dehors du RPR (UDF, FN, PS, PCF, MPF, Verts). Le terme qui revient le plus souvent est celui de « manceuvre ».

Puis, on nous présente le « déjeuner de la majorité » à Matignon où le journaliste insiste sur le « retour en grâce des balladuriens ».

On repart enfin « sur le terrain », où « la campagne a commencé : à Lille où les militants PS choisissent la couleur des affiches, à Bordeaux chez les jeunes du RPR.

Jean-Pierre Pernaut conclue cette longue séquence en annonçant aux téléspectateurs qu' « au fil des jours », on verra ainsi « la campagne sur le terrain des autres partis ».

Deuxième titre et sans transition, la sécheresse dont « souffrent les vaches » ; un sujet également sur **les dégâts du gel** qui occasionne une demande de classement en calamité naturelle.

« En France » (après un sujet sur le Dakota inondé) : **le bilan annuel de la criminalité** avec un reportage consacré à la BAC, sur le terrain. Autre bilan, celui des dons d'organes.

Un sujet sur une étude du Credoc à propos du **revenu** des plus de 50 ans. Puis des sujets sur les agences de voyage, les légumes aromatisés en Grande Bretagne, le tourisme fluvial et enfin les maisons traditionnelles en Corse.

Le 23 avril

Le lendemain, c'est **l'actualité internationale** qui ouvre le journal de la mi-journée, avec un sujet sur un « massacre en Algérie », la fin d'une prise d'otages au Pérou et la poursuite des inondations au Dakota.

En France, c'est cette fois-ci « **la sécheresse** » **qui est traitée avant les élections**. On apprend que le Ministre de l'Agriculture a mis en place une cellule de crise et dit renoncer à un nouvel impôt sécheresse. Philippe Vasseur est « interrogé à la sortie du Conseil des Ministres, où le Président a demandé aux Ministres de préparer le nouvel élan ».

« Hier Alain Juppé » a promis de faire « la chasse aux complications et aux tracasseries » ; on en parle depuis longtemps ; les petits commerçants croulent sous la paperasse, par exemple un boucher, quand il souhaite embaucher un apprenti... »

Et le reporter de commenter : « il sait que pendant la campagne on va parler de simplification, mais chat échaudé craint l'eau froide ; à chaque fois que l'on annonce la suppression d'un papier, trois nouveaux apparaissent ».

Et Jean-Pierre Pernaut de lancer **la page consacrée à la campagne** : « Tracasserie, place excessive de l'administration dans la société, ce sera certainement un des thèmes de la

campagne... « A ce propos un **sondage**, 81% des personnes interrogées pensent qu'il s'agit d'une **manœuvre politique** » et « les intentions de vote à droite sont largement en tête ».

Suit un sujet sur les partisans du FN, où « comme dans les autres partis politiques, on a commencé la campagne », puis un « son » : « dans la majorité présidentielle, un événement important, Jacques Chirac a reçu son ancien adversaire des présidentielles » ; « Edouard Balladur en tête des personnalités que les Français aimeraient voir revenir » (il sera l'invité du « 20h » le même jour).

« Cela nous amène à la campagne des partis politiques de gauche, hier les socialistes, aujourd'hui, le parti communiste ».

« A chaque fois qu'il y a des élections, on se demande combien ça coûte... » : explications sur le plafonnement des dépenses, les frais d'imprimerie, de voiture, de location de salle, avec la commission sur les comptes de campagne qui peut invalider.

Puis « tout citoyen Français de plus de 23 ans peut être candidat et doit faire acte de candidature... »

Enfin, « la palme d'or du civisme pour Faye en Haye » en Meurthe et Moselle : 100% de votants en mai 95.

Puis, « l'actualité sociale » (« un mot encore de l'actualité sociale » dira le présentateur à propos du sujet suivant consacré à la grève des contrôleurs des trains) avec « plus de 1000 camions bloqués à Douvres », en raison « du blocus du port de Boulogne ». Pour lutter contre « la réglementation européenne ». « Cette fois-ci, c'est à propos des filets... », lance le présentateur.

Viennent ensuite les sujets suivants : une escroquerie dont les victimes sont des personnes handicapées, une épicerie communale, football, le gel et les jardins...

Le 24 avril

Le 24, la campagne a encore reculé dans le conducteur.

Le journal commence par un sujet sur une querelle de voisinage dans la Drôme.

Puis, les perturbations à la SNCF suite à la grève des contrôleurs.

« Toujours dans l'actualité sociale », la levée des barrages des artisans pêcheurs (« une délégation a été reçue par le Ministre de l'agriculture »). La « colère des agriculteurs » avec « une météo catastrophique » : 15% de la production nationale des fruits et légumes a été détruite par le gel. Pour lutter contre le gel dans les vignobles, on fait brûler des pneus ce qui occasionne des problèmes de voisinage (4 sujets au total).

International : Algérie : « encore un épouvantable carnage », de « nouvelles images de la prise d'otages au Pérou ».

« A propos de popularité, la campagne a commencé ; la majorité a présenté ses candidats, candidat unique partout. » Un son sur Jean-Marie Le Pen qui fait son premier grand meeting ce soir.

« Une campagne très courte pour les hommes politiques mais aussi pour ceux qui travaillent pour eux, les afficheurs, les imprimeurs » ; un reportage chez *Euro RSCG* avec interview de son PDG M. Fouks.

« Lié à la politique : le Tribunal de Grande Instance de Toulon a décidé de ne pas dissoudre le théâtre de Chateaufallon comme le demandait M. Le Chevallier, le maire de Toulon.

Puis, un sujet sur la « manifestation de salariés de Vilvoord dans le Nord qui a mal tournée, ils voulaient rencontrer M. Mauroy ».

« Je reviens aux conséquences de la sécheresse, le Ministre a demandé des plans d'aide, à venir, pour l'instant pas de conséquence pour le consommateur ». Reportage à Rungis à l'aube.

Puis, un sujet consacré à la baisse des débits des cours d'eau.

Au total, on constate que **le nivellement symbolique de la politique** se manifeste d'abord, dès le premier jour par une **hiérarchisation de l'information** qui met significativement (annonce des titres) au même niveau « d'actualité » la sécheresse et les conséquences de la dissolution. Puis le sujet « sécheresse » devient prévalent, le traitement des élections versant dans **l'anecdotique** et le **civique**. Enfin le troisième jour, le sujet sécheresse est **étiquetée** comme « **actualité sociale** », « actualité sociale » qui elle-même bascule dans **la séquence « actualité politique »**, qui dans le journal de Jean-Pierre Pernaut, tient lieu « d'information politique ».

Alors, conformément à ce qu'est le fonctionnement de ce journal, cette « actualité politique » liée à la sécheresse, ne sera pas traitée à travers un « **cadrage politique** » (elle n'est bien entendu pas rapportée à **l'actualité électorale**) mais terminera sa course dans la partie relative à « **l'actualité des régions** » (à Rungis !). On sait (section1) que cette catégorie permet au « 13 heures » **de faire passer des messages politiques** (« au consommateur ») dans des catégories pratiques (journalistiques) et intellectuelles (le *concernant*) qui sont **non-politiques**.

2/ les enjeux des élections dans le « 13h » de TF1 et dans celui de France 2 : le 12 mai 1997¹⁷⁸

Il s'agit de repérer les différentes « **stratégies de cadrage** » (de traitement télévisuel) des « enjeux » soulevés par les élections législatives.

TF1

Le 12 mai, le journal de Jean-Pierre Pernaut débute par **un reportage sur les saints de glace**.

Puis « le procès des comptes de l'OM ». « Bernard Tapie risque 5 ans de prison mais à Marseille, on n'oublie pas les bonnes années » (un direct).

Un « autre procès qui reprend », celui de J.-M. Depeyrou et de la Josacine.

¹⁷⁸ J'ai choisi ce jour car il marque le démarrage sur *France 2*, du « journal de campagne ». Cette rubrique étant appelée à perdurer pendant la campagne, cette édition du « 13h » de *France 2*, me semble représentative de la « stratégie de cadrage » adoptée par le journal à l'occasion de cette campagne.

« Plus d'école suite à une visite de la commission administrative à Seppois-le-bas, où le maire est sur la sellette ».

« On en arrive aux élections françaises, un **sondage Figaro Sofres** donne un avantage à la majorité, très peu de passion même si l'on suit les déclarations des uns et des autres ». Reportage sur un village 100% à gauche, puis sur un autre 100% à droite.

Dans ce village de l'Aude « peuplé de 31 habitants », « du député, on attend du concret », « un député doit toujours tenir compte de la réalité ». « Vos vaches sont de gauche ou de droite ? » demande le reporter. Réponse de l'intéressé : « elles sont de la garrigue et elles y sont très bien ».

Le présentateur poursuit : « dans notre série pour être le plus proche du terrain comme on dit, aujourd'hui, des Français qui encore, ne voteront pas. » « Quel regard portent-ils sur la campagne et la politique ? » Le reportage est consacré à un cours d'éducation civique dans un collège. Le commentaire nous apprend que ce regard est goguenard, que les hommes politiques « promettent mais rien ne tiennent ».

Et le présentateur de proposer en retour plateau : « demain on parlera de consommation avec des mères de famille qui nous dirons ce qui se prépare ».

« A l'étranger » : l'Iran, l'Algérie et la Chine (« Jacques Chirac quitte la France pour la Chine mercredi » ; reportage sur les enfants uniques).

« En France, retour au pays d'un lorrain après 50 ans en Ukraine », puis un reportage dans lequel on apprend que « la France n'acceptera pas l'importation de viande américaine traitée aux hormones » ; un label AOC pour du foin ; les 75 châteaux de la Loire ; le festival des fanfares en Vendée, un « artiste unique pour terminer » : un luthier en Bretagne.

France 2

Le même jour sur *France 2*, le journal est présenté par Patrick Chène.

Iran : le tremblement de terre.

Puis le « journal de campagne » (générique « **carnet de campagne** ») qui occupe l'intégralité du journal, sauf à la fin de l'édition, un sujet sur un spationaute, le festival de Cannes, « les Molières », une brève sur le prix Albert Londres décerné à un journaliste de la chaîne pour un reportage sur la Corse, puis la bourse. **Echappent donc à la « politique », la nature (Iran, l'espace) et la culture (le cinéma, le théâtre, la télévision).**

Le journal de campagne a « aujourd'hui pour thème : plus ou moins d'Etat ? », et compte deux invités, des **représentants politiques**, Frédérique Bredin et M. Stefanini (directeur de la campagne du RPR). Le dispositif intègre « 4 personnes qui vont intervenir » et « interpeller (les politiques) comme ils n'en n'ont pas l'habitude ».

Ces échanges sont précédés **de trois reportages**.

Le premier se situe **en Corse**, lors d'une procession d'hommage à Saint Michel, en présence d'élus RPR et radical de gauche qui chantent avec la foule quelque polyphonie corse. « Les 60 habitants de ce hameau attendent peu de choses des législatives » ; « depuis 77, ils votent pour le même maire ». Et le commentaire de préciser : « ce ne sont pas des législatives qui feront revivre ce village mais ces polyphonies qui lui redonnent une âme ».

S'agissant des **sondages**, le présentateur affirme : « c'est ouvert », « 35% d'indécis » Une interview de Jean-Louis Missika de BVA précise qu'il n'y a pas de « cristallisation du vote », et qu'avec un mauvais report à gauche, « la droite gagnerait environ 50 sièges ».

« Direction Joué les Tours » pour suivre la campagne d'un « madeliniste », Hervé Novelli qui est « partisan de l'ultralibéralisme mais doit adapter son discours ». « Son libéralisme s'arrête à la porte de la circonscription » ; « il est député avant tout » précise le commentaire. Il a « reçu le soutien de la CGT » lors de la fermeture d'une usine.

Arrive maintenant, **l'heure du débat** avec les intervenants suivants : **un restaurateur, un commerçant, un agriculteur, un responsable d'association culturelle**. « La théorie ici est de donner la parole aux téléspectateurs », précise le présentateur.

Les échanges se font autour d'arguments tels que « les élections peuvent changer la vie quotidienne » ou encore « c'est un choix de société » (F. Bredin), « l'Etat doit cesser de

traiter de ce qui ne le regarde pas » ou « une mesure très concrète qui vous concerne directement ».

Le débat prend un tour « politicien » qui toutefois, sollicite les mécanismes d'imputation : critique du « bilan socialiste » versus « la dissolution comme aveu d'échec et d'incompétence ».

On peut dire qu'ils « se battent comme des chiffonniers » sur des sujets comme celui des services publics de proximité, la taxe professionnelle... le présentateur demande finalement « 10 secondes de conclusion sur moins d'Etat ? ». Mais la confrontation a bien lieu qui inscrit ce dispositif dans celui qui relève de « **l'information politique** ».

Après l'étude du traitement télévisuel des « JT » relatif à la couverture d'une « situation électorale », revenons au traitement quotidien de l'information dans ces mêmes journaux. Là encore, les formes usuelles de **(re)présentation** de la politique commandent à la nature de l'interprétation, qui est sollicitée **afin de prendre connaissance des informations** à caractère sociopolitique, c'est-à-dire à son « **cadre politique** ».

§2/ LES FORMES USUELLES DE (RE)PRESENTATION DE LA POLITIQUE DANS LES JOURNAUX TELEVISES

Il s'agit de faire le point sur **les formes de (re)présentation et de raisonnement** qui opèrent à l'heure actuelle, dans le traitement de la politique dans les journaux télévisés.

Qu'est-ce qu'« **étiqueter** » comme « politique », et qu'« **argumenter** » à propos de la politique dans une édition d'information ? La référence médiatique à des **identités politiques** commande-t-elle au « point de vue politique » sur la politique ? **Montrer, faire parler** les représentants politiques et **poser une question politique** vont-ils de pair ?

On s'interrogera tout d'abord sur le **couple information politique / information concernante** afin d'apporter ensuite quelques éléments de réponse à la question : « **quelle information politique dans les journaux télévisés aujourd'hui ?** » Peut-on parler d'une « treizeurisation » des éditions d'information ?

A. « Information politique » et/ou « information concernante » ? L'exemple des journaux télévisés de la mi-journée

On s'interrogera ici sur ces sujets dits « **concrets** » et « **illustratifs** », traduisant la « **faitdiversification** » de l'actualité ainsi que la montée des sujets « de société »¹⁷⁹, qui ont envahi les éditions d'information : rentrent-ils dans le cadre d'une « **information concernante** » ou bien d'une « **information politique** » ?

Quand les médias télévisuels **traitent de l'actualité politique**, y compris quand ils reçoivent un **invité politique**, ils disposent d'une telle **capacité à parler du réel et à argumenter à son propos (pouvoir de la représentation)**, qu'il semble difficile de parler de sujets « illustratifs », au motif que ces différents sujets aborderaient « **concrètement** » des informations qualifiées de « **pratiques** », de « **consommation** » ou de « **société** » (santé, environnement...). Ceux qui illustrent, ce sont les politiques, aurait-on plutôt envie de dire, si l'on observe à froid c'est-à-dire sans le tropisme des « **cadres** » de l'information politique, n'importe quel journal télévisé !¹⁸⁰

C'est dire qu'il faut en fait, prêter attention **aux formes de raisonnement**, de « **cadrage** » qui permettent d'aborder les questions sociopolitiques. Avec les formes de (re)présentation et des **contenus d'information** fonctionnent des formes de raisonnement qui conditionnent **les opérations de pensée, mobilisent des catégories mentales**. Au premier chef ici, les **articulations conceptuelles** propres à la catégorie de pensée politique.

C'est le cas avec « *l'information concernante* » du « 13 heures » de *TF1* dont la non-articulation (apolitisme) véhicule une telle « grammaire », de telles « matrices idéologiques », que, dès que Jean-Pierre Pernaut fait « **de l'information politique** », les « **jeux** » réapparaissent, et cela visiblement, le perturbe...

¹⁷⁹ Cf. « Baromètre du JT, l'info à la loupe » in *Les nouveaux dossiers de l'audiovisuel*, N° 10, 2006, op. Cit.

¹⁸⁰ Cf. le début du chapitre 2 pour une explication par les contraintes qui pèsent sur la « publicisation de la parole politique à la télévision ».

1. « L'information concernant » du « 13h » de TFI : le 23 novembre 2004, Jean-Pierre Raffarin et les pensions de réversion

Après une « **ouverture** » sur le secrétariat du Père Noël, puis un sujet sur le mistral qui a fait s'envoler les déchets déposés dans une décharge marseillaise, un reportage sur le conflit des routiers nous mène à travers un « tour de France des opérations escargot ».

C'est l'occasion pour Jean-Pierre Pernaut en retour plateau, d'apostropher le Premier ministre qui est « en direct de l'Hôtel de Matignon » : «... et ce matin le Ministre, Monsieur de Robien disait que la liberté de circuler serait garantie par l'Etat, Monsieur le premier ministre, avant de parler des pensions de réversion qui concernent les veuves et les veufs de France, un mot sur le conflit des routiers ». Réponse du chef du gouvernement : « le droit de blocage n'existe pas », non sans que le présentateur s'inquiète en se piquant de « politique » : « et sur l'harmonisation des taxes européennes, vous seriez favorable ? »

On en vient maintenant à **l'actualité des pensions de réversions**. Reportage pour signifier « l'importance de cette pension ». On découvre les difficultés de « Geneviève » pour « faire vivre un foyer avec « deux enfants de 13 et 19 ans ».

« Alors cette affaire a suscité beaucoup d'émotion quand il s'est agit au mois d'août, de restreindre les conditions d'attribution ; vous avez suspendu ce décret », rappelle le présentateur. Et Jean-Pierre Raffarin de décliner (non sans jeter un regard sur ses notes) la mesure qu'il a prise : suppression des conditions d'âge, révision des conditions de revenu... pour conclure : « c'est une bonne nouvelle, un dispositif amélioré, 2000 Français de plus en vont en bénéficier... »

« Un mot sur le pouvoir d'achat qui a baissé ; Nicolas Sarkozy s'est battu en début d'année pour que les prix baissent dans les grandes surfaces », lance Jean-Pierre Pernaut avec perfidie. Le Premier ministre explique alors que « le pouvoir d'achat, c'est aussi le revenu ». Ce qui justifie à ses yeux, la hausse du SMIC, de la prime à l'emploi, de ne pas réformer la loi Galland. « Nous voulons des emplois aussi », il ne faut pas « importer pour faire baisser les prix ».

Après le pouvoir d'achat, les impôts : « une baisse des impôts en 2005 ? », demande le journaliste.

Puis, « un dernier thème avant de parler de la succession de Nicolas Sarkozy, ce sont les élus en colère », clame-t-il, non sans préciser : « vous les avez assurés de maintenir des postes ». La création de « maison des services publics » est proposé afin de ne pas supprimer de (bureaux de) postes, car le Premier ministre se dit attaché à la ruralité : « la grande ville crée des problèmes qu'elle ne sait pas résoudre ».

Il est temps d'évoquer la succession du futur président de l'UMP. « Nicolas Sarkozy sera l'invité de la nouvelle émission politique de TFI, lundi¹⁸¹ ; il quittera le gouvernement pour être président de l'UMP. Qui va le remplacer ? » Jean-Pierre Raffarin : « je le regretterai et me réjouis qu'il soit à l'UMP ».

Dernière question, le moment que choisit le présentateur du « 13 heures », l'air goguenard, pour livrer **un lapsus**, que l'on peut se risquer à interpréter comme la difficulté qu'il éprouve à se vivre comme un acteur des « jeux » et des « enjeux » de la politique nationale, en pratiquant les gammes rhétoriques du journalisme politique – ce qui donc, le ferait bafouiller : « Un gouvernement de combat Monsieur Sar... Raffarin ? »

Rhétorique oblige précisément, la sortie du Premier ministre prendra la forme de celle de « l'intérêt général » contre les « ambitions » et l'intérêt personnel ».

Pour conclure, l'hôte remercie son invité de « s'être exprimé sur des sujets aussi concrets ».

Ce qui pose problème au « 13h », c'est bien précisément de faire de « l'information politique ». **Non pas de traiter de « l'actualité politique »** comme cette édition sait le faire au quotidien, en en passant par **les grilles « apolitiques » de « l'actualité des régions » et de son « information concernante »**. Mais bien d'endosser « l'étiquetage politique », qui ne peut conduire ce journal qu'à servir des procédés de disqualification de la politique (caractéristiques de « la politique dépolitisée des médias télévisuels » (Ch.2). Mais alors **sous**

¹⁸¹ Cf. Chapitre 2, Section 2, §2/A1/.

des formes de (re)présentation qui sont manifestement extrêmement « anti-politiques ».

Et cela c'est bien ce que redoute le présentateur du « journal des Français »¹⁸².

« Sujets concrets », concluait celui qui se présente comme un animateur d'une édition d'information. Que signifie exactement ce qualificatif ? Une telle expression ne relève-t-elle pas **de l'idéologie ou des mythes de la communication**¹⁸³ ? De même que les sujets qui sont dits « **illustratifs** » ? En fait, avec leur pouvoir paradigmatique, les médias télévisuels disposent d'une telle capacité à parler du réel, à argumenter à son propos, comme on l'a dit, que le « discours » et « l'argumentation politiques », paraissent affaiblis.

Certes les médias télévisuels sont là pour **diffuser le discours politique**. Mais en donnant à voir la société comme ils le font, ils inscrivent de fait leur production, dans le **travail symbolique et cognitif du « discours » que toute société médiatisée tient sur elle-même, dans un « espace public » qui fonctionne comme une rhétorique généralisée**. Dire qu'on ne « fait plus de politique à la télévision » ne peut avoir de sens si l'on indexe ce qu'est la fonction d'un « discours politique » (articuler du normatif à du partisan) au rôle des médias (télévisuels) dans l'espace public et politique, et à leur capacité en matière de persuasion, de rhétorique politique.

Car ce que les médias télévisuels offrent, comme on peut le voir avec ce sujet « illustratif », « concret » consacré aux difficultés de vies de *Geneviève*, ce sont des **outils cognitifs et symboliques**, pour un « discours d'information » qui s'adapte à l'éclatement des parcours de vie, et donc, au « micro-ciblage » des publics. Et qui rapporte donc des expériences sociales à des expériences vécues.

Cela ne signifie pas qu'il ne soit pas possible de traiter de la politique dans des formes (dépolitisées), qui tout en satisfaisant les perceptions sceptiques à l'égard de la politique, respectent le point de vue, la catégorie d'entendement « politique ». **A quoi peut alors ressembler « l'information politique » ?**

¹⁸² C'est pourquoi cette « *information concernante* » endossera les procédés de double cadrage de la politique qui caractérisent une politique télévisée « apolitique » et non pas « dépolitisée », cf. supra.

¹⁸³ NEVEU, 2003 (3^{ème} Ed.), *Une société de communication ?* Montchrestien.

2. « L'information politique » du « 13 heures » de France 2 : le 7 septembre 2004, « la rentrée »

Il s'agit d'étudier le remodelage de cette édition d'information suite à l'arrivée d'un nouveau présentateur, Christophe Hondelatte, qui, à l'instar de Jean-Pierre Pernaut, a souhaité mettre en place un **traitement différent de l'information à la mi-journée**.

Les titres

« Bonjour à tous, dans le 13 heures aujourd'hui, d'abord l'enterrement première classe du lundi de Pentecôte ; le ministre de l'Education Nationale lui a donné le coup de grâce ce matin ; dès 2005 ce sera un jour travaillé dans les écoles ; les entreprises naturellement, devraient suivre. Invité du 13 heures, Corinne Tapiéro, présidente à Paris, de la Fédération des parents d'élèves ».

« Ensuite le drame social et économique du moment : les délocalisations. La CGT vient de publier une liste noire de 37 entreprises qui s'apprêteraient à délocaliser tout ou partie de leur usine ».

« On ira à Beslan, en Ossétie du Nord où les familles des disparus demandent des comptes aux autorités locales ; on appellera Anne Ponsinet en direct ».

« *Le face à face* du 13 heures opposera tout à l'heure, Didier Leurest de la CGT et Yves Egal de la Fédération des usagers des transports publics, autour de cette question extrêmement simple : est-il indigne de demander aux grévistes cheminots de la SNCF ou de la RATP de se déclarer 48 heures à l'avance comme le projette le gouvernement ?

Vous pouvez vous aussi donner votre avis sur **Internet** ou par **SMS** depuis votre portable et les messages défileront pendant le face à face, en bas de l'écran. »

« Ensuite, *le feuilleton*, épisode numéro 2 de vive la rentrée, au collège Maison Blanche de Clamart. Camille, la grande de 4^{ème} est trop contente, comme disent les gamins, de retrouver ses copains. »

« L'invité des *Cinq dernière minutes* sera André Daguin, le président des Industries de l'hôtellerie, grande gueule, fine gueule et amateur de corrida. »

Le développement des titres

« Le lundi de Pentecôte avait du plomb dans l'aile ; aujourd'hui, disons-le clairement, il est mort et enterré », lance le présentateur, **après avoir fait quelques pas et s'être assis, face caméra, sans cravate.**

« C'est le ministre de l'Education Nationale qui lui a donné le coup de grâce, en annonçant ce matin, que, par arrêté, il allait faire de ce jour férié, un jour travaillé dans toutes les écoles, dès 2005, dès cette année scolaire. Du coup, les entreprises qui étaient libres, avant, de choisir leur jour travaillé aux bénéfices des personnes âgées et des handicapés, vont s'aligner. Premières réactions tout de suite, avec Daniel Wolfromm. ».

« Le prochain lundi de Pentecôte travaillé, drôle d'idée pour tous ceux qui croient au ciel ou ceux qui ne croient pas à la parole des hommes politiques » commente d'entrée le rédacteur, qui interroge ensuite.

« Je ne suis pas sûre que les fonds que l'on va récupérer seront réellement attribués à leur destination finale », pronostique cette institutrice.

« Je suis contre la suppression parce que pour les pratiquants cela leur permettait de fêter le dimanche et d'avoir ce jour de récupération », affirme cette représentante de parents d'élèves (PEEP).

« Et puis, il y a ceux qui, par expérience, n'en font pas une affaire », poursuit le commentateur. « Une journée de plus... ils ont plein de vacances, cela ne changera pas grand-chose dans leur vie », juge cette maman.

« Par contre la suppression ne fait pas l'affaire des commerçants, par exemple à Nîmes où la fêria se passe à cette date », modère, en revanche, le journaliste. « C'est une perte de trésorerie importante et de 20 % sur notre chiffre d'affaire fêria », justifie ce **brasseur interrogé**. « C'est un coup dur pour la ville de Nîmes mais aussi pour toutes les villes qui vivent du tourisme », indique Jean-Paul Fournier, **maire (UMP) de Nîmes**. C'est assez incompréhensible ! »

Daniel Wolfrohm conclue : « Mais maintenant la question pour les parents, c'est de savoir si leurs employeurs les obligeront à travailler aussi le prochain lundi, le lundi 16 mai 2005 ».

De retour sur le plateau, le présentateur questionne : « Corinne Tapiéro, bonjour, vous représentez la Fédération des parents d'élèves PEEP, alors vous êtes pour ou vous êtes contre la suppression de ce jour férié de Pentecôte ? »

« On ne connaît pas les modalités d'application... Il y a 12 millions d'élèves qui vont à l'école, donc un certain nombre de parents qui vont être concernés... s'agissant d'une décision prise par le ministère de l'éducation nationale et Monsieur Fillon, qui est un homme sage et un parent d'élève, je suppose qu'il a décidé que cette journée sera destinée à des actions intergénérationnelles, qui feront que les plus jeunes aideront les personnes âgées » développe longuement la représentante des parents d'élèves.

Christophe Hondelatte de l'apostropher : « moi ce que j'ai vu là, c'était que c'était une journée d'école »... Il s'en suit le dialogue suivant (résumé):

TAPIERO : « ça n'a pas de sens... »

HONDELATTE : « si j'ai bien compris, vous, vous dites le jour d'école d'accord, mais en direction d'actions ciblées ? Genre, je vais voir mon voisin, ma voisine ».

TAPIERO : « oui, ça peut être des petites choses simples. »

HONDELATTE : « les jours communautaires ? Vous savez un débat est ouvert... enfin je ne sais pas vraiment s'il est ouvert... en tous les cas un débat dans la société est ouvert : faut-il créer deux nouveaux jours fériés pour les communautés juives et musulmanes ? »

TAPIERO : « Je ne suis pas certaine que cela soit opportun. Ce n'est pas comme ça qu'on fait réfléchir les élèves à la tolérance à l'intérieur des établissements scolaires... Puisque le ministre prend cette décision par décret, enfin par arrêté, je suppose qu'il est possible qu'il procède également ainsi pour la semaine des 4 jours. C'est ce que nous souhaitons puisque c'est ce qui est demandé par les parents d'élèves. »

Le présentateur enchaîne : « le lundi de Pentecôte est enterré mais il y a quelque chose que l'on pensait enterré et qui ne l'est peut-être pas, c'est le système du bonus / malus qui régit nos assurances de voitures. Vous savez que nous sommes les seuls en France, à utiliser

ce système en Europe, avec quand même les Luxembourgeois. La commission européenne voulait nous y faire renoncer et bien figurez-vous que la Cour européenne de justice vient de dire *non*. Nous pouvons garder notre cher, *cher* dans tous les sens du terme, système de bonus malus ».

Le reportage diffusé fournit des explications sur le fonctionnement de ce système. Nous apprenons que la commission européenne le « combat », puisque ce système battrait en brèche « le principe de liberté de circulation » (« un système obligatoire qui ne plaisait pas à Bruxelles »). Les **automobilistes interrogés sont plutôt partagés**, « ça dépend de leurs propres factures » précise le commentaire.

Et de conclure : « pour ou contre, la Cour européenne a tranché ce matin : le système du bonus malus n'est pas une entrave à la libre concurrence ».

« C'est la préoccupation numéro 1 de cette rentrée, c'est le problème économique du moment, c'est les délocalisations, c'est-à-dire le départ des entreprises françaises vers l'étranger. La question est posée de cette manière-là : annoncent-elles la mort de notre industrie ? Il faut dire que le phénomène s'accélère, et la CGT publie aujourd'hui une liste noire de 37 entreprises qui selon elle, s'appêtent toutes à délocaliser »

« Avec l'Europe, c'est ce qui nous pend au nez », « c'est normal, la main d'œuvre est moins chère ».

Le reportage consacré à cette actualité débute par le recueil de ces deux **réactions ordinaires**. Puis sont indiqués **les secteurs industriels** touchés par les délocalisations : l'automobile, l'électronique, l'électroménager. Egalement **les services** dorénavant, un **économiste explique, l'infographie détaille et compare** le coût de la main d'œuvre en France, en Pologne, au Brésil et en Chine. Le commentaire indique en conclusion, que « le **gouvernement prévoit** une exonération des taxes professionnelles et un allègement des cotisations pour les entreprises qui s'installeront dans des zones économiquement sinistrées ».

« Revenons sur une délocalisation célèbre », propose le présentateur. « Celle des usines FLODOR à Peronne, ça se passe en août, en 2003, les 200 ouvriers sont en vacances. Le patron en profite pour démonter 2 des 4 chaînes de productions et les emmène en Italie. Ce patron est italien, il est jugé aujourd'hui par le tribunal de Peronne ».

Le reportage nous permet de découvrir d'anciens **salariés** « impatientes », en attente « d'un jugement exemplaire », afin que « les patrons ne fassent pas ce qu'ils veulent ». « On

souhaite qu'ils respectent un peu les personnes, les humains », témoigne cet ancien salarié, alors que le **commentaire** s'attache dans le même temps, à faire un rappel sur ce qu'est « l'affaire FLODOR », ce que sont « les patrons voyous ». « L'ancien directeur risque jusqu'à 1 an d'emprisonnement », conclue le journaliste.

Puis le « 13 heures » diffuse un « off » sur les obsèques, en présence de **Jean-Louis Borloo**, ministre de la Cohésion Sociale, précise le présentateur, des **deux inspecteurs du travail tués lors d'un contrôle en Dordogne**.

Deux directs sont ensuite établis dans le cadre de la **politique internationale**.

Un sujet sur les événements de Beslan. **Direct** avec Anne Ponsinet en Ossétie du Nord. Puis un sujet sur les 2 otages français et les combats violents du jour en Irak. **Direct** avec Bertrand Coq à Bagdad.

Après un reportage en Martinique placée sous alerte anticyclonique, **l'actualité sociale** est abordée dans le journal avec la diffusion d'un off sur **la manifestation** des employés de France Telecom devant le ministère de l'Economie et des Finances.

C'est alors l'heure dans cette édition d'information, du « *face à face* » du « 13 heures », avec cette « question extrêmement simple » énoncée par Christophe Hondelatte : « est-il indécent de demander aux grévistes de la SNCF ou de la RATP, bref des transports, de se déclarer en grève 48 heures à l'avance, de manière à permettre à la direction de pouvoir organiser un service minimum avec les non grévistes. » « Je précise », ajoute-t-il, « que cette idée a été proposée par un rapport remis au gouvernement au mois de juillet et que, demain, le ministre De Robien va commencer les consultations avec les syndicats ».

« Monsieur Leurest, pourquoi êtes vous opposé à ce préavis de 48 heures, on va appeler ça comme ça ? » demande le journaliste.

LEUREST (CGT) : « c'est une restriction du droit de grève et la CGT fait d'autres propositions ». (Résumé des propos)

EGAL (FNAUT) : « c'est insuffisant, ce que nous voulons c'est un service garanti. Et il fait valoir que, les transports coûtent cher et sont financés par l'argent public. »

(Christophe Hondelatte invite les **télespectateurs** à « s'exprimer » par SMS et par courriels.)

HONDELATTE : « Pourquoi 48 heures ? »

EGAL : « il faut que les grèves soient réglementées... Si le droit de grève est dans la constitution, le droit au travail et le droit au transport sont également dans la loi.

Le cégétiste rappelle que le droit de grève n'est pas « une maladie à éradiquer mais un moyen à la disposition de tous les salariés de s'exprimer ».

Des **messages envoyés par les télespectateurs** défilent en bas de l'écran.

Alors que le cégétiste **se justifie**, le présentateur lui **objecte** : « vous ne pouvez pas dire que les choses marchent bien puisque en 2003, 750 préavis ont été déposés, dont 50 % ont été suivis de grève (**données qui apparaissent à l'écran**).

Nouvelle question du journaliste Hondelatte : « le service minimum est aujourd'hui une expression désuète ; plus personne n'ose l'employer, vous le regrettez ? »

« Pourquoi est-ce si difficile à mettre en place », coupe t-il quand le syndicaliste lui explique que « c'est difficile mettre en place ».

« Que voulez-vous ? », demande-t-il au représentant de l'association des usagers.

EGAL : « Alors ce qu'on veut, c'est un service garanti totalement aux heures de pointes ».

HONDELATTE : « Il n'y a pas de grève possible entre 7 heures et 9 heures. « C'est ce que vous voulez », demande le journaliste ? »

FLEUREST : « Le service minimum est un concept idéologique, c'est une proposition patronale.... » « Pour un service garanti, selon les projections faites par la SNCF, il faut réquisitionner 90 % du personnel ».

« On va aux Etats-Unis, où, à moins de deux mois des **élections présidentielles** du 2 novembre, le Président Georges Bush prend le large dans les sondages... »

« **Campagne contre le tabac** à destination des préados par la fédération française de cardiologie ».

« Un bateau a fait naufrage au large de la Turquie avec 200.000 tonnes de cendres toxiques stockées depuis 4 ans sur ce bateau. **Greenpeace** a fait savoir que ces cendres étaient cancérogènes ».

« 2ème épisode du *feuilleton* consacré à la **rentrée des élèves**. On suit des élèves de 6^{ème} et de 4^{ème} faire leur rentrée des classes ».

Le reportage est consacré à la **description** des « attentes », des moments forts de la « rentrée » : la prise de connaissance des « emplois du temps », « les bisnes » avec les copains. Les journalistes suivent également la principale du collège, ainsi que « Tim », « le petit nouveau ». Retrouvailles avec les parents : « sa race, putain, enculé de sa mère », conclura la jeune Camille à la fin de la journée.

« Il va se passer quelque chose d'extraordinaire dans le ciel dans quelques heures : la NASA va récupérer une capsule GENESIS qui contient des poussières solaires ».

« Match de **football** qualificatif pour l'équipe de France de football aux îles FEROE ».

« Invité des *5 dernières minutes* » : André DAGUIN, président de l'union des métiers des industries hôtelières, interrogé sur la suppression du lundi de Pentecôte et la corrida. Dans un dialogue très relâché ; il revient sur le droit de grève, aborde la question de la TVA (et de « son copain Sarkozy »), pour finir par « une question sur les **champignons** ».

« Gardez la pêche ! », lance rituellement le présentateur pour mettre un terme à cette édition d'information.

Au total, et avant d'apporter des éléments de réponse à cette question « quelle information politique aujourd'hui dans les journaux télévisés ? », on mesure combien, à travers la restitution de cette édition d'information, des sujets qui peuvent être présentés par les médias télévisuels - et appréhendés comme tels - comme proches des préoccupations et des perceptions des Français, ces « sujets concernants » peuvent faire l'objet d'un « cadrage politique ». C'est dire combien il faut alors revisiter l'approche de ce que sont aujourd'hui, les formes de (re)présentation de « l'information politique ». A cette fin, il conviendrait sans doute, de davantage explorer cette catégorie des « sujets concernants » afin de voir comment elle opère dans les journaux télévisés. Quelles mises en

scène du sens commun ? Pour quels types de sujets, le cas échéant étiquetés comme « politiques » ? A ce moment là, les savoir-faire journalistique en matière de recueil du sens commun, de peinture d'univers sociaux, aussi systématiques soient-ils, ne permettent-ils pas d'accréditer **la parole publique, politique et institutionnelle**, alors que l'on aurait plutôt tendance à considérer la parole profane, le témoignage et le sens commun comme étant à l'origine de procédés de disqualification de la politique ?

Les journaux télévisés de la mi-journée et leurs « sujets *concernants* » (de « santé », d'« éducation », de « consommation », d'« environnement »...) paraissent constituer un bon laboratoire pour tester pareille hypothèse.

L'édition de « 13 heures » de *France 2* du 21 mars 2006 (voir plus loin pour son traitement du CPE), offre un bon exemple de ce que peut-être **une réhabilitation de « l'information politique »** à partir des « sujets *concernants* »¹⁸⁴.

Outre le sujet sur la sécurité routière lié au décès du maire de Pradelles, qui met en jeu des « mécanismes d'imputation » autour des **responsabilités respectives des pouvoirs publics concernés (Etat, Conseil Général)**, on mentionnera le sujet se rapportant à l'examen par le Sénat du projet de loi sur les OGM.

Ce qui est assez inouï, c'est que ce sujet est diffusé à « 13 heures 33 », c'est-à-dire à un horaire auquel, au regard de mon observation des pratiques d'information dans les journaux télévisés de la mi-journée depuis plus de 10 ans, offrir tant d'autonomies symboliques et cognitives à la (re)présentation de la politique est exceptionnel : des représentants politiques sont convoqués, la parole politique est diffusée, elle s'inscrit sur des enjeux politiques, et, à ce titre, le « discours politique » peut remplir sa fonction. Et tout le travail journalistique d'exploration du monde social, y compris quand il « se limite » à une restitution du « sens commun », s'inscrit dans une « rhétorique politique »

¹⁸⁴ On sait combien, par ailleurs, ces sujets nourrissent les « rhétoriques politiques » à l'horizon de l'échéance des élections présidentielles de 2007. Ce qui occasionne un débat sur le traitement télévisuel qu'ils reçoivent au regard de la couverture médiatique des discours politiques des candidats que ce traitement occasionne. Cf. la conclusion, et, le point de vue d'un professionnel du décryptage des médias, Daniel SCHNEIDERMAN, « 2007, l'élection cyberprésidentielle ? », *Libération*, 25 août 2006 : « Si Ségolène Royal est si populaire, c'est parce qu'elle n'hésite pas à inclure le cancer du sein dans les problèmes dignes d'être évoqués dans une campagne présidentielle. Que les journalistes politiques traitent son discours selon leurs critères habituels (privilégiant les manœuvres politiciennes) contribue à entretenir un débat politique à deux étages : celui des grands médias télévisuels, irréel et décroché de la réalité, et l'autre ».

de la politique télévisée, qui si elle peut servir une politique dite « dépolitisée », n'est pas « apolitique ».

Ce sujet est diffusé après un « son » sur une opération ville morte où la commune de Port Saint Louis dans les Bouches-du-Rhône refuse l'installation d'un incinérateur de déchets ménagers (« le préfet de la Région PACA a signé hier le permis de construire alors qu'une grande partie des communes y sont opposées »). Il prend donc place dans l'habituelle rubrique « **environnement** » du journal, à un moment de cette édition, où généralement, l'actualité sociopolitique est déjà traitée (la rubrique suivante sera le *feuilleton* du journal, consacrée cette semaine-là, à « **l'école des bergers** »).

« Le projet de loi destiné à encadrer la production des OGM est examiné au Sénat ; s'il était voté, il devrait permettre une extension des surfaces cultivées... et décidément le climat n'est pas bon pour les faucheurs d'OGM, condamnés par la justice à de très fortes amendes auxquelles ils ne peuvent pas faire face », annonce Elise Lucet qui présente cette édition d'information.

Le reportage nous apprend que, parce qu'il « doit plus de 300 000 euros de dommages et intérêts », Gilles Lemaire, **ancien secrétaire national des Verts**, interrogé à son domicile, va bientôt voir son appartement mis en vente, après qu'un huissier a constaté qu'il n'y avait « pas d'objets de valeur dans cet appartement », précise le commentaire.

« Et voilà Gilles Lemaire, en tête cortège, aux côtés de José Bové, condamné lui à de la prison ferme », poursuit la journaliste.

« On est là pour dire aux sénateurs que ceux qui les élisent sont opposés aux OGM. Dix huit régions sur vingt deux ont pris des arrêtés interdisant les OGM, plus de 3000 maires ont pris des arrêtés, les conseils généraux organisent des référendums... », précise le leader de **la Confédération paysanne**. «

« **Les verts** », par la voix de Dominique Voynet, « demandent un débat public ». Questionnée, elle met en cause « un projet élaboré dans le secret des cabinets » alors que « le gouvernement avait promis une consultation publique ».

La reporter souligne alors que ce « combat », « certains socialistes l'ont rejoint ». Laurent Fabius propose : « il faut un moratoire et que l'on se soucie de la sécurité alimentaire, des agriculteurs et non pas des intérêts de grosses sociétés ».

On peut donc faire le constat du développement de formes de (re)présentation de la politique dans les éditions d'information qui préservent la catégorie constituée de l'information politique, en ce qu'elles articulent des enjeux politiques à des offres politiques.

B. Quelle « information politique » dans les journaux télévisés : une « treizeurisation » de l'information télévisée ?

On s'interrogera sur le phénomène dit de « **treizeurisation** » ou de « **pernautisation** » de l'information des journaux télévisés, s'agissant en particulier du traitement de la politique.

Mais peut-être conviendrait-il de différencier ces deux termes : la « **pernautisation** » viendrait traduire un éventuel processus « d'**apolitisation** » des journaux télévisés, hypothèse ici réfutée. La « **treizeurisation** » pourrait rendre compte de l'arrivée de « **sujets concernés** » au sein de la « **grande actualité** », « lointaine et complexe ». On s'attache ici, à montrer que cette arrivée n'est pas par définition, synonyme d'abandon d'un « **cadrage politique** » de « l'actualité ».

Si l'on prend en considération les façons de présenter et de représenter la/le politique dans les journaux télévisés, d'un point de vue pragmatique donc, on doit souligner l'intérêt des éditions d'information pour traiter des préoccupations et des perceptions des Français dans des rubriques sociétales où sont pris en compte des sujets « concrets » et « illustratifs ». Dans ce sens la « **treizeurisation** » opère mais parce qu'elle traduit, avant tout, les recompositions d'un espace public ouvert sur d'autres « grammaires » et « régimes » de médiatisation du politique, en liaison avec ce que sont ses changements de « référentiels ».

Si l'on doit en revanche, considérer les formes de raisonnement qui opèrent à travers le traitement télévisuel de la politique dans les journaux télévisés (la paradigmatique) et le pouvoir que ces formes ont ainsi d'engendrer des significations politiques, le phénomène de « **pernautisation** » nous semble relever **d'avantage d'arguments de circonstance, que d'une réalité**¹⁸⁵.

¹⁸⁵ Ce qui ne signifie pas bien entendu dans mon cadre d'analyse, que l'univers de la « politique télévisée apolitique » se limite à celui du « 13h » de *TF1*. Je m'attacherai dans le chapitre 2 que les procédés de « double cadrage » de la politique qui affectent le « journalisme politique », tant au niveau d'un format politique, que des « stratégies de cadrage » de la politique des chaînes, révèlent la tendance des médias télévisuels à faire passer des messages politiques et à engendrer des significations politique dans des « catégories non-politiques ».

En effet - et au regard de ce qui a déjà été abordé, on peut avancer que les messages politiques que fait passer le « 13 heures » de *TF1*, sa « politisation », ne pourraient être engendrés dans le « monde » que construit un « 20 heures » sur la même chaîne ou bien dans un autre journal de la mi-journée, celui de *France 2*. Ces éditions d'information n'organisent pas un monde « apolitique » et cela change radicalement les possibilités offertes pour traiter de la politique et engendrer des significations politiques.

Pour faire passer des messages politiques tout en s'adaptant à une époque anti-politique, c'est-à-dire dans laquelle sont diffusées massivement dans l'espace public, des perceptions négatives et restrictives de la politique, ces journaux télévisés doivent faire avec une « politique dépolitisée » et non « apolitique ».

Pour illustrer cette affirmation, On s'intéressera au terrain qu'offre le **traitement télévisuel de la situation politique** qui a présidé au débat sur le CNE et le CPE au début de l'année 2006. On commencera par l'étude comparée de deux « treize heures » (*TF1* et *F2*) le 31 janvier, et du « 20 heures » de *F2* ce même jour, édition d'information dans laquelle le Premier ministre est invité, alors qu'il a, dans l'après-midi, répondu aux « questions au gouvernement » à l'Assemblée Nationale.

Puis on comparera les journaux télévisés de la mi-journée de *TF1* et *F2* (le 7 février) pour revenir sur la ligne éditoriale de ces deux éditions d'information, alors que les premières manifestations de masse contre le CPE ont eu lieu.

Le 14 mars, un mardi, jour des « questions au gouvernement », ce seront les éditions de « 13 heures » et « vingt heures » de *TF1* qui seront étudiées (ainsi que le 21 mars, à nouveau, les journaux télévisés de « 13h » de *TF1* et *F2*). Le 19 mars, une édition pour un public plus « politisé », le journal du soir de *F3*.

Enfin, le 31 mars, jour de la déclaration de Jacques Chirac sur le CPE, le « 20h » de *France 2*.

1. « Question politique » et « étiquetage politique » dans les « JT »

Quel lien peut-on établir entre le fait « **d'étiqueter** » comme « politiques » des (objets) informations et le fait de **poser une question** qui soit « politique », dans le sens où elle est fidèle à ce qu'est la catégorie d'entendement, le point de vue politique ?

On montrera que selon la hiérarchie de l'information que définit le journal télévisé et donc finalement selon le monde qu'il construit, **l'étiquetage (politique)¹⁸⁶ a une fonction bien différente.**

Dans un « **monde politique** », les journalistes peuvent se passer d'étiqueter comme politique une information qui risquerait d'être porteuse de procédés de « **disqualification de la politique** »¹⁸⁷, si elle était qualifiée « d'actualité politique » par exemple. Car le dispositif télévisuel va, à travers d'autres paramètres que ceux de la sémantique et du cognitif, solliciter des points de vue politiques, en raison du type de questions posées, des invités, de la mise en contradiction de leurs propos¹⁸⁸.

Dans un « **monde apolitique** », l'usage de **catégories instituées « non politiques »**, car elles ne sont pas « étiquetées » comme telles, traduit alors, l'absence du **point de vue politique**. On n'attend rien de la politique, et ce même si il est traité d'une « actualité gouvernementale » ou que l'on reçoit un **représentant politique**. Surtout, il y a « **la place** » de cette « actualité politique » dans l'univers de représentations de l'information télévisée *concernante* : l'actualité politique nous concerne de la même façon que la météo et la bourse (les « phénomènes de calendrier » et « l'actualité des régions » du « 13h » de Jean-Pierre Pernaut).

Voyons ce qu'il en est de **l'étiquetage et du traitement de l'actualité politique** qui se rapporte à « l'actualité » du CPE envisagée comme une « information politique ».

1/ le 31 janvier 2006 : séquences « TVA, emploi et CNE » ou « chômage/TVA »

Les éditions du 31 janvier sont intéressantes puisqu'elles évoquent **trois sujets qui sont liés à l'actualité du CNE** : « le non polonais » (à la prorogation de la TVA), les chiffres et « le recul » du chômage, le débat à l'assemblée sur le CPE.

¹⁸⁶ C'est-à-dire le classement dans la catégorie « politique », cf. le chapitre 3 pour une distinction entre catégories sémantiques et conceptuelles/référentielles de la politique.

¹⁸⁷ Cf. le chapitre 2, pour des exemples de ce type de procédés caractéristiques de la « politique dépolitisée », et le chapitre 3, pour une mise au point théorique.

¹⁸⁸ Cf. la description de la stratégie de cadrage de Christophe Hondelatte dans le journal « de 13h » de *F2*.

Les « 13h »

Dans les **titres** du journal de **F2** seul le « **non polonais** » à la prorogation de la TVA à 5,5 % dans le secteur du bâtiment est mentionné.

Ce sujet est traité dans le journal après les événements du jour : la collision de deux cargos dans la Manche, l'interpellation d'un suspect dans une affaire de viol sur une jeune fille, la disparition de l'alpiniste Jean Christophe Lafaille, la décrue après **les intempéries** dans l'Aude, enfin, l'absence de courant dans le Tarn.

Dans le sujet en question **un représentant de la Fédération française du bâtiment** explique que c'est **la création de 60 000 emplois qui est en cause**, le reportage montre les **autorités européennes en débat**, « Thierry Breton essaie de persuader ».

Un direct est établi avec Jean-paul Chapel, **le correspondant de la rédaction à Bruxelles**. Celui-ci nous explique qu'il s'agit de « la vengeance du plombier polonais » : « ils demandent 5,5 sur le logement neuf... » Mais « les Européens leur font comprendre que s'ils bloquent tout, ils leur feront payer ensuite ».

Puis la présentatrice lance le sujet suivant en reprenant les dernières données sur le **chômage** qui marquent « un recul » de celui-ci.

Le reportage est consacré au « nouvel outil des ANPE », le suivi personnalisé. On y apprend que « c'est la pagaille » ; certains **demandeurs d'emploi** interrogés affirment que « ça motivent », d'autres que « ça ne change rien ». On écoute également **un conseiller ANPE**, et un **syndicaliste**, ce dernier expliquant que ce dispositif est « une machine à radier ».

« C'est dans ce contexte que va débiter à l'Assemblée Nationale, le débat sur le CPE », lance Elise Lucet. **Le PS, l'UNEF** « rappellent les troupes ». Reportage à l'Université de Paris 12 où « le CNE fait débat à la cafétéria ».

Le commentaire journalistique indique qu'en « avançant de deux semaines le débat, le gouvernement a essayé d'aller plus vite » que ceux qui appellent à la mobilisation. En retour plateau, la présentatrice du « 13h » indique que la **CGT** appelle à des rassemblements en France.

Puis lance : « TVA, CPE, emploi... autant de sujets abordés par Dominique de Villepin à 20h dans le journal de David Pujadas.... »

Sur *TF1*, le premier titre porte sur les **conséquences des intempéries** du week-end (reportage sur une bergerie effondrée).

Le deuxième sujet est consacré à la **collision sur la Manche**. Suit un reportage sur une **intervention de la police** dans un quartier difficile à Paris.

Puis c'est l'**annonce des chiffres du chômage** « illustrée » par un reportage où l'on voit un jeune magrébin, qui s'appelle « Mohamed », se rendre « tous les jours à l'intérim » et qui « a suivi une formation »... « Sans succès », conclue le reportage.

Pour le **sujet sur la TVA**, pas de correspondant à Bruxelles, pas de représentants politiques au travail, mais un reportage en Pologne, à Katowice, pour **voir des ouvriers polonais au travail**. « Et les artisans français attendent ces taux » indique le présentateur en retour plateau. « L'Europe » est pourtant présente dès le reportage suivant, consacré à « la paperaise européenne qui gêne les éleveurs français ». Après ce seront les « petits restos » qui seront évoqués dans le cadre d'une série de reportage sur ce sujet dans le « 13h ».

Avant de parler du « 20 heures », que dire du « contexte d'information » dans lequel intervient (ou pas) cette actualité du débat à l'assemblée sur le CPE, tel que le définissent les journaux de la mi-journée ?

Le schéma du « 13h » de *TF1* est « classique » : pas « d'information politique » ; mais un sujet « chômage » qui va définir un « climat social », plutôt que de se rapporter à une « actualité politique », à des « projets politiques », à des « politiques publiques », qui sont le jour même en discussion au parlement, celles qui ont trait au CPE.

Cet élément d'information sur le CPE est absent du « 13h » de *TF1*. Dans ce journal d'information de la mi-journée, le « 13h » de *TF1*, il y a en effet, une actualité sur le CPE, qui n'apparaît **pas directement** dans le traitement, si ce n'est qu'elle **trouve un écho** à travers l'annonce **des chiffres du chômage** et les reportages qui s'y rapportent dans le cadre familier de la hiérarchie de l'information ou du « monde » que construit quotidiennement le journal.

C'est la même remarque, mais symétriquement inverse, s'agissant du journal télévisé de *F2* : on ne peut comprendre le traitement du sujet sur le CNE que parce qu'on mesure ce qu'est le travail quotidien de cette édition d'information sur la réalité, comme on l'a vu précédemment : trouver des formes **de présentation de problèmes sociopolitiques qui**

n'évacuent pas la politique, son « actualité », ses représentants, et surtout qui la laisse voire comme une activité qui a vocation à gérer ces problèmes, le chômage comme le coût de l'eau.

Il faut remarquer en effet, que, sur *F2*, la séquence qui suit celle « TVA - emploi – CNE » aborde « la question du 13h » annoncée dans les titres, « les abus sur les prix de l'eau ». Selon une enquête du magazine « *Que choisir ?* », les prix sont « exorbitants », à l'instar des « bénéficiaires des sociétés de l'eau... près de 60% en Ile-de-France ».

Le commentaire précise, que, « les politiques ayant refusé de s'exprimer », ce sont « les directeurs de service qui répondent » et que le magazine « pose les vraies questions à la veille du débat à l'assemblée ». **Le Président d'UFC – *Que choisir ?***, Alain Bazot est en plateau et débat de l'opportunité du retour à des **régies municipales** afin que « les élus aient une autre offre », face à la « concentration » et au « duopole du marché de l'eau ». **Des élus** qui cette fois-ci apparaîtront en la personne du maire UMP de Chalon sur Soane, ainsi qu'un « **chef de projet** » à la mairie afin d'expliquer comment cette ville entend apprendre et réussit à économiser de l'énergie (chaufferie au bois, « quartier de haute qualité environnementale », ampoules au néon, énergie solaire...).

Ce « débat sur le coût de l'eau », est bien différent d'un traitement télévisuel du constat « **ça augmente** », qui n'offre pas une **grande intelligence des mécanismes sociaux**, quand bien même, les savoir-faire « ethnographiques » pour compte du **vécu** des usagers sont réels.

Comment comprendre le lien entre « question » et « étiquetage » politique dans les « JT »?

Ce qui apparaît comme une « actualité politique » l'est parce qu'elle est étiquetée comme telle, dans « l'actualité politique » ou la « page politique » du jour.

Elle peut cependant, comme on vient de le voir avec le traitement politique du sujet sur l'eau dans le « 13 » heures de *France 2*, ne pas relever de cette « catégorie », quand cette « actualité » apparaît sous la forme non pas d'un **projet gouvernemental, mais plutôt de « rapports », de statistiques** (des « chiffres »), élaborés par des institutions diverses. Cette actualité donne lieu à un traitement télévisuel évacuant alors bon nombre des formes de

(re)présentation de la politique sous la catégorie instituée de « l'information politique ». Pourtant, **des questions politiques semblent posées et traitées.**

C'est le cas avec les sujets dits « **de société** », « **santé** » et « **environnement** » par exemple. Ces sujets qui sont « **concernants** », peuvent donner lieu à un traitement qui confère à la politique, **ses autonomies symbolico-cognitives...**

... ou bien être abordés en dehors de tout « cadrage politique ».

« **Un rapport public** » sur les maladies nosocomiales dans les hôpitaux publics est diffusé le 6 février 2006, dans le « 13 heures » de *TF1*. Est-ce un « sujet « politique » ? Il n'est pas étiqueté comme tel naturellement, dans ce journal apolitique.

Le problème pourtant, est de savoir si **la question que l'on pose est « politique »** : faut-il sanctionner les hôpitaux qui ne respectent pas la réglementation ? Comment agir ? Or, dans le journal de Jean-Pierre Pernaut, l'argument peut se résumer ainsi : « il y a des maladies nosocomiales, des gens qui luttent contre ces maladies dans les hôpitaux avec plus ou moins de bonheur, selon le rapport public ». Un traitement qui ne confère aucune autonomie symbolique et cognitive à la politique.

Cette absence de perspective politique dans le traitement peut avoir lieu y compris quand des « **enjeux collectifs** » sont abordés (l'environnement), et, que dans le cadre du traitement télévisuel apparaissent des **institutions**, dont il est vrai, dans le « 13h » de *TF1*, les représentants sont peu « montrés » et « interrogés ». Dans les « 13h » de *TF1*, le 14 mars 2006, par exemple, à propos d'énergie solaire, « la ville de Lorient incite les usagers à récupérer l'eau de pluie ». Mais le reportage s'attachera surtout à mettre en valeur **le cas** de cet habitant, qui grâce à son équipement en énergie solaire, parvient à revendre son électricité à *EDF* !

Le « 20h » : Dominique de Villepin interrogé

Au « 20h » de *F2* le même jour, édition dont le **Premier Ministre est l'invité**, ce sont les chiffres du chômage qui seront traités sous la forme d'un **questionnement sur le mode de calcul et des modes de passage entre chômeurs et rmistes** (interview d'un économiste et infographie).

« C'est dans ce contexte » lance le présentateur, « qu'a commencé le grand débat sur le CPE ». On est ici en pleine « **page politique** » : « le premier effet du CPE est le réveil de la gauche », « on rivalise de formules » et le micro parcourt les **couloirs de l'assemblée nationale**. Quelques images des « premières manifestations ».

Retour sur le plateau : « nous avons voulu savoir comment ce CPE était ressenti », « l'impression est nuancée », affirme David Pujadas.

Le reportage considère **des patrons** qui sont « pour », **des jeunes** qui sont « plus partagés », le commentaire clôture ainsi : « les travailleurs précaires ne sont pas réticents à tenter l'aventure pour peu que les employeurs n'abusent pas de leur position de force ».

Vient alors le temps de **l'interview de Dominique de Villepin** à travers les questions suivantes : « une précarité formalisée » ou bien « une aide à l'emploi » ? « Pourquoi esquiver le débat en avançant de deux semaines ? » et des relances : « une baisse du chômage en trompe l'œil ? » « Un tournant libéral tout de même pour notre code du travail ? ». L'entretien se terminera par l'évocation du « patriotisme économique » au sujet de l'OPA de Metal Steele.

Le sujet suivant l'entretien avec le Premier ministre ? **Les intempéries...** qui ont provoqué la mort d'une cinquantaine d'animaux dans le domaine de Cigan, une réserve d'animaux d'Afrique. « Message » du reportage énoncé par un quidam : « c'est une politique aujourd'hui de ne pas reconstruire les digues »...

Au total, pour ces trois éditions d'information les « **chiffres du chômage** » servent de « contexte » pour introduire, ou non (sur *TF1*), au débat sur le CPE à l'Assemblée nationale. Mais ces « chiffres parlent » en fonction de **la structure du journal qui modalise chacun des énoncés**.

Pas de CPE dans le «13h» de Jean-Pierre Pernaut, les enjeux de ce projet politique seront traités en dehors de la référence à cette **actualité politique**. En creux pourtant, les « chiffres du chômage », en signe d'impuissance : le **journal diffuse des perceptions négatives et restrictives de la politique sans avoir à faire « d'information politique »**.

Sur *France 2*, il est fait de « l'information politique » mais selon des modalités un peu différentes. Dans le journal de la mi-journée, les « enjeux » sont davantage « **incarnés** » (notamment parce que les publics visés par la réforme sont mis en scène) que dans l'édition

de « 20 heures », même si David Pujadas en appelle aux « ressentis » et aux « impressions » de « patrons » et de « jeunes ».

Ceci nourrira notre réflexion sur les capacités du journalisme des « JT » à explorer le social. Mais revenons sur les problèmes d'étiquetage avec ici le cas d'une « **actualité** » dite « **sociale** ».

2/ le 7 février : le traitement des premières manifestations de masse dans les « 13 heures » : une « actualité sociale »

Sur F2, le **premier reportage** qui se rapporte au « slogan du jour », « le retrait du CPE » s'attarde sur un « exemple de mobilisation » à Toulouse, où l'on suit deux étudiants qui bloquent la faculté des sciences, distribuent des tracts.

On apprend que, sur les chantier d'à côté, **les ouvriers interrogés** sont solidaires ; un soutien apporté également par les **syndicats**. Des images des manifestations dans différentes villes de France sont diffusées et le journal établit **un direct** avec la Bastille où, alors qu'on assiste aux préparatifs du défilé, le reporter nous rappelle qu'il s'agit-là d'une « journée-test ».

Le second reportage est consacré au « débat à l'assemblée nationale » où le recours au **49.3** ainsi que les « 440 amendements déposés par l'opposition » portent le risque « d'éviter le débat de fond », ce qui est déploré de concert par tous les représentants politiques interrogés, UMP compris.

Cette séquence est suivie d'un reportage sur la **grève de « 10 contrôleurs aériens »** qui ont **utilisé** « le préavis de grève dans la fonction publique »... aéroport bloqué et **témoignages de passagers mécontents**.

Puis c'est « *la question du 13h* » : « va-t-on vers moins d'emploi pour les seniors ? » « Après la question de l'emploi des jeunes, celle des seniors », annonce le présentateur. Un reportage, puis un entretien en plateau avec la participation d'un recruteur pour les seniors, sont consacrés au débat sur la suppression de **la contribution Delalande** qui depuis 1987, vise à ne pas inciter les entreprises à se séparer de ses salariés les plus âgés : est-elle obsolète, quels effets pervers... voici les questions abordées dans cette séquence qui prend fin, non sans que l'invité expert propose de distinguer la « flexibilité » de la « précarité ».

A noter, un peu plus tard dans l'édition, plus bas dans le conducteur, un reportage du même ordre portant sur le sujet : « faut-il raser ou réhabiliter le logement social ? » où sont questionnés un architecte, un responsable de maison de quartier, du centre social, un bailleur social, tous sur le leitmotiv : « attirer de nouveaux habitants dans le quartier pour la mixité sociale ».

Le « 13h » de Jean-Pierre Pernaut, une fois passé son rituel premier reportage en forme de **clin d'œil** (cette fois-ci en direction de la flamme olympique des jeux d'hiver de Turin qui est aujourd'hui, de passage à Chamonix ; « on croise les doigts pour nos Français », ajoutera le présentateur), débute par « la pagaille à Orly ».

« Aucun vol en pleine vacances de février » et en retour plateau, après diffusion du reportage où l'on a également tendu le micro à des « hommes d'affaire » : « voilà le résultat d'une grève de 15 personnes ! ».

La transition du présentateur qui travaille sans prompteur, répétons-le, mérite d'être soulignée : « à côté de cette grève surprise, mais ça n'a rien à voir, journée de manifestations en France... »

On fait alors « un petit tour de France », on apprend que « la mobilisation est plus forte que prévue », que « les salariés sont inquiets pour leurs enfants », un syndicaliste s'exprime.

En retour plateau, Jean-Pierre Pernaut annonce les résultats d'un sondage selon lequel, 62 % des personnes interrogées pensent que le contrat CPE signifie « une hausse de la précarité ». Il lance ensuite : « le contrat qui s'en rapproche le plus, c'est le CNE » ; « quel est le bilan du CNE ? », c'est à la réponse à cette question qu'est consacré le sujet suivant.

Du reportage dans **une boulangerie** et dans **un bar** auprès « **d'employés** » et de « **patrons** », il ressort « un grand nombre d'interrogations ».

A la différence du « 13h » de F2, cette séquence portant sur le sujet du CPE ne **comporte donc pas de sujet d'information dite « politique »** (pas de représentants politiques, pas d'explication des stratégies politiques). Surtout elle n'est pas suivie comme dans l'édition de la chaîne publique par un dossier sur l'emploi des seniors (« on va parler de l'emploi des seniors après celui des jeunes », mais par « **toujours dans l'actualité sociale** » (dixit le présentateur), un reportage à l'usine Renault de Sandouville où 4700 salariés qui ont

connus « 40 jours de chômage technique cette année » sont menacés par un plan de restructuration.

Ici, l'étiquetage et l'accrochage du « CPE » sur « l'actualité sociale » permet de privilégier des grilles de lecture dépolitisantes en terme de « climat social », ce qui permet de « surfer sur une ambiance », plutôt que de participer à la compréhension d'une situation politique (ajournalisme), et (apolitisme) de rapporter l'information à du politique, des perspectives de changement.

Un procédé identique est à l'œuvre dans les « 13h » du 21 mars 2006.

TF1

Après les traditionnelles prévisions météorologiques, cette question : « l'euro ferait-il consommer les Français ? » fait l'objet du premier reportage (« le prix de la baguette multiplié par 6 »). Ensuite, la manifestation dans le Nord après le décès du maire de Pradelles, « un combattant de l'insécurité routière ».

Puis l'actualité qui **se rapporte au CPE**.

Premier reportage : « pour ou contre le blocus des universités ? » Deuxième sujet : « qu'en pensent les jeunes apprentis ? » L'occasion d'apprendre que « la main d'œuvre qualifiée ne veut pas du CPE ».

Et Jean-Pierre Pernaut de nous « rappeler qu'un jeune sur quatre de moins de 25 ans est au chômage ». Non sans ajouter que la CGT SNCF « qui n'est pas concernée », lance un préavis de grève.

Puis la dernière actualité qui se rapporte au CPE dans cette édition d'information est celle qui concerne les **affrontements entre les manifestants** et les forces de l'ordre. « Un syndicaliste a été grièvement blessé », et « huit manifestants parisiens » ont été placés dans le cadre d'une procédure de « comparution immédiate ».

France 2

L'édition de « 13h » fait le point sur l'actualité du CPE à travers un sujet sur les **incidents** qui ont conduit syndicaliste grièvement blessé, un autre sur la situation des blocages (agrémenté d'un « son » dans lequel l'actrice Sharon Stone de passage en France prend position en faveur des anti-CPE), puis un sujet consacré à la décision du Tribunal administratif de Grenoble, un autre consacré aux étudiants qui rattrapent les cours sur Internet et enfin un premier **bilan sur le CNE qui ne « crée pas plus d'emplois »**.

Faire « le bilan du CNE » et dire qu'il « ne crée pas plus d'emplois », c'est activer un « cadrage politique ». Alors que dire que « la main d'œuvre qualifiée ne veut pas du CPE » en rappelant dans le même temps, « qu'un jeune sur 4 de moins de 25 ans est au chômage », c'est, engendrer des significations politiques, mais sans faire « d'information politique ».

2. Le « journalisme politique » des « JT » : entre l'exploration du monde social et celle des « jeux » politiques

Dans quelle mesure les journaux télévisés peuvent-ils parvenir à **fournir une meilleure compréhension des mécanismes sociaux en même temps qu'ils doivent rendre compte d'un « climat social »** ? Cette problématique du « miroir » et de la « fenêtre », est au cœur du questionnement sur les **capacités** d'exploration de l'information télévisée, et, sur ses **finalités**.

Les médias télévisuels rendent **pragmatiquement** compte du « sens commun » sur les sujets d'actualité abordés, plutôt que de diffuser « l'actualité institutionnelle » qui se rapporte à ces sujets. Parce que le traitement télévisuel de la parole institutionnelle et politique, est porteur de procédés de **disqualification**, le « cadrage » sera celui du « jeux » et des « coulisses » de la vie politique. Cependant, l'information télévisée dans les « JT », parce qu'elle permet un **traitement du monde social**, et des « visions » qui y sont attachées, semble autoriser un renouvellement du traitement de l'information télévisée dite « politique ». Sur quelles bases et avec quels résultats ?

1/ « les Questions au gouvernement » à l'Assemblée : les « 13h » et « 20h » de TF1, le mardi 14 mars 2006

« Le 13h »

« Pas de doute, le mouvement anti-CPE continue de grossir... certains lycéens rejoignent le mouvement, tandis que le Parti socialiste porte l'affaire devant le conseil constitutionnel », lance Jacques Legros qui présente cette semaine les journaux de la mi-journée de TF1.

Reportage à Toulouse où « les enseignants et même le personnel ont rejoint les étudiants ». Reportage sur le blocage, « l'AG »... « Une semaine décisive », **témoignages** d'étudiants et d'une enseignante.

Deuxième reportage à Arras, consacré à **une seconde catégorie de population : les lycéens** du lycée Guy Mollet : propos de lycéens qui **font le point sur l'argumentaire anti-CPE**, indiquent l'état de la mobilisation ; gros plans sur les pancartes et les barricades, information sur les AG qui doivent décider de la poursuite du mouvement alors que la question des examens se pose.

« Les jeunes de moins de 26 ans qui ne sont pas tous étudiants évidemment » reprend le présentateur pour lancer le sujet suivant : « nous avons voulu donner la parole à ceux qui quittent l'école plus tôt, les opinions sont partagées comme vous allez le voir ». Reportage à Nantes (dans une ANPE) : « A 19 ans, **Nora** recherche un emploi depuis déjà un an, un **CAP d'employé** de collectivité en poche, elle enchaîne les contrats à durée déterminée ou les remplacements, chaque semaine elle vient à la mission en quête d'un emploi plus stable et si un employeur lui proposait un jour un CPE sa décision est prise » pose le commentaire. « Depuis que je suis petite je voulais travailler, malheureusement j'ai arrêté l'école en espérant trouver du travail ce qui n'a pas été le cas... », affirme **la jeune femme magrébine, (filmée en gros plan)**. « Simon, 23 ans, découvre également le marché de l'emploi et ses galères », « il n'a pas d'avis définitif mais redoute surtout la période d'essai ». Des divergences que l'on retrouve également à la sortie d'une **Agence Nationale Pour l'Emploi, diplômés ou non** »... certains sont inquiets « par la précarité » et d'autres pensent que cette « souplesse ne devrait pas profiter uniquement à l'employeur ». « Est-ce qu'on aura accès au

logement, aux prêts » s'interroge **Camille** dont on souligne qu'elle est une jeune diplômée. « Autant d'interrogations qui rendent difficiles le passage à la vie active ; dans les Pays de la Loire, fin 2005, 23% des demandeurs d'emploi avaient moins de 25 ans » conclue la journaliste.

Retour plateau : « et toujours à propos du CPE commentaire de Nicolas Sarkozy ce matin devant le bureau de l'UMP à l'Assemblée : il ne faut pas rompre le fil du dialogue avec la société française a dit le ministre de l'Intérieur avant d'ajouter qu'il fallait être ferme mais sans excès de rigidité ».

Puis un « son » sur Jacques Chirac au sommet franco-allemand de Berlin. Reportage *d'illustration* portant sur un accord avec les autorités allemandes en matières de sanction des excès de vitesse. Il faut noter qu'une déclaration du **Président français** sur le CPE, tout juste recueillie lors d'une conférence de presse à Berlin, sera diffusée par la suite dans le journal (« il va de soi que je soutiens sans réserve l'action du gouvernement... pour l'intégration, l'emploi des jeunes»). On notera en matière de politisation explicite des messages, la symétrie des références d'un part à **Nicolas Sarkozy**, de l'autre au Président de la République – quels temps de parole pour la représentation nationale et l'opposition ?

Ce qui est intéressant dans ce traitement télévisuel, c'est le soin apporté par le « 13h » pour **distinguer des populations** et comme on l'a dit pour les rendre vivantes à travers des **témoignages** qui donnent une **épaisseur psychosociologique** aux individus.

La « **parole ordinaire** » est beaucoup plus riche d'un point de vue journalistique, non pas seulement car elle est plus incarnée mais parce qu'il y a un véritable savoir-faire pour parvenir à faire dire aux gens ce que sont les principaux **arguments qui balisent le débat public**. Le public des « JT » participe-t-il de ce débat quand les arguments qui le balisent prennent les allures du sens commun, alors qu'il les refuserait s'ils devaient être énoncés par un membre du personnel politique ? Ce que l'on peut constater c'est que ce type de « travail journalistique », l'édition d'information du « 20h » ne semble pas la réaliser.

Car, à nouveau, il faut noter une différence entre le « 20h » et le « 13h » qui renvoie au fait que faire de « l'information politique » à l'aide de certaines formes de (re)présentation

de la politique, c'est inévitablement « faire passer des messages politiques », selon certaines formes de raisonnement, et donc de « cadrage » de la politique.

Le « 20h » : les « jeux » au « 20h », les « enjeux » au « 13h » ?

Dès les titres, avec davantage d'insistance cependant sur la politique nationale, sont reprises **les informations déjà développées dans le « 13h » sur l'actualité du CPE** : « Jacques Chirac s'engage totalement et sans réserve avec le gouvernement », « les socialistes déposent un recours devant le Conseil Constitutionnel ».

On apprend en revanche dans l'édition de « 20h » que « **le Premier ministre** estime que ce contrat fera baisser le chômage » (pour annoncer les déclarations faites pendant « les questions au gouvernement » qui se sont déroulées au cours de ce mardi après-midi), qu'une « cinquantaine d'universités seraient bloquées » et que « des heurts ont en ce moment lieu autour de la Sorbonne ».

La séquence dévolue à « la fronde contre le CPE » débute par cette information que donne Patrick Poivre d'Arvor : « Dominique de Villepin va réunir demain soir un séminaire gouvernemental ».

Le premier reportage rapporte **les heurts violents** qui se sont déroulés en fin de soirée dans le quartier de la Sorbonne. Le second sujet fait le point en France, sur les « 50 facs sur 81 qui sont bloqués ou en grève ». Puis c'est « Rennes 2 » sur lequel est porté l'attention du téléspectateur, puisque « la justice a ordonné au Président de cette Université de mettre des locaux à la disposition des non grévistes ». Sont recueillis **les témoignages de ce Président**, d'un membre de la coordination antiblocage, de grévistes défilant dans Rennes.

Vient ensuite **le compte rendu des déclarations politiques du jour** et des échanges à l'Assemblée, « récit » lance le présentateur. On nous fait remarquer que le Président de la République « a fait une entorse au principe » qui veut qu'il ne s'exprime pas à l'étranger sur des sujets nationaux ; la journaliste rapporte **les propos de François Hollande** qui « demande le retrait du CPE » : « l'autorité dont vous parlez commence par la sagesse » ainsi que la réponse du Premier ministre : « il faut sortir des généralités pour entrer dans la vie réelle ». Puis ce sont **les couloirs de l'Assemblée** : « officiellement à l'UMP, pas de

flottement » note le commentaire alors que Jean-Marc Ayrault souhaite que l'on « écoute davantage les Français ».

Après un « récit », une « enquête » : « qui sont les manifestants ? » et le présentateur d'ajouter « sont-ils influencés dans leur mouvement ? »

Il nous est dit qu'ils « passent leur temps à voter afin de savoir si « ceux qui sont à la tribune »...« ont le droit de parler », que « les syndicats ont le droit à la parole » mais que « dans les manifestations, les banderoles syndicales et les slogans partisans sont bannis », enfin qu'à Paris 12 qui traditionnellement ne bouge pas, une mobilisation est en marche et que ses « organisateurs » sont des membres de **SOS-racisme, de la FIDL, des MJS**. La séquence d'information consacrée au CPE s'achève par une « enquête des correspondants en région » afin de savoir si les lycéens vont « entrer dans le mouvement ». Seule une jeune lycéenne témoignera, pour affirmer sur un ton véhément : « la jeunesse a une conscience politique et la jeunesse votera en 2007 ».

Comme dans les autres éditions d'information, c'est l'actualité **dite sociale** qui est ensuite abordée : revendications salariales pour les employés du métro de Toulouse, de l'aéroport de Marseille, grève des animateurs du réseau France Bleu de radio France. On passera après à la grippe aviaire, autre titre du « 20h ».

Il semble au total que l'on reste **dans le registre de l'actualité d'un « 20h »** : restituer l'information du jour sans insistance particulière ni dans la forme, ni dans le fond, sur les « jeux » non plus que sur les « enjeux » qui sont liés à cette crise du CPE.

Pas de « pernautisation » de l'information du « 20h » non plus, si l'on s'en tient à l'actualité politique : les représentants politiques et leurs déclarations sont bien là. En revanche « l'enquête » annoncée par Patrick Poivre d'Arvor fait pâle figure à côté du regard que l'on pourrait dire ethnographique du « 13h » sur **les populations non pas qui manifestent** mais qui sont « concernées » par le CPE. D'où un traitement sur les « enjeux » du CPE qui semble beaucoup plus efficace... pour peu qu'elle soit rapportée à des « offres politiques ».

Le « 20h » ferait-il mieux en matière de « jeux » ? On peut en douter si l'on observe une édition du soir sur *F3*, puis l'édition du 31 mars du « 20 heures » de *France 2* qui met en place un dispositif d'information spécial pour traiter de la déclaration du président de la République.

2/ les « journaux télévisés du soir » : des spécialistes de « l'information politique », autrement dit des « jeux » politiques ?

Une édition d'information « du soir » : F3, le dimanche 19 mars

« Au lendemain de la forte mobilisation contre le CPE, les syndicats ne relâchent pas la pression sur le gouvernement » titre le « Soir 3 ».

Le premier sujet est lancé sur la question suivante : « quelle est la stratégie des syndicats face au gouvernement qui refuse de plier ? ».

Le reportage débute par relater la manifestation des « antiblocages » à Paris. Un représentant du « collectif national SOS facs bloquées » est interrogé, le commentaire souligne que ces manifestations sont « sans contenu politique et sans syndicats », que les manifestants revendiquent « juste la liberté d'étudier ».

A Dijon, c'est **la coordination nationale des étudiants** de « 466 délégués » qui se réunit afin de décider de nouvelles journées d'action. Après les étudiants, les politiques : « le gouvernement ne recule pas » en dépit « de la mise en garde du **PS** », « à **droite** » c'est « l'appel à Jacques Chirac », même si « certains sont tentés de lâcher du lest », d'autres « considèrent que reculer est pire que tout » (Claude Gloasguen interviewé et présenté comme un proche de Nicolas Sarkozy : « appliquer la loi puis discuter »). « La main offerte par Jean-François Coppe est refusée », Julien Dray, François Hollande.

Les termes du sujet sont ici : « être dans l'impasse », « surfer sur la vague de la contestation » ou encore « perdre la face ».

Maintenant **le troisième acteur de la crise : les syndicats**. Jean-Claude Mailly, Secrétaire Général de FO était l'invité de l'édition 19-20. Quelques-uns de ses propos sont repris : « 2 jours pour retirer », « un mot à dire : retrait ! »...

Jean Marc Blier, chef du service politique se livre alors dans la continuité des reportages précédents, à l'exercice de **l'éditorial politique** : quels sont les scénarios possibles ? Va-t-on « vers un bras de fer », plutôt « un pourrissement », une censure du Conseil Constitutionnel, une dissolution qualifiée de « baroque » ? Dominique de Villepin, cet « homme courageux » avec « son côté Bonaparte », ou encore cet « os sur lequel les syndicats sont tombés », est-il présidentiable ? Le chef du service politique de conclure : « pour le

Premier ministre, la France doit s'adapter », mais il « ne doit pas écorner son image »... car c'est « une partie de poker » à laquelle nous assistons, « tout est sur la table » et il ne faudrait pas que cette crise révèle « une incapacité à écouter les préoccupations des Français ».

Les journaux du soir visant un public informé et politisé, on vérifie que plus « **c'est politique** », plus les « **jeux** » sont prévalents.

Le « 20 heures » de France 2, le 31 mars : l'intervention de Jacques Chirac

« Une grande partie de ce journal sera consacrée à **la crise du CPE** avec dans moins de trois minutes une allocution solennelle du chef de l'Etat qui sera largement commentée, avec les réactions à chaud des syndicats, des organisations étudiantes et du parti socialiste », débute Béatrice Schonberg. Apparaissent à l'écran, en incrustation, Jean-Claude Mailly, Bruno Julliard, François Hollande.

« Nos équipes sont mobilisées à Paris et en Province », prend soin de préciser la présentatrice. « Après le feu vert du Conseil constitutionnel, le président est en première ligne » ajoute-t-elle, non sans indiquer que « bien sur, Gilles Leclerc, commentera pour nous cette allocution ».

Et puis en attendant le début de l'allocution, tous les éléments du **contexte** de cette déclaration sont passés en revue, « les paramètres », des « stratégies » à « l'historique » de la « crise »... L'intervention du Chef de l'Etat est également rapportée à une autre « **crise** », celle des « banlieues », « en novembre dernier ».

Après la déclaration du chef de l'Etat, le **journaliste politique commente**, ainsi que les responsables associatifs, syndicaux et politiques invités : « Ouverture ou pas ouverture du Président ? »

Toutes les **déclarations** et les **commentaires** s'orientent, dans des schémas explicatifs, il faut bien le dire, assez peu clairs (« pour être clair » clame la présentatrice), qui sollicitent des grilles de lecture en terme de bonne « gestion du dossier », de « méthode ».

Après le recueil des **réactions** des leaders de FO et du PS, la journaliste lance un sujet qui « fait le point sur le dossier du CPE », « élaboré sans concertation ».

« Dominique de Villepin pensait avoir trouvé sa recette pour lutter contre le chômage des jeunes », ce serait la seule « unité d'analyse » qui pourrait se référer à un traitement de cette actualité du CPE comme un « enjeu ».

Pour les reste, le commentaire journalistique mobilise un **registre narratif** et de **personnification** autour de la « personnalité » du Premier ministre : « Il reste sourd aux manifestations de la rue », « veut aller vite », « il pense avoir gagné la partie » ; « puis c'est la mobilisation », « la menace de la grève générale », « la solidarité de la majorité montre quelques failles », « il faut ouvrir une dialogue constructif et constant », « les syndicats sont réunis à Matignon », « le 28 mars la grande manifestation », « l'opposition monte le ton », « il est sous pression » et « commet un lapsus » (« la démission » et non « la décision » du conseil constitutionnel).

Suit alors un « **off** » sur la mobilisation en France, et la **réaction** de Bruno Julliard président de l'UNEF. Il déclare « refuser la légalisation de la précarité ». « Vous appelez à la responsabilité et à la mobilisation », lui demande la présentatrice ?

Seront également diffusées les « réactions » de la CGT, et vers « 20h30 » comme annoncé, celle « attendue » de Nicolas Sarkozy (et puis celle de François Bayrou).

Cette séquence consacrée à la déclaration solennelle du chef de l'Etat prend fin. Y fait suite un sujet sur **la décrue du chômage** « expliquée par la multiplication des contrats aidés ».

A la fin du journal, des **extraits** du propos du président sont repris et le journaliste politique conclue : « le dialogue de sourds continue ».

On voit ainsi que si les « 20h » sont davantage « **politiques** » c'est parce que dès qu'ils abordent les « jeux et les enjeux de **la politique nationale** », le « cadrage » de ce que l'on pourra nommer le « journalisme d'état-major »¹⁸⁹ prend le dessus.

Faute certes, de rendre compte des projets politiques et des politiques publiques qui, précisément, déterminent ces « enjeux ». Mais également peut-être parce que traiter

¹⁸⁹ Cf. la section 2 du chapitre 2.

des enjeux de la politique nationale sans les lier aux « préoccupations et des perceptions des Français », dans un traitement télévisuel adéquat, conduit aujourd'hui, en raison des perceptions négatives et restrictives de la politique dans l'espace public, à ce que toute réalité politique devienne « jeu ».

Au terme de ce premier chapitre, il est nécessaire de proposer une conclusion partielle qui synthétise les résultats acquis par l'analyse du corpus des « JT », et, qui annonce l'intégration de ces acquis dans la grille interprétative et théorique du chapitre 3 de la thèse.

Il s'agissait dans ce chapitre (« **La politique à l'épreuve des journaux télévisés** »), de s'interroger sur l'évolution des formes de (re)présentation de la politique dans les journaux télévisés. J'ai constaté l'effacement de certaines de ces formes télévisuelles en même temps que, d'autres semblaient au contraire, indiquer un renouvellement des formes de convocation de la politique dans les éditions d'informations quotidiennes. La question est alors de savoir si ces « autres » formes de présentation et de représentation de la politique relèvent de ce que l'on considère être « la catégorie de l'information politique ».

Pour y répondre, il est à mon avis nécessaire de ne pas les étudier uniquement du point de vue de leur « contenu » (représentation), ni uniquement non plus, du point de vue de leur « étiquetage » (présentation), mais également du point de vue des **formes de raisonnement** qu'elles sollicitent. Autrement dit, pour savoir si des formes de convocation de la politique relèvent de la catégorie de « l'information politique », il ne faudra pas « s'arrêter » à l'étude des formats télévisuels institués de cette « catégorie », mais prêter attention également, au « **cadrage** » de la politique par « l'information télévisée ». Comme je l'ai observé en effet, le traitement télévisuel de l'actualité sociopolitique dans les journaux télévisés peut donner lieu à des formes de (re)présentation de la politique, qui, si elles ne sauraient être tout à fait inédites, échappent à une catégorisation analytique en terme « d'information politique ».

Pourtant, j'ai aussi montré - et ce sera également le cas s'agissant des « magazines d'information » étudiés dans le chapitre 2 (« la politique dépolitisée des médias télévisuels ») – que ces formes de (re)présentation de la politique peuvent servir un « cadrage politique » de « l'actualité ». En ce sens, je dirai donc qu'elles relèvent de la **catégorie constituée de l'information politique**, puisqu'elles **articulent des « enjeux » politiques à des « offres » politiques**. C'est précisément à l'observation de cette « articulation » que sera consacré le chapitre 2, à travers une étude du renouvellement du « journalisme politique » à la télévision.

Mais je voudrais conclure définitivement ce premier chapitre, en préfigurant à l'aide de quelques mots, ce que sera l'intégration de cette étude des formes de (re)présentation et de raisonnement sur la politique à la télévision, dans la problématique de la « **catégorisation télévisuelle de la politique** ». Cette étude permettra d'analyser les rapports qu'il y a entre des « repères cognitifs » (institués, de la pratique télévisuelle) et des « catégories intellectuelles » (des « cadres de pensée », « d'interprétation »), avec la « catégorie d'entendement » *politique*. Comme on a déjà pu l'observer dans le cas de l'information des journaux télévisés, avec les formes de (re)présentation de la politique fonctionnent des « opérations de pensée » qui, au premier titre, mobilisent l'articulation conceptuelle partisane et normative, constitutive de la catégorie de pensée *politique*.

Il s'agira alors d'observer ce que je nomme les « **jeux sémantiques et cognitifs** » sur la catégorie constituée de l'information politique, auxquels procèdent les professionnels de la « politique télévisée ». Comme celui qui a consisté, pour les professionnels de l'information des journaux télévisés, à ne pas étiqueter comme « politiques » un certain nombre « d'objets d'information »... soit parce qu'ils souhaitent éviter les « procédés de disqualification » de la politique, qu'entraîne pareille labellisation dans un « espace public » qui est marqué par des perceptions restrictives et négatives de la politique, et sauvegarder ainsi la possibilité d'un « cadrage politique » de l'actualité... soit parce que la marginalisation assumée¹⁹⁰ par ces professionnels, de certaines formes télévisuelles instituées de « l'information politique », vient traduire le « nivellement symbolique » de la politique à la télévision, et, surtout, leur désir de faire passer des messages politiques à la télévision, en dehors de **cette catégorie constituée de l'information politique**.

¹⁹⁰ Cf. la polémique suscitée par les propos de Patrick Le Lay, s'agissant des objectifs de la chaîne qu'il dirige.

CHAPITRE 2

LA POLITIQUE DEPOLITISEE DES

MEDIAS TELEVISUELS

Dans un article où Guy Lochard et Jean-Claude Soulages¹⁹¹ défendent « les analyses » de la parole politique qui « n'occultent pas les enjeux sous jacents à des mutations plus fondamentales et plus générales des conditions d'exercice de la parole publique dans le média télévisuel », les deux chercheurs soulignent le « **processus de découplément** qui se réalise entre le **média télévisuel généraliste** et la **parole politique institutionnelle** durant les années 90 ».

« Entraînée par sa logique d'empathie, constamment réactivée avec son public, tout en se dotant de ses propres outils de réfraction de la parole sociale et collective, la télévision dominante s'est progressivement déliée, puis **véritablement affranchie, de ses contraintes de publicisation de la parole politique représentative** qu'elle a contribué à ringardiser ».

Un examen « chronologique », puis « typologique » des évolutions de « la **parole politique** à la télévision », permet d'« entrevoir deux glissements dans la mise en scène de la **parole publique** à la télévision ».

« Le premier porte sur le statut de cette parole publique », « le deuxième est relatif au média lui-même ».

S'agissant d'abord du **statut de la parole publique**, « ce qui s'est progressivement imposé, c'est une forme de **retrait ou d'effacement partiel de la délégation de la parole incarnée par l'expertise ou la représentation électorale ou institutionnelle, au profit du témoignage brut ancré sur l'expérience vécue** ».

« Le deuxième glissement est relatif au média lui-même, qui en s'autonomisant a pu engendrer de **nouveaux cadres d'intégration pour ses usagers en réussissant à s'accaparer des pans entiers de l'expérience sociale et culturelle de ces derniers. Quitte à priver les politiques de leurs objets de discours en les reléguant dans des rôles subsidiaires de responsables ou de coupables et ne scandant plus que leur gesticulation, exhibée comme dérisoire** ».

« Ce sont donc bien (les) **formes télévisuelles qui ont**, de façon abrupte, **changé la donne en exhibant et en documentant les paroles de témoignages des gens ordinaires et**

¹⁹¹ LOCHARD Guy & SOULAGES Jean-Claude, 2003, « La parole politique à la télévision. Du logos à l'Ethos », in *Réseaux*, n°118.

œuvré ainsi à former leur propre citoyens-télespectateurs » (...) « dans des répertoires continûment **enrichis par l'évolution des dispositifs télévisuels** qui désormais, s'autorisent **l'économie de la mise en assertion argumentatives et conclusives du monde**, propres aux dispositifs dans lesquels les politiques s'étaient laissé enfermer ».

« Du côté de la réception, on peut alors comprendre, que (si) d'un certain point de vue, le débat délibératif a pu constituer très longtemps **une béquille indispensable à la réfraction de l'expérience sociale**, (il) apparaît manifestement superflu aujourd'hui, au vu des **ressources génériques et argumentatives** accumulées par le public de l'audiovisuel »¹⁹².

C'est assez clairement semble-t-il, ce « changement de donne » qui motive l'ambition affichée par le directeur de l'Information de *France 2* à l'occasion de la rentrée télévisuelle de septembre 1996, quand il déclare vouloir « redécouvrir notre pays au-delà des mots de ceux qui nous gouvernent »¹⁹³. Une formule qui vient très explicitement exprimer ce qu'a été **la politique dépolitisée des médias télévisuels ces dix dernières années**¹⁹⁴.

Si en effet, comme je propose de l'envisager, le « journalisme politique » peut paraître en « crise », c'est faute de disposer de ce qui faisait ses lettres de noblesse, la diffusion et le commentaire de la parole politique, dont la « publicisation » lui était dévolue. Longtemps alors, « faire de l'information politique » à la télévision, a consisté à diffuser le « discours politique » des représentants politiques et à en assurer le commentaire en dévoilant les ruses et les codes (idéologiques).

Si la parole politique est affectée dans sa « publicisation », c'est donc parce que :

- à un premier niveau, elle est concurrencée par une autre parole publique, celle que diffuse les médias télévisuels, qui, en raison des savoir-faire qu'ils revendiquent en matière de lecture du monde social et de « réfraction de l'expérience sociale », « prive les (représentants) politiques des objets de leurs discours ».

¹⁹² Que l'on pense à l'élection présidentielle de 2002, qui marque une rupture dans l'exposition médiatique des offres politiques, puisque « symboliquement », il n'y a pas eu de duel télévisé pour le second tour. Une situation qui s'explique naturellement par l'état des rapports de force au sein du champ politique à ce moment-là.

¹⁹³ Jean-Loup Demigneux.

¹⁹⁴ En attendant de différencier dans le chapitre 3, à l'instar du chapitre 1, au sein de ce qui a pu être globalement apprécié comme un regard non-politique, ce qui relève d'un regard dépolitisé et d'un regard apolitique, traduisant la dualité du réaménagement symbolico-cognitif de la politique à la télévision ces 10 dernières années.

- à un second niveau de lecture, et avant tout peut-être, la parole politique publicisée à la télévision a (avait) vocation à être un « **discours** ».

La question qui se pose alors à l'analyste, est de savoir **en quoi les dispositifs télévisuels de la politique télévisée ne permettent pas à cette parole politique ainsi publicisée de fonctionner comme un « discours »**.

Il ne s'agit pas, pour le moment, de se prononcer sur la contribution des médias télévisuels à un processus de « désidéologisation » du « discours politique », mais plutôt d'étudier pourquoi aujourd'hui :

- la « parole politique » peine à la télévision, à prendre la forme d'un « discours politique »
- le traitement télévisuel de cette parole conduit à des « procédés de disqualification » de la politique.

Essentiellement parce que dans le « jeu de course poursuite »¹⁹⁵ auquel se livrent les « associés rivaux » que sont les professionnels de la représentation, ceux des médias télévisuels comme ceux de la politique, pour « témoigner »¹⁹⁶ de la France et de ses réalités sociopolitiques, les représentations de « l'expérience sociale » mobilisées par les médias télévisuels, opèrent comme un « démenti » à la « parole politique ».

Comment expliquer que ces « visions du monde social » que les professionnels des médias télévisuels proposent à longueur de programmes « d'information »¹⁹⁷, labellisés comme politiques ou non, viennent disqualifier celles que mobilise le discours politique pour « réaliser le passage entre l'identification d'un Bien commun » et des « identités partisans »¹⁹⁸, revendiquées ?

Répondre à une telle interrogation, on le sait, nécessite de considérer bien des niveaux de construction de l'objectivité : celui du « système politique », des **projets politiques**, de la programmation et finalement du **discours politique**.

¹⁹⁵ Expression qui, à mon sens, rend bien compte de cette situation paradigmatique.

¹⁹⁶ On pense bien entendu au dernier opus de Nicolas Sarkozy, *Témoignage*, qui participe au cœur de l'été 2006, du lancement de la campagne présidentielle de 2007 (Cf. conclusion de la thèse).

¹⁹⁷ Pour ce qui concerne le corpus uniquement retenu dans cette thèse, mais l'on a déjà dit combien l'inventaire d'autres « contenus » est une nécessité.

¹⁹⁸ D'après la définition proposée par Frédéric BON in le *Traité de Science Politique*, op. Cit. Cf. le chapitre 3.

Les questions qui se posent aux analystes de « **l'information politique** » peuvent se formuler ainsi :

- Y a-t-il à la télévision, des « **dispositifs** »¹⁹⁹ dont les dimensions symbolique, cognitive et argumentative, autorisent aujourd'hui (et certaines davantage que d'autres), de rapporter des débats, des questions de société, des **enjeux** qu'abordent les médias télévisuels, à des « **offres politiques** » ?
- Et dans quelle mesure les professionnels de la télévision s'attachent-ils préférentiellement à **rendre conflictuel** ce « **double cadrage** »²⁰⁰, en réduisant d'un part, ces enjeux à une collection de **représentations de l'expérience sociale**, qui ont pour seul point commun de nous *concerner*, et d'autre part ces offres politiques, à une série de « jeux » ?

On montrera, dans ce deuxième chapitre, qu'à l'instar de l'information à caractère sociopolitique développée dans les journaux télévisés [où l'on a observé qu'il y a des formes de (re)présentation de cette information qui vont faire que les sujets dits de « société », de « consommation », « concrets », ou « illustratifs » qui feraient davantage appel au « pathos et à l'ethos qu'au logos »²⁰¹ peuvent être des sujets qui prêtent à la mise en place d'un « cadrage politique » et partant à un « débat public »], des « **discours d'information** » tenus dans des formats qui échappent à la **catégorie instituée des « formats politiques »**, parce qu'ils organisent symboliquement et cognitivement, *le lien* entre des « **offres politiques** » et des « **enjeux sociopolitiques** », procèdent d'une « **information politique** ».

Cela signifie-t-il, qu'en matière de magazine d'information, il y aurait également donc à la télévision, des formes de traitement, de (re)présentation et de raisonnement sur l'actualité sociopolitique qui font que des sujets de « société », des questions à dimension sociopolitique, ne renvoient à « l'espace public » que par cette seule qualité qu'ils nous invitent tous à nous regarder « comme les membres d'une immense famille »²⁰², alors que d'autres offrent les

¹⁹⁹ Cf. pour des approches conceptuelles de cette notion, l'article de LOCHARD & SOULAGES, op. Cit. : « Nous appréhendons le dispositif (propre à une émission) en tant qu'opérateur sociocommunicatif jouant comme lieu d'encadrement de l'intention communicative sous-jacente à une production télévisuelle. » ; voir aussi *Hermès*, N°25, « Le dispositif. Entre usage et concept », 1999 ; en particulier l'article de Guy LOCHARD : « Parcours d'un concept dans les études télévisuelles. Trajectoires et logiques d'emploi ». L'auteur y souligne la « force heuristique » de ce « concept ».

²⁰⁰ On montrera dans le chapitre 3, en quoi l'articulation de ce « double cadrage » caractéristique de la catégorie constituée de l'information politique, renvoie au « double cadrage » de la catégorie d'entendement politique, dont on a dès l'introduction, pointé la double dimension, normative et partisane.

²⁰¹ Pour l'utilisation de ces termes par les spécialistes de l'analyse du discours : CHARAUDEAU (1997 & 2005) et LOCHARD & SOULAGES (2003) op. Cit.

²⁰² ARENDT, (1958).

outils symbolico-cognitifs nécessaires à la participation du média télévisuel au « **débat public** » ?

On retrouve alors également sur ce terrain, **le problème méthodologique relatif à la plasticité des formes de présentation et d'étiquetage**, qui ne suffisent pas à indiquer le caractère « politique » du cadrage opéré par les médias télévisuels, le format ne pouvant garantir cette qualité aux débats.

Car il y a des ruses pour contourner l'étiquetage politique, et au final, il faut convenir que, les « catégories d'entendement » sollicitées ne sont pas nécessairement non politiques parce que le rendez-vous télévisuel, n'est pas un « rendez-vous politique ». Il y a, de plus, une grande hétérogénéité dans la catégorie des « formats non politiques » qui rend difficile un arbitrage quand au « regard politique » qui s'exercerait en fonction d'un type de format.

Pour autant **un lien logique et analytique a souvent été conçu et pratiqué entre des types de « format », de « sujet » et un type de « cadrage »**²⁰³. Avec pour horizon, cette question : le « **style journalistique** », les « **sujets** » abordés, le « **cadrage** » proposé, varient-ils significativement, selon que l'on a affaire à un « format d'information **politique** » ou non ?

Ce lien, j'ai proposé de le considérer avec **la structure analytique : formes de présentation, de représentation et de raisonnement** ; autrement dit, **la catégorie de « l'information politique »**, ses formes de présentation (le format et le style journalistiques), de représentation (les « contenus », « sujets » et « objets » d'information) et son point de vue « politique ».

Comme j'ai pu le montrer dans le Chapitre1 s'agissant des éditions d'information, les formes de présentation sont importantes, mais en matière de rendez-vous politique et de magazine d'information également, n'est-ce pas avant tout, le « regard politique » que portaient certaines « émissions politiques », qui aujourd'hui, pour différentes raisons²⁰⁴, conduit à ce que la programmation de ces émissions ne se fasse plus à une heure de grande

²⁰³ Cf. la discussion sur les « échelles d'infotainment », instrument d'analyse développé par BRANTS & NEIJENS, 1998, « The Infotainment of Politics », *Political Communication*, 15, Taylor & Francis.

²⁰⁴ Cf. l'introduction.

écoute, mais « plus tard », et « ailleurs », c'est-à-dire en dehors des principales chaînes généralistes hertziennes²⁰⁵ ?

Car davantage que l'évolution des formes de présentation (essentiellement la rupture avec le formalisme institutionnel des dispositifs « politiques » traditionnels) et celle des formes de représentation (passage d'un travail journalistique sur « l'offre politique »- projet, programmatique- à un travail sur la « **demande** » **politique** – préoccupations et conséquences pour le public des politiques publiques), **ce sont bien les schèmes de perception, les points de vue mobilisés** qui permettent de donner à voir la politique non seulement comme « une activité différenciée » jouant **un rôle significatif dans le gouvernement des sociétés**, mais aussi comme « un ordre désireux de changer les rapports sociaux »²⁰⁶.

Dit d'une autre manière et afin de poursuivre la mise en place de la grille interprétative proposée dans cette recherche, si la question, d'un point de vue « journalistique », dans la période a bien été de trouver des dispositifs télévisuels, qui permettent de restituer l'articulation entre des enjeux sociopolitiques et des offres politiques, ce qui rend possible cette articulation, ce sont, davantage que des dispositifs qui s'attellent au strict compte rendu journalistique des projets politiques de transformation des réalités sociales, des dispositifs dont les formes de (re)présentation de la politique, préservent « l'idée » que la politique joue un rôle dans le gouvernement des sociétés.

Or, dans les formats politiques, cette « idée » semble souvent avoir été bafouée par le traitement télévisuel de la « parole politique », servant en cela des procédés de disqualification de la politique. Ce qui signifie, comme je l'ai énoncé précédemment, qu'il faut comprendre **en quoi les formats politiques ne permettent pas à cette « parole politique publicisée » de fonctionner comme un « discours ».**

Car, il faut bien dire que les formats politiques ne sont pas n'importe quel type de format en matière de traitement, c'est-à-dire de (re)présentation, de la politique à la télévision. Leur caractéristique est de diffuser et de commenter de « la parole politique ».

²⁰⁵ Cf. les pistes évoquées à ce propos, dans *La fin de la télévision*, op. Cit.

²⁰⁶ COLLOVALD & NEVEU, op. Cit.

Comme on le verra, il y a des causes « structurelles »²⁰⁷, qui relèvent d'un point de vue analytique, de la liaison parole/discours/rhétorique politiques, à la « disqualification » de la politique à travers le traitement télévisuel de la parole politique dans les formats politiques.

Ces causes paraissent suffisamment agissantes pour indiquer que ces procédés de disqualification de la politique ne relèvent pas uniquement du fait, que, la légitimité du journaliste politique est établie dans ce type de format, sur sa capacité à **mettre en difficulté le représentant politique** ou à obtenir des **révélations sur des aspects de « l'homme intérieur »**.

Parce que le média télévisuel s'est « s'accaparé des pans entiers de l'expérience sociale », et en a proposé des « cadres d'interprétation » efficaces, grâce au pouvoir de « (re)présentation », dont il dispose²⁰⁸, les « **mécanismes d'imputation** » mis en oeuvre par le traitement télévisuel de la politique ont été profondément affectés.

Quand on sait ce qu'est, aujourd'hui, le pouvoir du média télévisuel en matière d'accréditation de son discours et des mises en scène de l'« expérience vécue », on mesure combien les médias télévisuels sont devenus un terrain privilégié de l'exercice de la **rhétorique politique**. La rhétorique, qui précisément, cherche, à articuler **l'expérience sociale sur l'expérience vécue**. L'efficacité de toute rhétorique politique repose en effet, sur le fait, que, l'expérience sociale sur laquelle elle base son système de significations et de catégories mentales²⁰⁹, s'appuie sur l'expérience vécue.

Il y a aussi parmi les facteurs explicatifs, ceux qui sont liés à la « désidéologisation » du « **discours politique** » véhiculé par la parole politique.

La tâche des journalistes politiques a bien consisté à déchiffrer la langue de bois (idéologique) de la « parole politique », l'expliquer, la contredire, à une époque où les corpus idéologiques étant davantage constitués qu'aujourd'hui.

Et où consacrer du temps à recueillir ce type de parole politique (y compris déjà pour la « moquer »), devait poser moins de problèmes aux professionnels de la télévision qui en revendiquaient le privilège, les journalistes politiques. Le public pouvait en effet endurer la langue de bois idéologique, car finalement, il savait que derrière ce « discours », il y avait des « visions du monde social »... et que, de ce fait, **le journaliste avait moins besoin « d'articuler » du politique à de la politique**. Ce « contexte » n'est pas sans conséquence

²⁰⁷ J'aborderai les « causes » qui relèvent des phénomènes de « communication politique ».

²⁰⁸ Qu'il ne faut pas assimiler à un « médiacentrisme », Cf. notre introduction et le chapitre 3 sur les rapports entre discours politique et les représentations médiatisées de l'expérience sociale.

²⁰⁹ Pensons aux temps idéologiques et à ce que précisément, réalisaient les idéologies politiques ; Cf. Chapitre 3.

quand il s'agira d'évaluer la « centralité » de la politique à la télévision, ne prenant soin de la distinguer de sa « visibilité ».

Car aujourd'hui, c'est précisément, à cette aune, **restituer ce lien**, alors que les points d'appui discursif, dogmatique, argumentatif dits « politiques » font défaut pour assurer cette articulation, qu'il semble que « l'efficacité », sinon la légitimité d'un dispositif télévisuel se revendiquant comme « politique », seront précisément mesurés. Un impératif, une exigence qui aujourd'hui, comme on le montrera, conduisent les professionnels des médias, et, les journalistes politiques en particulier, désireux de produire de « l'information politique », à réaménager leurs dispositifs télévisuels²¹⁰.

La première section de ce chapitre est consacrée au « journalisme de médiation » qui, comme cela a été évoqué, a pour ambition de « faire découvrir notre pays au-delà des mots de ceux qui le gouvernent ». **En évitant la « parole politique »**, offre-t-il un cadrage politique des sujets sociopolitiques dont il traite ? Cette première section mettra également en perspective l'arrivée de ce journalisme, **avec la « crise » du journalisme politique**. Cette expression veut ici traduire, à la fois un ensemble de constats empiriques, la raréfaction mais aussi le renouvellement des rendez-vous politiques à la télévision, et une réflexion sur les difficultés qu'éprouve ce journalisme à faire de « l'information politique », en fonction de la problématique établie dans cette thèse.

La nature du travail journalistique dans les formats politiques, essentiellement tourné dans sa pragmatique **vers le traitement de la parole politique**, et dans son contenu, vers les **offres politiques** aura rendu difficile, dans la période étudiée, un traitement des « enjeux politiques » dans ces formats. Ce qui a conduit, dans cette même période, à des **renouvellements du « genre »** via des dispositifs télévisuels (de la participation d'un public, au micro trottoir, en passant par le reportage et le documentaire), qui cherchent à rendre compte de la **demande politique**, de l'expérience sociale et de l'opinion de ce public. Un public auquel, en outre, les professionnels de la télévision ne cessent de faire appel à travers différentes techniques interactives.

²¹⁰ Car sinon, faute de trouver d'autre rhétorique, ils solliciteront des procédés « de disqualification ». On se gardera pourtant bien d'assimiler la définition de l'information politique à celle de la rhétorique politique. « Tout n'est pas rhétorique ».

Cette évolution dans le traitement télévisuel de la politique va se poursuivre avec l'arrivée, s'agissant du travail journalistique sur les offres politiques, du « journalisme d'état-major », un journalisme dont le cynisme va inviter le personnel politique à se déplacer dans les formats de « l'information/divertissement ». La « parole politique » qui y est recueillie, permet en effet, à la fois de faire découvrir, dans les formes bienveillantes du divertissement, des aspects de la « personnalité » des représentants politiques, mais également, aux représentants politiques, de « coller » au plus près des représentations de la réalité sociale que véhiculent les dispositifs télévisuels des magazines d'information.

Je poserai alors dans une deuxième section, la question de l'évolution du journalisme et des formats politiques à l'heure actuelle : peuvent-ils faire de « l'information politique » et comment ?

SECTION 1. LE « JOURNALISME DE MEDIATION » ET LE JOURNALISME POLITIQUE : LES RENOUVELLEMENTS DU TRAITEMENT DE L'OFFRE ET DE LA DEMANDE POLITIQUES A LA TELEVISION

Le « journalisme de médiation²¹¹ » procède-t-il d'une « information politique », au motif qu'il adopte un « cadrage politique »²¹² et/ou qu'il aborde des enjeux politiques ? Et dans quelle mesure peut-on dire que le journalisme politique éprouve des difficultés à faire de « l'information politique » ?

Dans cette première section, on s'attachera à observer les formats relevant du « journalisme de médiation » et du journalisme politique afin de voir si la politique y apparaît comme une activité différenciée, spécialisée et ayant vocation à organiser le monde social.

²¹¹ Une catégorisation employée dans la presse écrite de l'époque : « Face à la crise sociale : les nouveaux médiateurs », in *Le Monde* « Radio, Télévision, Multimédia », Semaine du 2 au 8 décembre 1996 ; Cf. Annexes. Pour une réflexion épistémologique sur la notion de « médiation » et le refus d'une identification conceptuelle avec celle de « médiatisation », se rapporter notamment à l'article de Philippe Breton, « Médias, médiation, démocratie : pour une épistémologie critique des sciences de la communication politique », *Hermès*, 17-18, 1995 & Gerstlé, 2000, « Démocratie du public et communication politique », in *Cahiers Politiques*, N°4, Université de Paris IX-Dauphine.

²¹² On verra dans le chapitre 3, que la réponse à cette question dépend de la conception du cadrage qui est choisie (de « la règle de saisie de l'articulation conceptuelle de la politique »), et, que les recompositions symboliques et cognitives de la politique à la télévision invitent à recourir à cette notion.

On montrera que pour trouver des formats dans lesquels la politique bénéficie de ses **autonomies symboliques et cognitives**, il faut se tourner vers des dispositifs télévisuels qui *évitent* la diffusion de la « **parole politique** ».

Ce qui, d'une certaine façon, révélerait le véritable paradoxe de la politique télévisée. Pour que des « enjeux politiques » soient abordés à la télévision, il faudrait diffuser de la parole politique²¹³ ; par exemple faire de l'interview politique, multiplier les dispositifs télévisuels qui diffusent du « discours politique ». En même temps, pour que des questions sociales et politiques soient abordées au moyen d'un « cadrage politique » (qui confère à la politique son articulation partisane et normative), il est préférable d'éviter le recueil de cette parole – ce qui est pourtant la caractéristique des dispositifs labellisés comme politiques – qui, en raison du traitement télévisuel dont elle fait l'objet, sert des procédés de disqualification de la politique.

C'est pourquoi si les « magazines politiques » constituent une catégorie instituée de la pratique journalistique, il faut souligner leur difficulté à « faire de l'information politique » (§2. Le journalisme politique : la parole politique attaquée. La politique télévisée au changement de siècle). Car, comme cela a été avancé, faire de « l'information politique », c'est traiter des problèmes de société, des « préoccupations du public », pour autant que ces préoccupations soient rapportées à des offres politiques, ce qui est (devrait être ?) le travail du journalisme politique de (re)présentation des enjeux politiques.

Or, à la télévision, les formules « politiques » d'une telle information se sont en partie éteintes, celles de la « dilution »²¹⁴ en particulier.

De sorte que d'autres « stratégies de cadrage » de la politique à la télévision qui évitent la parole politique, semblent mieux adaptées pour rendre compte de l'actualité politique, tout en laissant entendre que la politique joue un rôle dans la régulation du social.

Une question se pose alors : en matière d'information politique, éviter la parole et/ou le discours politique, est-ce éviter un « cadrage politique » ?

Je commencerai à apporter des éléments de réponse à cette question en examinant dans le premier paragraphe (Le « journalisme de médiation » : la parole politique évitée.

²¹³ C'est cette parole qui en terme de contenu, contiendrait le plus d'items, d'unités d'analyse qui relèvent de la catégorie analytique des « enjeux »... à la différence du « discours journalistique » qui se distingue par sa grande fréquence d'items classifiés « cyniques » ; cf. le chapitre 3.

²¹⁴ Cf. l'introduction, la formule de « la dilution » autorise de mêler l'actualité ou « l'information » politiques à d'autres types d'actualités et genres d'information, dans un même format.

La politique télévisée en temps de « fracture sociale »), le cas du « **journalisme de médiation** ».

§1/ LE « JOURNALISME DE MEDIATION » : la parole politique évitée. La politique télévisée en temps de « fracture sociale » (1996-1997)

Il faut dans un premier temps **définir** et **caractériser** le « journalisme de médiation », afin d'étudier son **rapport à la politique**, à travers le traitement télévisuel qu'il en propose (A). Il apparaît comme un moyen **de traiter de sujets sociopolitiques à la télévision** en se substituant à des formules et des dispositifs centrés autour du recueil de la **parole politique**. Pour, se demander ensuite si, au-delà d'une volonté affichée d'organiser **une télévision de forums démocratiques**, ce « journalisme » permet de faire de « **l'information politique** » : les échanges qu'il organise, sollicite-t-ils des « **cadres et des mécanismes d'imputation politiques** » ?

On apportera des éléments de réponse en étudiant, sur la période 1996-1997, **les productions télévisuelles des « nouveaux médiateurs »**²¹⁵ : Paul Amar, Claude Sérillon et Michel Field.

Pour juger en définitive, de l'effet de l'introduction de ce journalisme dans le débat public (B), il faut certes, d'abord évaluer ce « journalisme » en fonction des **scènes** où les « médiateurs » se produisent, mais aussi dans un second temps, selon les **enjeux politiques** qu'ils abordent. Comment s'adapte-t-il à une actualité politique, celle de l'annonce des élections législatives anticipées du printemps 1997 en l'occurrence ; et comment contribue-t-il à la définition de la nouvelle situation politique engendrée par cette décision politique ? Enfin, comment fait-il l'objet d'une utilisation par le pouvoir politique, dans ses **stratégies de communication politique** ? On prendra ici principalement le cas de l'intervention de Jacques Chirac dans une « émission spéciale » télévisée du 12 décembre 1996, intitulée « *Les Français s'interrogent, le Président répond* ».

²¹⁵ Cf. Annexes.

A. Le « journalisme de médiation » : « témoigner du monde et de sa propre vie » et « aller au-delà des mots de ceux qui nous gouvernent ».

Il s'agit d'observer ce qu'est le « **journalisme de médiation** » : quels types de sujets aborde ce « journalisme » et quels types d'informations il apporte sur le **monde social** : comment traite-t-il des **problèmes de société** ? Les rend-t-il « pensables » ou non, en terme de revendication et d'actions publiques ? Offre-t-il un « **cadrage politique** » et quel type de « **parole** » sollicite-t-il ?

C'est une catégorie²¹⁶ qui est difficile à cerner, en particulier en raison de la variété du « regard » que portent sur le monde social, les formats télévisuels qu'elle réunit. Egalement, car les dispositifs télévisuels mis en place par ces formats sont sensiblement différents. Mais ils ont en commun, de solliciter la participation d'un **public**. C'est ce qui caractérise le **type de dispositif télévisuel** qu'adoptent les « médiateurs » : « les débats télévisés avec participation du public »²¹⁷.

Mais cette catégorie se caractérise aussi par un **contexte sociopolitique**, celui de « la politique » en temps de « fracture sociale », puisque ces formats télévisuels apparaissent ou prennent de l'importance au moment ou après la campagne électorale, puis l'élection de Jacques Chirac en 1995²¹⁸. Les ambitions des « médiateurs » prennent en effet corps dans une **ambiance générale de dénonciation publique de la connivence** des hommes politiques avec les journalistes dont rendent compte, à cette époque, plusieurs programmes télévisés²¹⁹.

S'agissant du traitement télévisuel de la politique, ils interviennent alors qu'à cette époque, se développent des **documentaires**²²⁰, traçant les portraits des membres les plus éminents du personnel politique, ainsi que des **magazines d'information** qui abordent des « questions politiques »²²¹.

²¹⁶ Elle fait sens comme on va le voir, car elle constitue une sorte d'hybride entre un contexte politique français et des formes d'expression caractéristiques de l'espace public contemporain.

²¹⁷ LE GRIGNOU, 2000, « Le rêve démocratique de la télévision : l'exemple des vox pop talk-shows », *Cahiers Politiques*, N°4.

²¹⁸ Le format de *L'Heddo* (Canal +) dans lequel le candidat Chirac s'était alors produit, a été légitimé par un traitement télévisuel adapté à la rhétorique de la campagne présidentielle de 1995 de Jacques Chirac, sur « l'abdication du politique », « les pouvoirs abusifs de la technocratie ».

²¹⁹ Par exemple, *Ca se discute* (France 2), émission du 11 novembre 1996, ou *Arrêt sur Images* (La cinquième).

²²⁰ Portraits télévisés d'Alain Juppé, de Philippe Seguin, Cf. Annexes.

²²¹ Comme le magazine *Capital* (M6) ou *Envoyé Spécial* (France 2), portrait de Bernadette Chirac par exemple.

Ce qui permet d'appréhender le « journalisme de médiation », ce sont les ambitions déclarées des « médiateurs »²²². Ils souhaitent « redécouvrir notre pays au-delà des mots de ceux qui les gouvernent » (Jean-Loup Demigneux, directeur de l'information de *France 2*) et « témoigner du monde et de leur propre vie (celle des invités) » (Paul Amar, présentateur du *Monde de Léa (TF1)*). C'est-à-dire donner à voir ce que sont les **perceptions et les préoccupations** du public.

Pour aller au-delà du « discours de la médiation », il faut analyser le format télévisuel des « **débats avec participation du public** »²²³.

Et pour débiter il faut **repérer un certain nombre de ces formats** dans l'offre télévisuelle. Puis discuter du traitement de l'actualité sociale et politique offert par ces formats. La question qui se pose est la suivante : **est-ce que ces formats offrent un regard différent sur la société, en particulier de celui de l'information des journaux télévisés ?** Proposent-ils **une information plus diverse et contradictoire** que celle de l'information des journaux télévisés et des émissions politiques ?

De prime abord, on peut penser que c'est le cas, car ces magazines avec participation du public **donnent la parole à des groupes sociaux** dont la parole²²⁴ est très peu entendue dans les autres formats d'information. Ensuite, ces « magazines » abordent des sujets qui sont traditionnellement **exclus de la sphère publique**, alors même qu'ils sont au cœur de l'expérience sociale d'une grande partie de la population. Enfin, ils fonctionnent selon des **règles journalistiques** différentes de celles des autres formats télévisuels.

On peut alors se demander **dans quelle mesure ces formats offrent un forum pour le public sur des sujets en débat dans l'espace public ?** Quel est « l'effet de l'introduction dans le débat politique, de vécus et de problématiques jusque-là marginalisés », « de voix et d'enjeux qui ne disposent pas de la force de l'institué »²²⁵. Peut-on parler « **d'un usage profane ou populaire** de la politique » ? Ces magazines s'inscrivent-ils dans « un processus de retrait du politique et de repli sur le privé par un phénomène de vase communicant

²²² Pour une présentation exhaustive : « Face à la crise sociale : les nouveaux médiateurs », in *Le Monde* « Radio, Télévision, Multimédia », Semaine du 2 au 8 décembre 1996, in Annexes.

²²³ LE GRIGNOU, 2000, « Le rêve démocratique de la télévision : l'exemple des vox pop talk-shows », *Cahiers Politiques*, N°4.

²²⁴ Dite « profane » mais qu'il ne faut pas assimiler analytiquement à celle des « gens ordinaires », en ayant à l'esprit la canonique distinction entre gouvernant/gouverné, compte tenu de l'identités des participants de ces débats.

²²⁵ NEVEU, 2001, Op. Cit.

entre public et privé»? « Ce profane médiatisé fonctionne-t-il comme un **artifice de compensation au politique** ? »²²⁶, se demandent notamment les politistes.

Pour répondre à ces questions, je ne propose pas de fournir une analyse exhaustive de ces programmes comme un « genre », mais d'étudier en quoi, dans le cadre du « journalisme de médiation », ce type de format délimite et occasionne un traitement télévisuel des sujets d'information à dimension sociopolitique.

J'étudierai les **différents formats du « journalisme de médiation »** à l'aide principalement, de **deux exemples**²²⁷. Puis, je rapporterai ce terrain empirique des « nouveaux médiateurs », aux caractéristiques du « genre » télévisuel des **émissions de forum télévisées**, afin de relever les spécificités de cette expérience des « nouveaux médiateurs ».

Je débiterai par une analyse d'un élément essentiel des dispositifs télévisuels mis en place par les médiateurs, **le recueil et l'utilisation de la parole publique « profane »**, ici dans l'émission de Paul Amar, *Le monde de Léa*. Puis je considérerai une autre facette du journalisme de médiation, **son traitement des questions socio-économiques**, en prenant l'exemple du magazine de Claude Sérillon, *C'est-à-suivre*, diffusée sur *France 2*²²⁸.

1. La logique de perception représentative d'une « émission - médiation »²²⁹ : « *Le monde de Léa* » (TF1)

Pour aborder des **sujets de société**²³⁰, l'émission « *Le monde de Léa* » s'appuie sur un dispositif assez original dans sa démarche et à propos duquel Paul Amar s'est beaucoup exprimé²³¹.

²²⁶ LE GRIGNOU, 2000, op. Cit.

²²⁷ Trois formats en réalité, *L'Hebdo* de Michel Field diffusé sur *Canal +* sera abordé dans la partie relative aux renouvellements du journalisme politique.

²²⁸ Deux formats diffusés en deuxième partie de soirée.

²²⁹ Expression employée dans le supplément « Radio, Télévision, Multimédia » du *Monde*. (24-25 août 1997). Ces émissions sont décrites comme : « des émissions qui donnent la parole aux citoyens », « où le journaliste se fait l'intermédiaire entre le public et les décideurs - patrons, élus » et qui « ont soulevé des questions ». L'article pose la question : « la télévision peut-elle jouer un rôle de lien social, remplacer les défaillances du politique, rétablir le dialogue rompu entre les individus ? »

²³⁰ On étudiera en (B) le traitement de sujets politiques. On peut déjà ici évoquer l'émission consacrée à « *La loi Debré* » (émission du 18 février 1997). Le lancement introductif du journaliste-animateur rend déjà compte du « cadrage politique » : « A une semaine du débat parlementaire, nous recevons des personnalités politiques, adversaires et partisans de ce projet de loi, qui ont des points de vue opposés, mais qui ont en commun de gérer des villes importantes confrontées à des difficultés. »

²³¹ Les citations suivantes sont extraites de l'émission *Lignes de Mire*, *France 3*, Septembre 1996.

L'idée telle qu'elle a été présentée par l'animateur peut se résumer ainsi: « une famille qui témoigne plus qu'elle ne commente ». A travers trois générations, il s'agit en effet de constater l'évolution du rapport à un sujet (« le pape » pour la première émission). « Une démarche plus journalistique que sociologique », explique Paul Amar, tout en précisant que « le sociologue Gérard Démuth a collaboré à l'élaboration de l'émission ». Celui-ci a confirmé que la démarche de l'émission était « dans l'air du temps, qu'elle correspondait à l'attente des Français ». C'est « Famille je vous écoute », « les 40 familles qui représenteront l'état de la France à la fin de la saison télé », pour reprendre à nouveau, les déclarations de l'animateur. Il s'agit « de résister à l'événementiel, de donner un sens », conclut-il.

Quel est le rôle du journaliste sur le plateau ? Il s'agit de faire parler cette famille et les quelques personnalités invitées (le très populaire Pierre-Gilles De Gènes pour la première émission). Mais ce qui caractérise le mieux la position du professionnel de la télévision, c'est sa **stratégie d'effacement vis-à-vis de la famille**. C'est effectivement la famille qui a la parole. Paul Amar assure : « vos questions seront plus pertinentes que les miennes ». Il ajoute : « ce que vous dites est pile poil avec le sondage de *L'Express* ». Le sondage, instrument classique de ce type d'émission, sert la représentativité de la famille, et, indirectement celle déléguée au journaliste-médiateur.

On peut repérer un autre dispositif original dans cette émission ; il s'agit du « **micro salon** », « **parisien** », ajoute l'animateur. Le procédé est un **procédé d'inversion**. Car c'est en fait un micro trottoir inversé, dispositif dans lequel les personnes interrogées le sont pour leur qualité à fournir une bonne représentation de ce que peuvent être les différentes opinions des Français sur un problème. Dans cette émission, les personnes qui sont retenues pour se livrer à cet exercice, le sont pour leur notoriété. Pour la première émission on y trouve Mocky, **Ségolène Royal**, Akhénaton (chanteur de musique rap), Jean-François Deniau, Françoise Verny. Au total, ce sont donc ces vedettes, ces leaders, ceux qui sont habituellement sous les projecteurs, invités de ces émissions dans lesquelles un journaliste s'attache à recueillir leurs paroles, tout en assurant la plupart du temps leur promotion, dont les propos, et, en quelque sorte l'importance sociale, sont ici réduits à la diffusion d'une simple collection de petits soliloques, recueillis hors du plateau. Ici, ce sont bien les propos des membres de la famille que l'on recueille avec cérémonie. Ceci afin de signifier que la parole légitime, celle qui est

digne d'être entendue, est celle de la famille, et non pas celle de ceux qui sont dans les salons et qui appartiennent à un « autre monde ».

C'est le renversement des dispositifs télévisuels d'émissions où les invités en plateau, censés représenter les « Français qui nous écoutent » sont essentiellement convoqués pour poser des questions à des « experts » ou à des représentants politiques, qui détiennent alors la parole légitime²³².

Lors de la première émission, le 17 septembre 1996, le dispositif fonctionne car « la grand-mère de la famille », « Louise » va très vite incarner une certaine idée « du bon sens », recherchée par l'équipe de Paul Amar. En affirmant par exemple, à la grande joie de l'animateur « qu'il ne faut pas être passéiste » (à propos des raves parties et de la haute couture de Jean-Charles de Castelbajac). C'est « une matrice de lisibilité »²³³, qu'on retrouve chez Jean-Pierre Pernaut quand il dit s'adresser « à sa grand-mère de Corrèze »²³⁴.

Cependant, au fil des émissions suivantes, la parole de « témoignage » de la famille va disparaître comme élément central du dispositif télévisuel. La famille ne sera plus convoquée pour être le « témoin » de faits de société, mais pour son rapport étroit, en tant qu'acteur, au sujet traité, démarche journalistique classique dans les émissions de débat et de société.

Les raisons qui peuvent expliquer cette tentative journalistique vite avortée sont certainement multiples²³⁵. Deux me paraissent assez évidentes (en dehors du fait que, malgré tout²³⁶, l'audience n'était certainement pas jugée satisfaisante) : tout d'abord, il n'est pas facile pour ceux qui n'en n'ont pas l'habitude de s'exprimer en public à fortiori à la télévision, ce qui a été très vite visible dès la seconde émission. Cela s'explique en partie par la contrainte

²³² Autre relevé sémiologique : dans une émission diffusée à la même époque « La France en direct » (*France 2*), le plateau en forme d'hémicycle autorise que les « experts » et les « politiques », ne président pas les débats, mais soient répartis de façon aléatoire avec les invités d'un panel de Français, de façon en quelque sorte à considérer la totalité des invités comme les membres d'une même Cité.

²³³ LE GRIGNOU, NEVEU, 1988, op. Cit.

²³⁴ Cf. Chapitre 1.

²³⁵ Selon les informations rapportées par le supplément Radio, Télévision, Multimédia du *Monde* déjà cité, cette formule aurait été imposée par Pascale Breugnot, la « Madame Audimat » de *TF1*. Lire à son sujet le même supplément du *Monde*, dans l'édition du 9 au 15 décembre 1996.

²³⁶ Succès de l'émission auprès du public (bonne audience) et des critiques de la télévision, qui louent une émission où « l'on donne la parole aux gens » et où « le dialogue s'instaure ». Lire à ce sujet le supplément du *Monde* déjà cité et *Télérama*, « L'audience baisse, panique à TF1 », semaine du 25 au 31 janvier 1997. Ce que le chercheur peut appréhender à la lecture des critiques de cette émission c'est qu'elle repose sur des « rythmes », un rôle du journaliste quelque peu différent des dispositifs télévisuels précédents, qui concourent à produire, ce que beaucoup d'observateurs appellent « un ton nouveau ».

du format télévisuel qui est d'aller vite et de donner du rythme à l'émission. Ensuite, ce type d'émission exige d'aborder des sujets, auxquels, **le bon sens** - la représentation que souhaitent en donner les journalistes de l'émission - ne suffit pas à apporter des réponses. Ce qu'il est possible de faire dans un journal télévisé, sous la forme d'un micro trottoir, n'est pas possible dans ce genre d'émission où la parole s'échange. A moins alors de convoquer la famille pour jouer le rôle traditionnel dans ce type d'émission de « témoin », la difficulté est bien de faire en sorte que les propos tenus par les membres de la famille s'intègrent mal dans le message et les représentations qu'organise le professionnel des médias²³⁷. Il faut en effet avoir toujours à l'esprit que quelle que soit la place qu'occupe le profane dans le dispositif, ce dispositif est fabriqué, mis en scène par les professionnels de la télévision²³⁸.

2. Un regard journalistique sur la réalité sociopolitique : « C'est à suivre » (F2)

J'ai choisi d'étudier une émission dont l'unique sujet est en rapport avec une actualité sociopolitique, la fermeture de l'usine *Renault*²³⁹ de Vilvoorde, même si ce format traite habituellement de plusieurs sujets qui ne sont pas forcément des sujets d'actualité.²⁴⁰

²³⁷ Pour reprendre des catégories d'analyse de « la télévision de l'intimité », le « témoignage emblématique » (par lequel le témoin en laissant entendre toutes les aspérités de son histoire parvient à incarner lui-même un problème plus général, à travers son histoire singulière se dessinent des souffrances collectives) se substitue au « témoignage représentatif » (dans lequel le témoin ressemble le plus possible par ses idées, ses aspirations, ses expériences, au citoyen moyen). MEHL, (1996), *La télévision de l'intimité*, Paris, Le Seuil.

Cf. ROUQUETTE, (2002), *Vie et mort des débats télévisés, 1958-2000*, INA De Boeck Editions : « hier le Français standard parlait en son nom et défendait son opinion individuelle, aujourd'hui, impératif de témoignage oblige, il s'exprime comme échantillon représentatif d'une histoire d'un groupe ».

²³⁸ On en connaît maintenant les dérives si l'on se réfère à la polémique suscitée par le travail de « coaching » exercé sur les participants des productions de la société de Jean-Luc Delarue.

²³⁹ Emission du 17 mars 1997. « *L'Hebdo* » du 5 avril 1997, dans lequel Alain Lamassoure, ministre du Budget et porte-parole du Gouvernement est l'invité politique de l'émission (à laquelle j'ai participé dans le public), aborde également la « première euro-grève autour de *Renault* ». Ici, cette actualité politique donne lieu à un sondage BVA qui nous apprend que « 71% des Français estiment que le gouvernement n'est pas assez exigeant avec les entreprises ». Puis que « le capitalisme est le moins mauvais des systèmes économiques pour 58 % des Français » (le pire, 25 % et le meilleur 6 %). Michel Field accompagnera l'annonce des résultats de ce sondage d'un commentaire pour chacun de ces résultats : pour le premier, « cela en dit long sur la façon dont les Français ont le sentiment que le gouvernement a lâché Louis Schweitzer alors qu'il était au fond d'accord avec lui », et, s'agissant de la seconde question, « comme quoi le réalisme un peu résigné gagne partout la population ». Un reportage offre un « récapitulatif de ce que Renault a représenté dans ce siècle (...) notamment son rôle dans la lutte sociale (...) (*quand Renault éternue, la France s'enrhume*) », annonce le philosophe en commentant plus tard : « la nostalgie n'est plus ce qu'elle était ». Même si 3 représentants de *Renault Vilvoorde* sont présents, magazine politique oblige, les échanges se font sur le terrain politique ; le ministre de déclarer que « la CGT a soutenu les gouvernements socialistes qui n'ont pas créé d'emplois ». Ce à quoi un étudiant dans le public lui répondra : « l'excuse de l'héritage socialiste ne va pas durer longtemps ». « En France on ne sait pas faire l'économique et le social, vous en tant que ministre du Budget, vous êtes plutôt éco », clarifiera finalement l'animateur, alors qu'il suscite « des réactions dans le forum, car l'émission va se terminer... ». Le plateau du direct plongé dans le noir, l'émission achevée au terme du traditionnel compte à rebours qui aura vu Michel

Je concentrai mon observation sur deux éléments : d'abord **l'identité sociopolitique des participants** à ce format, ensuite **les questions** que pose son animateur-journaliste.

L'émission de plateau débute par la diffusion d'un extrait de la conférence de presse faite le 27 février 1997, au cours de laquelle est annoncée par le Secrétaire Général de Renault, Michel de Virville, la fermeture de l'usine de Renault Vilvoorde en Belgique, à l'hôtel *Hilton*.

Le journaliste sollicite un premier témoignage parmi le public, qui, dans sa quasi-totalité est **composé d'ouvriers et d'employés** de chez Renault (la plupart syndiqués et pas uniquement du site belge).

Alphonse Van de Meersche, « 24 ans sur le site de Vilvoorde » (dixit le journaliste), « délégué CSC (syndicat chrétien) »²⁴¹, est d'abord interrogé : « Comment avez-vous appris cette nouvelle ? » Alors que celui-ci explique qu'une rumeur sur une fraude de TVA a justifié le départ de toutes les voitures en 24 heures pour l'usine de Douai, le journaliste interrompt : « Qui dit ça ? »

Puis c'est son épouse, Lucienne BockStael, « contrôleuse au service qualité, militante CSC » qui raconte à son tour. Le journaliste s'étonne : « à ce moment-là vous ne pensiez pas encore que... on s'explique mieux la surprise que l'on verra dans le reportage tout à l'heure ».

Field décider « Lamassoure finit... non le belge ! », l'animateur s'excuse : « pardon à ceux que je n'ai pas fait parler ».

²⁴⁰ Par exemple pour l'émission du 4 février 1996 : 3 « sujets », ou « questions posées » : « quel est l'état des lieux dans les établissements qui accueillent des lycées techniques professionnels (le journaliste précisera en lancement du sujet que « depuis le 1^{er} janvier, des normes européennes imposent aux lycées techniques professionnels, des mises en conformité des machines-outils) ? » ; « quelle est la logique financière d'une grande entreprise pharmaceutique ? » et « le point sur le conflit des routiers qui a paralysé la France, l'accord est-il appliqué ? »

Par ailleurs, j'ai bien conscience (et j'ai déjà prévenu), que ce format ne peut être tenu comme représentatif du « journalisme de médiation » (en partie, oui, parce qu'il est bien l'un de ces formats télévisuels qui s'inscrit dans un contexte spécifique de discours dans l'espace public sur « la fracture sociale »), encore moins des « magazines avec participation du public ». Il n'en reste pas moins vrai que pour poursuivre les réflexions de Cardon & Heurtin (1999), à propos de dispositifs médiatiques qui ne sauraient être « idiots » dans le sens où par définition, les dispositifs médiatiques s'adaptent pragmatiquement à une « paradigmatique », ce format, son dispositif journalistique a bien « fait sens », et donc qu'en dehors des raisons d'audience toujours évoquées, il faut, pour comprendre son arrêt, davantage envisager la pression économique des annonceurs directement mis en cause par ce format, ainsi naturellement que d'éventuelles pressions politiques, du fait de la politisation dont est porteur ce format – ignoré par la classe politique, par ailleurs. Qui trouvera dans les formats « d'infotainment » un terrain plus favorable, quand sera venu le temps du « gouvernement de communication ».

²⁴¹ Le nom et la fonction de chacun de ceux qui prendront la parole sont affichés à l'écran.

Le journaliste demande alors au Secrétaire Général de Renault, Michel de Virville (« celui » de la conférence de presse) : « qui était au courant, quand je dis qui, je dis les responsables politiques, les élus... ? »

Alors que ce dernier promet de « répondre très précisément a cette question » et qu'il commence cependant à justifier cette « décision extrêmement grave », le journaliste l'interrompt : « on va y revenir tout au long de l'émission mais je voudrais d'abord que vous me répondiez... le 27 février vous avez décidé ça dans votre coin, personne n'était au courant ? » Le représentant de la direction de nous informer que le Premier ministre belge était au courant ainsi que le ministre flamand. « Votre choix au départ était de discuter, d'attendre un peu ? », demande Claude Sérillon. « Notre souhait était d'attendre le 21 mars et le conseil d'administration de Renault ».

« Est-ce que Monsieur Juppé était au courant ? », demande le journaliste. Puis : « quand vous allez voir Monsieur Juppé à Matignon avec Monsieur Schweitzer, que vous vous faites, pardonnez-moi l'expression, tirer les oreilles... le président de la République s'est dit choqué également... vous vous dites, ils sont un peu hypocrites ». A nouveau : « Monsieur Schweitzer s'est dit agacé, car dit-il, j'ai vu les élus ».

Le premier reportage revient sur le « choc » de l'annonce, avec « une constante », « l'interrogation sur l'Europe sociale ».

On découvre le drapeau noir flottant sur la mairie de Vilvoorde, l'histoire de Vilvoorde avec Renault, le rôle des syndicats à travers le portrait de « Chico », qui occupe l'usine et fait visiter aux reporters, « les chaînes de montage figées dans le silence ». Le reportage interroge des membres de la famille de cet immigré espagnol, dont « la plus grande fierté » est leur intégration, et, le regret, de s'être endettés pour acheter des actions Renault. Luis apporte son témoignage : « la productivité, on l'a sentie passer » ; puis « au niveau européen, on s'occupe trop de la monnaie unique et pas assez de la société ».

De retour sur le plateau le journaliste, fidèle à son optique, demande : « est-ce que vous comprenez ce sentiment de trahison, vécu en famille ? » Et à nouveau, alors que le représentant de Renault répond très calmement, « sur le fond » (en terme de « concentration de l'appareil de production » et de « coût élevé de la main d'œuvre »), le journaliste le coupe à nouveau : « ne précipitez pas, on va le voir... car je voudrais que petit à petit, on comprenne ».

Et il est vrai que le journaliste va faire preuve d'une grande capacité à faire dialoguer les invités entre eux, en particulier les ouvriers et employés du constructeur automobile avec les représentants politiques et les représentants de l'industrie automobile. Une quinzaine environ d'invités vont prendre la parole au cours de l'émission qui dure une heure trente. Pour moitié des personnels du constructeur automobile en France ou en Belgique.

S'agissant des **personnels de Renault**, le journaliste expliquera un « détail » : les ouvriers vêtus « de rouge », « appartiennent à des syndicats socialistes », « ceux en bleu », à des syndicats libéraux et, « en vert », à des syndicats chrétiens ».

Les autres participants sont des **représentants politiques** : Karel van Miert, Commissaire européen chargé de la concurrence ; Jean-Pierre Fourcade, Président de la Commission des Affaires Sociales du Sénat ; Elisabeth Guigou²⁴², député socialiste au Parlement européen « et dans l'opposition ». Des représentants syndicaux de chez Renault et européens (Emilio Gabaglio, Secrétaire général de la Confédération européenne des syndicats), ainsi que deux représentants des industries de l'automobile et de la métallurgie.

Après avoir établi, au vu d'autres témoignages recueillis parmi les ouvriers du public qui, tous, établissent « un sentiment d'indentification avec l'entreprise », qu'il était définitivement regrettable, que le Premier ministre belge soit venu, « en personne, remettre des médailles dans l'usine de Vilvoorde », « alors qu'il savait », le journaliste va, sans concession là encore, demander, cette fois-ci à un ouvrier syndicaliste, si, « il y a une bonne manière d'aborder la fermeture d'une usine », tout en précisant, « je sais que c'est une question un peu dure pour vous ».

Car maintenant ce sont tous les dispositifs légaux au niveau du « groupe Renault », national (français et belge) et européen qui vont être soulevés au cours d'un **dialogue**, qui fera participer l'ensemble des personnes présentes sur le plateau.

« Je voudrais que l'on regarde une courbe qui montre l'évolution des résultats financiers de Renault », invite ensuite le journaliste pour nourrir **les arguments** qui

²⁴² Cette représentante politique nationale d'opposition interviendra au bout d'une heure 8 minutes d'émission. Le journaliste lui demandera : « Est-ce que vous avez une proposition qui pourrait permettre aux ouvriers de Vilvoorde d'envisager un avenir ? » Comme la députée manquera de « proposition » au goût du journaliste, il insistera : « que pouvez-vous faire, vous politiques ? » et « c'est pas un vœu ? », « les autres (pays européens) vont accepter ? » La même pugnacité s'exerce à l'égard du discours syndical et de ses « slogans » (« abolir le chômage », n'est-ce pas un slogan ? », demandera Claude Sérillon.

s'échangent sur les dimensions économiques et financières du problème abordé²⁴³. « Pas de formalisme mais la réalité », demande le journaliste ensuite pour se tourner vers les questions sur « l'avenir du site ».

C'est un second reportage, aux « *Mureaux*, cité Renault dans les Yvelines, qui confèrera à nouveau une « **dimension humaine** » aux sujets abordés sur le plateau (« les problèmes industriels », « le libéralisme », les mutations des usines –automatisation, robotisation : « comment garder des emplois et robotiser ? »), même si le journaliste-animateur s'y entend pour **rendre compte d'un « vécu » dans le dialogue** : « comment vous vivez les aménagements d'horaire ? » ; « personnellement, vous travaillez combien d'heures ? »

Les reporters questionnent Mohamed Laghroute afin de rendre compte des « réactions des ouvriers et des employés ». Le **contexte socioéconomique et historique** qui détermine la vie des familles immigrées qui « représentent 35 à 40% des travailleurs de l'usine de Flins » est dûment rappelé. Ici les questions d'organisation du travail sont approchées en suivant les ouvriers à « 5 heures du matin ». Sans délaissier la parole argumentée : « on nous expliquait que les Belges, c'était le modèle pour nous, car ils étaient les plus rapides...et aujourd'hui ils ferment, alors nous ? »

Il est maintenant temps de se demander, si, et, à quel titre, ces « émissions de forum télévisées » peuvent constituer des exemples de « démocratie participative », pour reprendre cette terminologie. En raison de ce qu'apportent les discussions qui s'y tiennent ?

Comme on l'a observé s'agissant du « journalisme de médiation », il faut d'abord remarquer qu'il est très difficile de donner **une définition et une description** de ce que sont ces forums télévisés sous la catégorisation de « magazines avec la participation d'un public »²⁴⁴.

²⁴³ En fin d'émission, Elie Cohen, économiste au CNRS et auteur à l'époque, d'un ouvrage sur « la tentation hexagonale », viendra expliquer « qu'on n'échappe pas à la mondialisation ».

²⁴⁴ Selon Brigitte Le Grignou (op. Cit.), cette appellation met clairement l'accent sur le caractère profane du public participant. La spécificité de cet objet d'étude tient moins à « la programmation d'un genre radicalement nouveau », qu'à « sa multiplication sur les écrans français concomitante d'une quasi disparition des reality show et des émissions politiques stricto sensu ». C'est « davantage le dispositif du débat que le thème débattu qui retient l'attention et permet de cerner le genre, car les sujets traités sont trop divers et dépendant des qualifications de leurs animateurs pour être reconnus comme critère pertinent de définition ». « La mise en scène

Il semble néanmoins, que dans le cas du « journalisme de médiation » ici analysé, si différents programmes sont ainsi labellisés par les magazines TV, ces programmes télévisés échappent à la catégorie syncrétique du « talk-show », si l'on veut bien considérer que celle-ci se caractérise par la combinaison d'éléments **d'information et de distraction**²⁴⁵. Aucun des formats des « médiateurs » ne mêle volontiers dans les débats des « célébrités » à des hommes d'affaire, des sportifs, et des membres du **personnel politique**, la visée du « journalisme de médiation à la française », dans sa brève existence sous sa forme en triptyque (1996-1997), est clairement informative²⁴⁶. A la différence des différents programmes télévisés catégorisés comme des « talk-show », qui ne sont pas tous orientés vers des **techniques journalistiques et des « cadrages d'information »**.

Les **thèmes** sur lesquels portent ces formats de « médiation » sont larges. Mais on peut dire, de façon générale cependant, dans ces formats, **les débats ne se focalisent pas sur la politique** mais sur la vie des gens, leur expérience au sein de la société, afin d'explorer des thématiques sociopolitiques. Même si certains sont plus ou moins consacrés à des **sujets politiques**²⁴⁷. Et les thèmes qui sont les plus traités dans ces formats, sont les thèmes qui sont les plus abordés dans les formats d'informations, ce qui indique que ces formats suivent **l'agenda des formats d'information, des nouvelles**.

En revanche, la **manière** avec laquelle ces thèmes ou sujets sont abordés diffère des formats d'information.

Car la caractéristique commune de ces programmes est **la participation d'un public en studio**. Et l'usage de **différentes techniques journalistiques**, ainsi que de certains **formats de conversation** (d'interview, de débats et de conversation informelle) distinguent ces programmes d'autres magazines d'information ou de société, en particulier, dans la **répartition des rôles qui sont attribués aux invités du studio** : experts, politiques, célébrités et « gens ordinaires ».

des paroles profanes confrontées à celles des politiques ou des experts constitue au même titre que l'ambition démocratique, une caractéristique commune et centrale de ces émissions ».

²⁴⁵ Pour des propositions de typologies, cf. LEURDIJK Andra, 1997, « Common Sense versus Political Discourse. Debating Racism and Multicultural Society in Dutch Talk Shows », *European Journal of Communication*, Sage.

²⁴⁶ C'est avant que le personnel politique n'investisse les formats de « l'infotainment », dans lesquels, quand le personnel politique est invité, il l'est davantage pour répondre à des questions sur sa vie privée que sur des questions politiques.

cf. Section 2.

²⁴⁷ *L'Hebdo* est catégorisé à ce titre, comme un « magazine politique ».

D'un point de vue pragmatique, il est clair que ces formats « **cadrent** » d'une certaine façon les débats, dans le sens où ils produisent des « **informations** » qui sont **différentes** de celles des autres formats d'information comme celle des magazines ou des journaux télévisés. Même si les sujets que traitent ces formats sont introduits par des **thèmes « d'actualité »**.

Et même si **la présentation des participants au débat n'est pas fondamentalement différente** de celle qui est faite dans des **formats télévisuels d'information**, comme les journaux télévisés. Il y a là aussi comme dans le cadre des journaux télévisés d'information, des **interactions** qui sont faites entre les **experts**, les **politiques** et les **citoyens**. Et elles sont là aussi contrôlées, il y a une orchestration du débat, comme pour un format d'information. Le **choix des invités** est opéré en fonction de la **réponse** que les professionnels des médias et les journalistes souhaitent développer, le débat est préparé, et le **casting** des témoins fait de la parole des invités, une **parole « confisquée »**²⁴⁸.

Ce qui diffère et qui a un **impact sur la définition des problèmes sociaux**, tels qu'ils sont **présentés et représentés**, et donc la participation du public.

Comme on l'a vu cependant, il faut, s'agissant de ce public, bien observer selon les formats, **qui** sont les participants, quelle est leur **contribution au débat** (répondre à des questions, relater des anecdotes, apporter des témoignages), quel est **l'impact** de cette participation sur les débats (autrement dit, est-elle jugée comme convaincante, riche d'enseignements ; les **experts** et leur parole sont-ils en règle générale, condamnés) et quels sont ces éléments dits « **pratiques** » et « **concrets** » qu'apportent les différents participants.

De l'identité de ces participants et de la nature de leur contribution au débat va dépendre l'appréciation des **conséquences de leur représentation sur les termes dans lesquels sont débattus les problèmes abordés**.

Car comme on a pu le voir, organiser un « forum télévisé », ne signifie pas, que les **arguments** et les **informations** sont basés sur « **le bon sens** », plutôt que sur une

²⁴⁸ Pour reprendre le sous titre d'un ouvrage de Patrick CHARAUDEAU et Rodolphe GHIGLIONE, inspiré par la psychologie politique, *Le talk-show, un genre télévisuel*, publié en 1997, chez Dunod. De ce point de vue, la seule question journalistique est celle de l'imposition ou non du « cadre » du débat... quelles questions on pose, comment on veut y répondre... Cf. le chapitre 3. Car aucune saisie du réel ne peut faire l'économie dans l'analyse, du postulat selon lequel ce réel est « médié ». « Le spectacle n'est pas un ensemble d'images, mais un rapport social, médiatisé par des images », énonce Guy DEBORD dans *La société du spectacle* (Gallimard, 1967 & 1992)

connaissance experte ou un argumentaire politique. Là encore au regard des formats de médiation, on peut être sceptique à l'égard d'un argumentaire que l'on peut présenter ainsi :

- les représentants politiques et les experts sont **accusés de ne pas traiter des vrais problèmes des gens**, de ne pas **parler correctement de la vraie vie**, qu'ils ne connaissent pas,
- les invités représentant les « gens ordinaires » apportent une **expérience concrète**, des exemples et des **arguments de sens commun** à l'encontre des principes abstraits et des arguments légaux présentés par les experts,
- à travers cette façon de faire, un certain « **cadrage** » **des problèmes sociaux serait prévalent** : les **causes** des problèmes sociaux seraient **essentiellement de nature individuelle**, puisqu'elles mettraient en cause des responsabilités individuelles (ce sont des problèmes de compréhension ou d'information).
- de ce fait, les **solutions** qui doivent être apportées à ces maux, sont là encore de nature individuelle.

La validité de cet argumentaire repose sur le lien analytique qui est établi entre un type de format et un **type de « mécanisme d'imputation » que le dispositif télévisuel solliciterait.** Or les mécanismes d'imputation et de cadrage échappent à un tel rapprochement. A titre d'exemple, une imputation peut très bien ne pas être « individuelle » mais « collective » (quand elle vise le « **système** » par exemple), sans que, dans les deux cas pourtant, ni les experts, ni les journalistes ne parviennent à imposer des **grilles de lecture qui restituent une bonne compréhension de ce que sont les mécanismes sociaux.**

De plus, comme on l'a vu, les **causes structurelles** ne sont pas systématiquement évitées et le **contexte social** est bien abordé. Des **arguties profanes ou expertes** sollicitent des explications qui dépassent les anecdotes et les expériences, au profit **d'analyses abstraites**, de **problématiques politiques.** Et ce, même si les questions sociales sont abordées à partir de « **la vie de tous les jours** » (**qui sollicite toutes sortes de positions, de fonctions et de compétences sociales**), et que les **opinions** et les **arguments** sont présentés de façon **fragmentaire, partielle.** Si chacun des participants peut certes, **définir de façon différente le phénomène traité** et si les interprétations d'une même situation peuvent différer considérablement selon la **position et le statut social des intervenants**, c'est parce que ces interprétations mettent en jeu des visions du monde social, qui peuvent être

antagonistes, mais que la recherche d'une excellence journalistique devrait conduire à ne pas trop caricaturer.

Car, on le sait, la difficulté est cependant qu'une **explication en terme d'une bonne compréhension des mécanismes sociaux** aura du mal à répondre à **l'expression d'un sentiment, d'un ressenti face à un phénomène social qui engendre la colère, la peur, le rejet...**

Mais, là encore, au même titre que pour les sujets abordés dans les journaux télévisés, la question sera de savoir si cette « expression », et plus généralement ces formats, sollicitent des « cadrages politiques », ou bien viennent systématiquement, ôter à la politique, ce que sont ses autonomies symbolico-cognitives.

Du point de vue de la pragmatique, on peut recourir à **l'anthropologie filmique**²⁴⁹, afin de comprendre ce qu'est « être un médiateur » de ce point de vue ?

Le « **montreur** » doit partir du sensible tel qu'il est mis en scène sur le plateau par les « **destinateurs** » (animateur) du rite, par les gestes rituels qu'ils accomplissent. Ceci afin de faire croire au **télespectateur** que les hommes (les Français, les témoins) créent leurs dieux, par l'accomplissement même du **rite**. Le rite engendre son « destinataire »: c'est en recueillant la parole que l'on engendre la démocratie, elle est réalisée par le recueil de la « parole démocratisée ».

A l'opposé le « **commentateur** » journaliste qui détient la **parole** a le pouvoir d'évoquer directement le **destinataire invisible (intérieurisé)** du rite (les Français). Il les place **à l'origine de son discours** et dispose ainsi du moyen qui permet au télespectateur de croire que les dieux (la démocratie) est à l'origine du rite, créant ou guidant les gestes des hommes : le destinataire engendre le rite. Les médiateurs nous font croire que c'est la démocratie qui engendre et commande le recueil de la parole démocratisée, et **légitime** leur position de médiateur.

Finalement, si les voix des forums télévisés semblent donc pouvoir être tendues ailleurs, d'un point de vue pragmatique, le discours que compose ces voix, apparaît comme

²⁴⁹ DE FRANCE, (1993), « Le destinataire du rite et sa mise en scène filmique », in *Montrer, ne pas montrer*, Cinéma, Rites et Mythes Contemporains, Ecole Pratique des Hautes Etudes.

moins monolithique, et c'est ce qui semble être la contribution principale des magazines avec participation d'un public, au débat public.

A ce moment-là, étudier les débats télévisés avec participation du public peut être un objet fécond, car il permet de voir **le type de parole publique** qu'organise et qu'autorise un dispositif télévisuel, les **procédures d'authentification et d'évaluation**, les **cadres d'interprétation** qu'il suggère : quel est **le mode de gestion de la parole**, quelles sont les **compétences requises** pour parler et être entendu, les débats engendrés sont-ils **constitutifs d'un espace public** et de quelle nature ? Peut-on parler de gestion d'une **parole démocratisée** ?

Il y a en fait, une **réhabilitation du témoignage comme parole authentique** face à des pratiques discursives et argumentatives, rhétoriques. Ce qui signifie que, s'agissant de la « **compétence profane à parler en public** », il faut bien distinguer « les **contraintes pragmatiques du débat** » et les « **contraintes argumentatives du registre politique** »²⁵⁰.

Certes, il s'agit bien dans ces formats télévisuels, à travers le recueil de la « parole profane », de « **constituer la vérité de l'énonciation et non celle de l'énoncé** »²⁵¹.

Mais pour savoir si ces formats mettent en scène « **une parole argumentative** »²⁵², il faut étudier **leur articulation avec les débats collectifs en fonction des scènes** où ils se produisent, et selon les **enjeux plus ou moins socialisés**, qu'ils abordent.

Car la question qui se pose est celle de **la crise de la représentation et faiblesse de l'espace public contemporain** qui « n'est pas en mesure de lier **la multiplication des témoignages à des instruments critiques** suffisamment consolidés pour baliser l'espace public dans les quels sont **argumentés et discutés des points de vue contradictoires** »²⁵³.

²⁵⁰ LE GRIGNOU, op. Cit. Ces programmes offrent « un terrain de lutte entre pratiques discursives qui éprouvent le caractère politique de l'espace public à deux niveaux : des pratiques, de légitimation de la parole profane (de la coupure profane/expert) dans l'espace public ; des discours : des cadrages, des montées en généralités, des imputations de responsabilité ».

²⁵¹ CARDON & HEURTIN, 1999. Ce qui dans l'analyse, demande de distinguer « la position énonciative » et « la forme énonciative ». On souligne ce faisant la contrainte, double, « d'expressivité » et « d'authenticité » qui pèsent sur l'énonciation, ainsi que la « co-construction des ressources normatives et rhétoriques » de la parole, à partir de la position d'énonciation.

²⁵² A partir de témoignages « représentatif », « emblématique » et « relationnel ». Et où l'on considère que ces formats « enrichissent le débat public », en même temps qu'ils traduisent « l'appauvrissement de l'argumentaire collectif ». MEHL, (1996), *La télévision de l'intimité*, Paris, Le Seuil.

²⁵³ CARDON & HEURTIN, op. Cit. « Quels sont les instruments de médiation qui permettent d'enregistrer, de mettre en forme et de faire circuler les objets du débat public ? » ; « Quels sont les points d'appui, les métalangages, les principes de classement qui supportent les montées en généralité ? » ; « Quelles cartes cognitives offrent des instruments de sensibilisation, des points de vue prééquipés et des rhétoriques qui servent de vecteurs à la construction des identités ? » ; « Quels repères théoriques, quels outils de catégorisation pour remplacer les cartes cognitives que structuraient les valeurs centrales du champ politique ? »

Ce qui explique que les professionnels de la représentation doivent solliciter aujourd'hui, « **les métaphores de l'humain** et des **collectifs plus flous** que sont la famille, la société, sur un mode de **folklorisation du monde**, qui s'oppose à l'ancien classiste nous/je »?²⁵⁴

Afin d'apporter des éléments de réponse à cette problématique²⁵⁵, j'examinerai comment fonctionne cette « caisse de résonance » particulière du « journalisme de médiation », dans l'espace public.

A cette fin, il faut d'abord **observer la « scène »**, c'est-à-dire les dispositifs télévisuels ; ce qui a été fait. Puis apprécier comment ce journalisme télévisuel a non seulement permis de **prendre en charge des « enjeux politiques »** - et contribuer ainsi à définir le sens de situations politiques, mais également comment il a pu contribuer à faire passer des « messages politiques », en mettant en jeu des pratiques de communication d'autres professionnels de la représentation, les représentants politiques.

B. Le « journalisme de médiation » et la politique : une intervention télévisée de Jacques Chirac et le traitement télévisuel des élections législatives anticipées de 1997

Afin d'expliquer ce que peut être **la contribution des médias télévisuels à la définition**, au « sens » d'une situation politique, à travers des formats télévisuels **politiques et non-politiques**, on observera la couverture de la séquence politique qui suit l'annonce des élections législatives anticipées de 1997.

On **étudiera le traitement** que reçoit dans le *Monde de Léa*, le 22 avril 1997, l'**actualité politique** qui est liée à la déclaration de dissolution de l'assemblée nationale que l'on mettra en perspective avec le traitement que reçoit cette même information, la veille, dans une « émission spéciale » sur *France 2* avec des membres du personnel politique.

Au préalable, on étudiera le cas d'une **intervention télévisée de Jacques Chirac** qui mobilise des « **médiateurs** ».

²⁵⁴ FRANCOIS & NEVEU, op. Cit.

²⁵⁵ A côté des réponses qui consistent à dire que de manière générale, les formats de forums télévisés, ne seraient pas « constitutif d'un espace public », car ils sont « tournés vers ce que vivent les acteurs ou victimes et non vers la justification ou mise en cause de responsables » (« pacte compassionnel et non protestataire »; « dénonciation plutôt qu'imputation »; « témoignage plutôt que discussion »), cf. Le Grignou, op. Cit.

1. « *Les Français s'interrogent. Le Président répond* » : une intervention télévisée de Jacques Chirac

Il s'agit d'examiner comment la communication du chef de l'Etat mobilise les savoir-faire journalistique des « nouveaux médiateurs » afin de nourrir un discours sur la nécessité de « réactiver le dialogue avec les Français ».

Emission télévisée du 11 décembre 1996

Cette « émission spéciale », intitulée « *Les Français s'interrogent. Le Président répond* »²⁵⁶, est diffusée sur *TF1*²⁵⁷.

La caractéristique principale du dispositif mis en place réside en ce que, parmi les 4 interviewers du chef de l'Etat, il n'y a **pas de journalistes politiques**. Mais des journalistes et animateurs qui sont issus du grand reportage dans les journaux télévisés (Marine Jacquemin, *TF1*), de la presse écrite (Alexandre Adler, *Courrier International* – et *Arte*), d'une « petite chaîne », *M6*,²⁵⁸ (Emmanuel Chain, producteur et présentateur de « *Capital* »), et enfin, du

²⁵⁶ Un intitulé « doublement trompeur », analysera le psychanalyste et écrivain, Michel Schneider, dans *Le Monde* : « les Français ne sont pas interrogés mais l'ont interrogé, lui ; et le président ne leur a pas répondu, parce que les réponses à leur demande d'amour, il ne saurait en apporter » ; « Un président psychanalyste ? » ; voir plus loin.

²⁵⁷ Ce qui alimentera une vive polémique, aucun journaliste de France 2 ayant été convié. Ce sera chose faite en mars 1997, voir plus loin.

²⁵⁸ Un format de magazine d'information tourné vers des sujets « économie » et « argent », mais qui aborde, sous cet angle, des sujets « politiques ». Deux émissions notamment à cette époque, ont été consacrées au train de vie du pouvoir. Le mode de traitement revendiqué est celui d'un journalisme d'investigation, « à l'américaine », le point de vue se voulant le plus neutre possible, « ni angélisme, ni populisme ». Un traitement télévisuel qui était déjà présent dans les années 80 à travers notamment l'émission « 24h dans la journée du président » diffusée sur *Canal plus* : couverture du voyage du Président en province, caméra à l'épaule, avec exploration des détails de l'organisation ; l'avion du Président, le chauffeur de F. Mitterrand, l'attente de Jack Lang à Blois, le préfet qui s'affaire pour éviter les manifestations et qui dispose d'un téléphone le reliant « directement à l'Élysée ».

Il s'agit de renseigner sur le « métier politique » et son rapport à « l'argent ». Le téléspectateur peut voir dans ces émissions des reportages de terrain, où le journaliste suit un sénateur, un député dans leurs différentes activités. « L'enquête » montre comment « une ville est conduite à la faillite » (Angoulême) ; comment fonctionne « la pêche aux subventions » pour une petite commune ; ce qu'est « le marchandage politique » d'un maire président du Conseil Général de l'Essonne ; combien « gagnent les ministres » et ce que sont leurs « avantages », avec recueil de l'avis de politologues. Ce qu'il faut retenir, c'est derrière la neutralité du ton, la force des images. Le « *zapping* » de *Canal +* ne s'y trompe pas en montrant le lendemain de la diffusion d'une émission, les députés en train de s'exercer au golf sous l'Assemblée Nationale. Quand on analyse les reportages, on remarque le jeu qu'effectuent les journalistes sur les symboles : les dorures pour signifier la richesse, la musique de cour en fond sonore qui ne renvoient pas vraiment à la République... Ces images sont plutôt inédites dans la culture politique télévisuelle française et participent d'une certaine manière au désenchantement du politique. En tous les cas ce que montrent les journalistes de « l'objet politique », c'est que d'une part, « les étiquettes politiques » n'ont pas d'importance, rompant ainsi avec les « émissions politiques » qui continuent à privilégier l'affrontement partisan (si visiblement matérialisé par exemple, le soir des résultats d'une élection) et d'autre part, que ce n'est pas la

« journalisme de médiation » (Michel Field, animateur de « *L'Hebdo* » sur Canal +). Ces quatre interviewers sont placés sous la houlette d'un seul « ancien »²⁵⁹, Guillaume Durand (*LCD*), qui s'il ne fait pas partie du sérail des journalistes politiques, est connu pour avoir interrogé François Mitterrand, dans le cadre d'un face-à-face avec Philippe Seguin, en 1992, à l'occasion du débat sur la ratification du Traité de Maastricht.

Afin d'apprécier, comme annoncé, comment cette émission a non seulement permis de **prendre en charge des « enjeux politiques »**, mais également comment elle a pu contribuer à faire passer des « messages politiques », il est nécessaire d'examiner comment fonctionne cette « caisse de résonance » particulière dans l'espace public. Et pour cela, observer à la fois **la « scène »**, c'est-à-dire le dispositif télévisuel, et les « **commentaires** » dont il a fait l'objet.

S'agissant du dispositif, il révèle la volonté stratégique des conseillers de Jacques Chirac, d'inscrire l'« offre politique » d'action sur la réalité sociale du Président, dans les « cadres télévisuels », via lesquels est au quotidien, appréhendée cette « réalité » par les professionnels de la télévision.

Ainsi les différents thèmes abordés dans l'émission ont été précédés, chacun, de la **diffusion d'un montage d'images d'actualité issues des journaux télévisés**. Ces images véhiculent des imaginaires sociaux puissants en ayant recours à forte dose, à tout un répertoire d'imagerie et de catégorie mentales à forte dimension nationale²⁶⁰. Dans les montages

logique de « l'aménagement du territoire » mais celle du « marchandage politique » qui domine, ce qui est pour le moins, une vision « réaliste » et « désenchantée » de la politique. On verra plus loin l'usage qui est désormais fait d'un tel format, par les membres les plus éminents du « gouvernement de communication ».

²⁵⁹ Cf. l'article de « Une » du *Canard Enchaîné*, « Chirac a choisi ses journalistes. Encore un entretien télévisé », N° 3972, 11 décembre 1996. Et *Télérama* N° 2449 (18 décembre 1996) : « Jacques Chirac a tourné la page, courroucé par les excès de balladurisme de la *Une* (...) ; le Président choisit ses têtes qu'il invite préalablement à dîner (...) ; le dispositif s'appelle un plan de communication destiné à recadrer l'image présidentielle (...) ; la nouveauté, c'est l'exclusion de la télévision d'Etat, aucun journaliste de France 2 n'est invité car l'information sur cette chaîne ne relaye pas suffisamment l'action du gouvernement ».

²⁶⁰ Cf. le chapitre 1. Une imagerie et des catégories mentales qui relèvent d'une « sphère de phénomènes entre l'idéologie, les mythes, la culture, qui sont l'objet de forces sociales et historiques difficiles à saisir ; mais qui sont centrales pour la compréhension des processus de définition et de traitement de la réalité à un moment donné de l'histoire », Jean Charron, « Les limites du modèle de l'agenda-setting », *Hermès* 17-18, 1995.

On peut citer comme une autre illustration d'un « principe de mise en proximité », à partir d'informations télévisées, le dispositif d'une autre « émission spéciale ». Il s'agit de la « Rétrospective 1996 des informations », programmée sur *France 3*, la dernière semaine de décembre. Comme l'indique le titre de l'émission, il s'agit pour les journalistes de retracer trimestre par trimestre, les événements qui ont fait l'actualité nationale et mondiale de l'année écoulée. La sélection et le montage des informations retenues ne sont pas le principal intérêt de cette émission. Son intérêt réside dans le dispositif mis en place par les journalistes pour présenter et commenter ces différents montages d'informations télévisées. Patrick Hesters, qui présente cette émission, se trouve en effet à « Gerberoy, l'une des plus petites et plus belles villes de France, plaque tournante entre la Picardie, la Normandie et l'Île de France, ville frontière entre le royaume de France et le royaume d'Angleterre pendant la guerre de Cent ans... ville et non pas village car ce titre lui a été octroyé royalement par Philippe-Auguste en 1202 ». La

d'actualité, nombreuses sont également, les représentations de la quotidienneté, ainsi d'ailleurs que des « témoignages » extraits de programmes télévisés.

Autre caractéristique du dispositif télévisuel, qui cette fois-ci a trait, à la **rhétorique** et à la **sémantique** mobilisées par les interviewers du chef de l'Etat.

La sémantique d'abord. Classiquement si l'on pense au standard que représente l'émission politique « *L'heure de vérité* »²⁶¹, cette émission spéciale qui ne s'affiche donc pas comme un « rendez-vous politique », est divisée en rubriques, que l'on peut identifier comme relevant de la politique sociale, économique, internationale, européenne. Ici, ces différentes séquences sont baptisées : « violences »²⁶², « les souffrances des Français », puis « l'économie » et « l'Europe ». La sémantique encore, afin de relever l'emploi répété par les journalistes des expressions : « on a le sentiment » et « les gens ont l'impression »²⁶³.

première image de l'émission montre le journaliste sur les Champs-élysées illuminés. Son discours est le suivant : « de tous les événements, quel a été le plus important ? Et pour vous quel sera l'événement dans le coin de votre mémoire qui symbolisera l'année 1996 ? Peut-être un événement familial heureux, un mariage, une naissance. On nous reproche souvent à nous journalistes de privilégier les faits les plus dramatiques au détriment des faits les plus porteurs d'espoir, les plus positifs. Alors pour cette rétrospective, nous avons choisi de placer l'actualité sous le regard des habitants de la plus petite ville de France ». Un plan de caméra sur un panneau indicateur mentionnant « Gerberoy » indique aux téléspectateurs que le journaliste s'y trouve effectivement. Le journaliste ne pose pas seulement la question de savoir quel a été pour le téléspectateur parmi les faits d'actualité, l'événement le plus important de l'année; mais il s'inquiète aussi de savoir quel est l'événement que retiendra chacun des Français pour symboliser son existence durant l'année écoulée. Le rapprochement entre ces deux ordres de phénomènes que sont la vie personnelle, intime et familiale et la « vie » de la société, nationale et internationale marque du souci constant des professionnels de la télévision de ramener les faits d'actualité certes aux perceptions que peuvent en avoir le public, mais aussi aux propres « conditions d'existence » de ce public. Autre remarque : la transition implicite qui est faite par le journaliste entre la volonté affichée de tenir compte du reproche qui est fait à l'ensemble de sa profession de ne pas parler « des faits les plus porteurs d'espoir », et la décision qui a été prise de « placer l'actualité sous le regard des habitants de la plus petite ville de France » (une polémique qui alimente en sujets encore nombre de formats télévisuels, en particulier les émissions de décryptage des médias). Le journaliste laisse ainsi entendre que les habitants de Gerberoy disposent eux de cette capacité à évoquer « des faits positifs ». Dans ce cas là, est-ce que le fait d'habiter dans la plus petite ville de France a quelque chose à voir avec cette capacité ? Immérgés dans les montages sophistiqués d'images d'actualité représentant les pires faits de la réalité sociale, le village, ses habitants et leurs « mentalités » font fonction dans un tel cas, d'objets quasi-mythiques, tout particulièrement au regard de ce qu'est la « culture politique française ». Une culture politique française à laquelle appartiennent les figures de l'institutrice « qui a la charge d'éduquer les enfants, mais à quelques kilomètres d'ici, car Gerberoy ne compte plus qu'une trentaine d'habitants et l'école a été transformée en maison d'habitation », de « l'abbé » qui commente la visite du Pape et explique qu'il « partage son temps entre 22 paroisses », du « maire », « ancien garde républicain », à qui le journaliste demande « comment il a ressenti les attentats dans un village aussi tranquille », de son adjoint pour qui « la fête des roses » aura été au « plan local », l'événement le plus important de l'année, tout en reconnaissant à l'invitation de Patrick Hesters, que « cela paraît dérisoire par rapport aux événements du monde ».

²⁶¹ Auquel cette émission ne manquera pas d'être comparée, Cf. le châpo de l'article de *Libération* du vendredi 13 décembre : « *Reloqueur* médiatique de Chirac et fier de l'être. Jacques Pilhan a imposé la forme de cette *Heure de vérité*. Dans la lignée de ce qu'il fit avec Mitterrand ».

²⁶² L'intervention du président de la République a lieu neuf jours après l'attentat à la station RER de Port-Royal, qui a fait quatre morts et plusieurs dizaines de blessés.

²⁶³ Phraséologie relevée dans l'émission *Arrêt sur Images* du 19 décembre 1996 (*La Cinquième*) avec comme invités Jean d'Ormesson et Serge Halimi.

Au niveau de la rhétorique, le dispositif prend en charge symboliquement les **perceptions** et les **préoccupations** des Français. Cette prise en charge est manifeste dans le questionnement des journalistes. Ainsi la journaliste de *TF1* d'affirmer qu'elle « a reçu, cet après-midi, des appels de gens qui vont prendre demain le métro... que leur dites-vous, monsieur le Président ? »

Afin d'évaluer les répercussions dans « l'espace public » de cette émission, on se rapportera aux **analyses dont elle a fait l'objet dans la presse écrite**²⁶⁴.

Si le « cadrage journalistique » de cette émission télévisée dans la presse écrite²⁶⁵ **mobilise nombre d'informations et de schémas explicatifs en terme « de stratégie de communication », il est important de souligner que cet éclairage ne se substitue pas à un exposé des « problèmes politiques ». Il vient plutôt relayer un discours sur « la nécessité de réactiver le dialogue avec les Français ».**

Le 10 décembre, le quotidien *Le Monde* annonce en titre à la *une* : « Jacques Chirac expliquera jeudi, sur TF1, sa vision du *modèle social français* », en liant très explicitement cette information à une autre « actualité politique », puisque le sous-titre indique : « la France et l'Allemagne publient un document sur la réforme des institutions européennes ». Il faut dire, précise le journaliste, que « cette information rendue publique par *TF1* lundi matin, a été confirmée à Nuremberg par un porte-parole de la présidence de la République ». Or, se déroule dans cette ville, le soixante-huitième sommet franco-allemand. Et le papier de *une*, d'apporter déjà quelques éléments d'information sur le dispositif de l'émission : l'intervention télévisée « prendra la forme d'un dialogue avec **cinq présentateurs d'émission** ou journalistes ». Puis, « Jacques Chirac se propose de traiter les divers sujets d'inquiétude des Français, particulièrement la santé, les retraites, l'éducation, l'avenir du salariat ».

En page *France* (p.6), sous le titre du *papier* principal (« Jacques Chirac veut redonner aux Français confiance dans l'avenir »), on peut découvrir un *châpo* qui « mêle » un angle d'analyse de la stratégie de communication du chef de l'Etat à un angle journalistique annonçant que le « principal enjeu de cette émission est un discours de société »: « le 12 décembre sur TF1, le chef de l'Etat répondra aux questions de cinq animateurs de télévision »

²⁶⁴ Qui tiendra donc ici de caisse de résonance à un second échelon et qu'il est intéressant de mobiliser afin d'observer en particulier, la façon qu'à ce média de cadrer ce que sont les en jeux et les enjeux liés à cette intervention présidentielle.

²⁶⁵ Ici, *Le Monde* et *Libération*.

ou journalistes au cours d'une émission qui mêlera « image » - celle d'un président attentif aux soucis de ses compatriotes –et messages : la force du modèle social français »²⁶⁶.

Pascale Robert-Diard analyse : « convaincu que le pays vit une période de transition profonde dont il doit être l'artisan, M. Chirac mesure l'angoisse véhiculée par ces changements en profondeur d'une société. Il est également frappé par le besoin de repères solides et clairs dont les Français expriment le besoin dans les études d'opinion, à un moment où, aux peurs liées à la crise – le chômage, les fins de mois difficiles – se sont ajoutées des peurs pénétrant la sphère intime et quotidienne : la nourriture avec *la vache folle* ; l'air que l'on respire, avec les menaces liées à l'amiante ; l'innocence et l'intégrité des enfants, en écho aux affaires de pédophilie et de violences à l'école qui emplissent les colonnes de faits divers des journaux ».

Bien entendu, il nous est également expliqué dans le même article, qu'il s'agit avec cette émission, de « renouveler le genre », de « donner l'image d'un président proche des préoccupations des *gens* », d'être « proche de la vraie vie ». Ce qui est aussi une façon, note en conclusion la journaliste, « d'opposer les *vrais sujets* qui intéressent les *gens* – la violence à l'école, les mœurs – aux autres – les affaires politico-financières – qui agitent la sphère politique et médiatique ».

C'est sur ce dernier aspect de l'intervention du chef de l'Etat que *Libération*²⁶⁷ fait son titre en page « *L'événement* » du quotidien (p.2 à 5) : « Jacques Chirac songe à offrir au parquet son indépendance ». L'éditorial de Laurent Joffrin (« *Couper le cordon* ») porte également sur ce sujet.

Ces pages « événement » comportent : un *papier* principal reprenant les principales déclarations du chef de l'Etat, une infographie portant sur « Les interventions de Chirac à la télévision et sa popularité »²⁶⁸, une large photographie du plateau quelques secondes avant le direct, une « analyse » de Jean-Michel Thénard, et enfin, un portrait de Jacques Philan.

²⁶⁶ Un cadrage que l'on retrouve dans l'édition du vendredi 13 décembre, avant donc également, que n'intervienne le Président. Titre du papier principal signé par Pascale Robert-Diard : « Jacques Chirac préserve sa liberté par rapport au Premier ministre. L'émission de « communication » organisée jeudi soir visait à permettre au chef de l'Etat de réactiver son dialogue avec les Français en répondant à leurs préoccupations et à leurs inquiétudes tout en contournant les problèmes politiques posés par le bilan du gouvernement ».

²⁶⁷ Edition du vendredi 13 décembre 1996, ce qui signifie, comme le précise le quotidien, que l'émission n'était pas terminée quand le quotidien national a mis sous presse.

²⁶⁸ Qui établit « un croisement de l'indice de satisfaction de Jacques Chirac et de ses principales interventions télévisées depuis son élection ».

Dans l'article titré « Un air de Clinton contre le conservatisme français », avec comme châpo, « le Président ne *renie rien* de sa campagne : il s'est efforcé hier d'être concret, proche du peuple », l'analyse livrée par le journaliste se focalise également ici, sur le « **message** » qu'a souhaité adresser le chef de l'Etat aux Français : « Vers quel nouveau monde Jacques Chirac veut-il entraîner les Français ? Il a assuré hier n'avoir *rien renié*, ni du *diagnostic*, ni de *ses engagements* de campagne et vouloir retrouver une France exemplaire. Mais, a-t-il répété, tout ceci n'est possible que si, d'abord, on remet nos affaires en ordre. Cela signifie-t-il aller vers un travail toujours plus rare et plus précaire, ou vers une société où la richesse et la solidarité deviendraient des choses mieux partagée ? Pour l'heure, les projets de son Premier ministre qu'il n'a pas désavoués, laissent penser que le second terme de l'alternative reste le plus probable ».

Le portrait signé par Gilles Bresson s'intitule : « *Reloqueur* médiatique de Chirac et fier de l'être. Jacques Pilhan a imposé la forme de cette *Heure de vérité*. Dans la lignée de ce qu'il fit avec Mitterrand ». Et le journaliste de présenter celui qui a « introduit le concept de plan média ».

Dans son édition du samedi 14 décembre, *Le Monde* réservera uniquement ses commentaires sur le dispositif de l'émission à un décryptage²⁶⁹ de sa « dramaturgie » (« ils nous on refait le coup de la moto »), puis à cette réflexion dans son « Editorial »²⁷⁰ : « Il (le président de la République) comprendrait alors les raisons de l'impopularité gouvernementale qui désormais l'atteint. Son intervention télévisée a mis en scène un grand écart entre le choix d'un mode de communication démocratique, assumant le risque de questions dérangeantes et d'interviewers peu complaisants, et l'expression d'une conviction bien peu démocratique qui fait des Français les premiers responsables de leur malheurs ».

Le titre de la *une*, « M. Chirac déplore le *conservatisme* des Français »²⁷¹ se focalise à nouveau sur le message délivré par le chef de l'Etat. Et, l'analyse des propos élyséens²⁷² mêle « les réactions politique et syndicales » à l'examen, point par point, des principaux dossiers abordés, qui sont alors repris dans la rubrique « France » mais également « International » du

²⁶⁹ En page 6, par Agathe Logeart.

²⁷⁰ Page 18 du quotidien.

²⁷¹ *Châpo* : « Une réforme de la justice est mise à l'étude pour assurer son indépendance face au pouvoir. Le chef de l'Etat défend l'euro et la parité franc-mark. La CGT, la CFDT et FO critiquent le volet social et économique de l'intervention sur TF1. Le président exprime son *admiration* pour Alain Juppé et n'envisage pas de remaniement ministériel ».

²⁷² Le texte de l'intervention du président est donné dans son intégralité (p. 8 à 12).

journal national. De sorte que les propos du président sont traités dans un « cadrage » qui les lie à tous les grands « enjeux politiques » du moment : « la réforme de la justice », « les réformes et les acquis sociaux », « les impôts », l'éducation avec la proposition de « 70 000 stages *diplômants* », la Corse, l'euro et le pacte de stabilité²⁷³.

Ce qui mérite donc d'être souligné, c'est que ce dispositif de « médiation » sollicite une interprétation en terme de « message politique », en dépit des nombreux commentaires journalistiques sur la stratégie de communication à laquelle il participe.

Que le pouvoir politique y ait trouvé un moyen de « faire passer des messages politiques » est un évidence. Que le format adopté ait visiblement contribué à ce que ces messages politiques soient passés dans des « catégories » politiques (enjeux, cadrage et « information politiques ») n'est pas la moindre de ses qualités²⁷⁴.

²⁷³ L'intervention télévisée du 11 mars 1997 donnera lieu à un traitement sensiblement différent de la part des deux quotidiens. Il s'agit d'un direct depuis la Cité des Sciences et de l'Industrie pour une émission spéciale de deux heures consacrée aux jeunes, baptisée « *Années 2000, une chance pour tous ?* », diffusée sur *France 2* et dans laquelle le chef de l'Etat a répondu aux questions de Jean-Marie Cavada et William Leymergie. Le cadrage sur la « communication » est beaucoup plus explicite. On peut le repérer d'abord avec les titres des quotidiens nationaux du 12 mars 1996 : « L'institut en prime time. Apprentissage de la lecture et multimédia pour tous. Le professeur Chirac donne un cours d'instruction civique » (*Libération*) ; « M. Chirac en campagne : deux heures de communication sur *France 2* », « Jacques Chirac met en scène son souci de l'avenir des jeunes » (*Le Monde*). Les éditoriaux font aussi cette lecture : « La France est l'un des rares pays démocratiques où c'est le chef de l'Etat qui décide de l'actualité méritant d'être commentée et non pas de l'actualité qui impose au chef de l'Etat de s'exprimer » (*Libération*) ; « Une page de publicité : Jacques Chirac préfère la communication qui arrange à l'information qui dérange (...) la manœuvre est limpide (...) une émission qui ne grandit pas le journalisme » (*Le Monde*). Et *Le Monde* de solliciter également des réactions parmi le public (des étudiants dans la salle de télévision d'une résidence rue Daviel à Paris), dans un article intitulé : « ça fait une heure et demi qu'il parle, qu'est-ce qu'il a dit ? » (p.7). Le même dispositif est à l'œuvre dans le quotidien régional *Sud Ouest* : titre de *une* (« Chirac ratisse jeune ») et réactions de « jeunes » (« il n'a pas assez parlé d'emploi »).

Si bien que ce type de format télévisuel, dans un dispositif comparable, aura disparu de la scène médiatique, avant sa réapparition le 14 avril 2005, pour une émission spéciale consacrée aux enjeux sur le Traité de ratification de la Constitution Européenne. On (re)trouve comme interviewers : Emmanuel Chain, Marc-Olivier Fogiel et Jean-Luc Delarue, et, comme homme-orchestre Patrick Poivre d'Arvor. Ce dernier, d'entrée marquera des réserves quant à un dispositif, dont les commentateurs s'accorderont à dire au lendemain de l'émission, qu'il participe d'une communication politique dépassée : « pourquoi questionner des jeunes [« des 18-40 ans, de toutes origines sociales géographiques, partisans », alors que ce sont les moins eurosceptiques? » ; « pourquoi ne pas débattre avec des leaders politiques favorables au *Non* ? ». Réponses du Chef de l'Etat : « je n'ai rien contre les débats d'initiés... j'ai observé que ce n'était finalement pas convaincant... avec des journalistes spécialisés, je le ferai peut-être... » ; et, plus politique : « au nom de quoi choisir un porteur du *Non* ! » On se souviendra pourtant de la solution adoptée par François Mitterrand en 1992, à l'occasion du référendum sur la ratification du Traité de Maastricht, en particulier de son échange avec un « adversaire », non pas Philippe Seguin et sa solide argumentation, mais Jean d'Ormesson, lui demandant de sacrifier son avenir politique à la cause qu'il défend. Une posture, un argument, qui sera reprise 13 ans plus tard, face à Jacques Chirac, mais sans cette fois-ci, que le moment ne soit « politique ».

²⁷⁴ On pense à « l'émission spéciale » du 14 avril 2005 (Cf. note ci-dessus).

2. Formats « politiques » et « non-politiques » en campagne électorale : le cas des élections législatives anticipées de mai/juin 1997

Le traitement télévisuel des « jeux » et des « enjeux » liés à une situation ou à une actualité politique diffère-t-il selon qu'ils sont examinés dans des formats politiques ou non-politiques ?

En m'appuyant sur le cas des élections législatives anticipées du printemps 1997, je montrerai que, si un format politique où la parole politique se confronte est porteur de procédés de disqualification de la politique, un format non-politique sollicite un « cadrage politique », en particulier parce qu'il reprend les arguments qui circulent dans l'espace public et qui président au sens de la « situation politique »²⁷⁵.

Le monde de Léa et « l'annonce » des élections législatives anticipées

Il s'agit de montrer que les formats de médiation n'échappent pas à « la définition de la situation politique », à son « cadrage », à la structure, ainsi qu'à la nature des arguments qui sont repris sur les différentes scènes de l'espace public médiatique.

Cependant, dans une campagne « subie », qui n'est « pas marquée comme ce fut le cas parfois, par une absence d'enjeux et de débats, mais plutôt par un agenda surchargé à traiter dans un temps limité »²⁷⁶, et, dans laquelle « les coûts d'acquisition de l'information » sont donc « exorbitants », ce type de format offre à la différence de formats dans lesquels la parole politique s'échange et s'affronte, **l'occasion d'aborder ces « enjeux » et ces « débats ».**

L'émission du 22 avril intervient au lendemain de l'annonce par le chef de l'Etat, de la dissolution de l'assemblée nationale²⁷⁷.

²⁷⁵ Pour un exposé de cette « situation » et de ses « mécanismes » : GERSTLE, (1997), «Dissolution, indifférence et rétrospection. Les vicissitudes d'une campagne de temps court », in *Le vote surprise. Les élections législatives des 25 mai et 1^{er} juin 1997*, Presses de Sciences Po ; et pour une présentation théorique, notamment : « L'information et la sensibilité des électeurs à la conjoncture », Communication au Vème Congrès de l'Association Française de Science Politique, IEP d'Aix en Provence, 23-26 avril 1996.

²⁷⁶ Ibidem.

²⁷⁷ Une « annonce » qui a fait l'objet de toutes les spéculations politico-médiatiques pendant plusieurs semaines ; voir plus loin l'émission 7/7 du 20 avril, avec Lionel Jospin comme invité.

Le dispositif retenu présente la particularité de ne pas comporter de « dirigeants politiques », mais « 10 Français représentatifs », et, s'agissant du personnel politique, celui-ci est exclusivement composé de « femmes politiques ».

Le présentateur donne d'entrée la règle du jeu d'une « émission réussie » : « si je ne prends pas la parole, mais (si ce sont) les Français invités (qui la prennent) ».

Si l'on devait en fait, juger de la « réussite » de cette émission à ce critère, force serait alors de reconnaître qu'elle a échoué. En effet, le rôle du journaliste est bien d'animer les débats et, pour cela, de les « cadrer ».

Et le principal élément de ce « cadrage » est bien entendu, de restituer les éléments qui définissent la situation politique qui préside à la tenue de ce débat.

C'est le sens de la première question de l'animateur, qui demande que l'on lui explique « ce qui justifie cette dissolution », alors glisse-t-il, que le « gouvernement dispose d'une majorité pour gouverner ».

Ce qui est sans surprise puisque cette question est celle qui détermine la totalité du « cadrage » qui va présider à la définition de la situation politique. Comme l'analyse Jacques Gerstlé²⁷⁸, le sens de cette situation est « imposé » non seulement par « les contraintes d'un scrutin de dissolution » et « l'indétermination du cadrage présidentiel »²⁷⁹, mais également par la « dénonciation de la dissolution tactique » et finalement, par « la mise en cause du bilan du gouvernement ».

Ce « format de médiation » n'échappe donc pas aux déterminations du champ politique qui pèsent sur la nature des débats qui sont organisés à la télévision. La nature et la structure des arguments échangés non plus. Puisqu'à la question de l'animateur, la représentante de la majorité sur le plateau, répondra par l'argumentaire de campagne de ladite majorité (« il faut l'adhésion des Français » et « aller vite »²⁸⁰), et l'opposante²⁸¹, dans un vocabulaire adapté aux contraintes d'expressivité et d'authenticité du format, par celui de l'opposition²⁸² : « j'ai noté une forme de brutalité (...) même si c'est une prérogative du chef de l'Etat ».

²⁷⁸ GERSTLE 1997, op. Cit.

²⁷⁹ « Un agenda qui est privé de priorités », et, qui « se dilue dans un cadrage d'où ne ressort aucun enjeu saillant », Ibidem.

²⁸⁰ Voir plus loin pour cet argumentaire dans l'émission 7/7 du 27 avril, avec comme invité Alain Juppé.

²⁸¹ Ségolène Royal...

²⁸² Voir plus loin pour cet argumentaire et le « cadrage stratégique » qu'il opère autour de la notion de « dissolution de convenance » (Déclaration du 21 avril au siège du PS) dans l'émission 7/7 du 20 avril, avec comme invité Lionel Jospin.

Mais le pari, c'est avec cet angle journalistique (« les femmes sont toujours plus concrètes ») ; « le 21^{ème} siècle sera celui des femmes », déclare en ouverture le présentateur, de justifier un dispositif médiatique qui permettent d'aborder des enjeux politiques en évitant les procédés de disqualification de la politique dont sont porteurs les échanges de la « parole politique ».

Ce pari semble gagné²⁸³ si l'on observe ce à quoi a donné lieu dans un autre format, ce qui apparaît donc comme une « manœuvre politique » et qui suscite un « effet de cadrage » de la situation politique, en terme de « prévalence des considérations nationales et rétrospectives ».

J'en veux pour preuve les échanges qui ont lieu dans « l'émission spéciale » qu'a mis en place, la veille la chaîne concurrente, *France 2*, et qui définit une « stratégie de cadrage »²⁸⁴ des professionnels de la télévision bien différente.

« *Emission spéciale Législatives* » (F2), le 21 avril 1997

« Avec nos invités, nous allons organiser de fait la grande émission spéciale des Législatives qui auront lieu fin mai », annonce le présentateur²⁸⁵.

La journaliste politique Arlette Chabot procède à « l'analyse de texte » de la déclaration de Jacques Chirac qui s'est tenue le jour même, 21 avril. L'argumentation du Chef de l'Etat est reprise : une dissolution qui se justifie par « l'ampleur et le rythme des changements dont le pays a besoin », ce qui demande « une majorité ressourcée et le temps nécessaire à l'action », « un nouvel élan ».

Puis très vite cette même question : « comment expliquer d'aller aux urnes alors que la majorité dispose d'autant de députés ? »

Et ce format, en dépit des annonces du présentateur : « le débat est ouvert », « on va voir les thèmes de la campagne »... va rester dans cette grille de lecture ; les « enjeux de la campagne ne devant être abordés à peu près uniquement, que parce qu'ils s'inscrivent dans

²⁸³ Je ne fournis pas ici le détail des échanges qui ont eu lieu dans l'émission. Mais je souhaite indiquer que la lecture n'est pas cynique car l'émission aborde les enjeux et les grands problèmes du moment sans qu'il ne soit en permanence et systématiquement fait référence à la stratégie, au coup politique opéré par le Président. Et sans non plus qu'il ne soit tirée comme conclusion des échanges, que la politique n'a pas vocation à transformer la réalité sociale... et que les représentants politiques, de quelque bord qu'ils soient, n'ont pas la vocation et les moyens pour le faire.

²⁸⁴ Cf. Erik Neveu (1997), op. Cit., pour une définition et utilisation de cette notion à l'occasion des élections présidentielles de 1995, et, notre chapitre 3 pour une discussion sur les conceptions de cette notion.

²⁸⁵ Daniel Billalian.

des argumentaires politiques de circonstance, qui sont d'ailleurs donnés à voir comme tels, à en juger par les scènes ritualisées d'affrontements stériles dans lesquelles ils seront évoqués.

A ce « jeu », Jean-Louis Debré doit être distingué : « je dirai trois mots : modernité, France, Europe » ; « nous avons soldé les comptes socialistes » ; « on ne recherche pas ce qui nous arrange mais l'intérêt du pays ». Son compagnon politique, Alain Toubon, également : « la situation s'améliore... si nous avons cherché notre intérêt électoral, on aurait attendu l'an prochain car ça va mieux ». Alain Madelin préfère évoquer pour sa part, le « franchissement du millénaire ».²⁸⁶

De telles déclarations seraient presque de nature à « donner un sens » à l'organisation matérielle du plateau, répartition en deux camps droite/gauche, disposition classique dans les dispositifs des formats politiques à cette époque, en particulier lors des soirées d'échéances électorales. Ni le journaliste (Daniel Billalian : « avant de répondre à gauche »), ni les représentants politiques (Jean-Louis Debré à Robert Hue : « vous êtes branché sur un autre poste » ; Philippe de Villiers : « le mal c'est le socialisme ») ne s'y trompent. Et Laurent Fabius, à l'instar du Premier secrétaire de son parti qui évoque dans sa déclaration, « un choix politique » et « un choix de société », de rapporter cette actualité politique à des « enjeux » politiques : « vous voulez donner un tour de vis ».

Pourtant dans ce format, et en dépit du point d'appui que constituent à la fois ces arguties et ces dispositifs scéniques, la « parole politique » a bien des difficultés²⁸⁷ à produire du « discours politique ». Il s'agit peut-être uniquement de produire de « l'information » politique ? Mais il est alors peut-être légitime de se questionner sur la contribution de tels formats, au développement de « conceptions restrictives et négatives de la politique en France », au discrédit non pas de la politique, mais du système politique pour clarifier le propos ?

Car comme le soulignera Martine Aubry : « les gens n'ont plus confiance en ceux qui gouvernent la France ».

²⁸⁶ L'utilisation qui est faite de ces matériaux peut être jugée en partie arbitraire, voire caricaturale. Il est vrai que la nature des échanges est certainement tributaire d'une certaine agitation médiatique, liée à une actualité qui justifie de vouloir réunir au plus vite des leaders politiques afin d'obtenir leur réaction (ce que fait par ailleurs, le dispositif en recueillant en direct dans l'émission, les déclarations de Lionel Jospin et Jean-Marie Le Pen). Je soulignerais seulement (ici), qu'il s'agit bien du « spectacle » politique qui est donné à voir au public, alors qu'est intervenu un acte politique significatif pour la vie politique du pays,

²⁸⁷ Et plus qu'ailleurs, semble-t-il puisqu'il s'agit du sens de ma démonstration.

En conclusion de ce premier paragraphe, on peut donc dire que ce dont fait la preuve cette expérience du « journalisme de médiation », c'est du fait, qu'en matière de traitement télévisuel de la politique dans un moment « antipolitique », « **éviter la parole politique, ce n'est pas éviter un cadrage politique** »²⁸⁸.

Cette analyse nourrira une réflexion sur les capacités du journalisme (politique) à faire de l'information politique (section 2). Mais il faut, au préalable, étudier comment, dans la seconde partie des années 90, dans les formats labellisés comme politiques, la parole politique a été « attaquée ».

§2/ LE JOURNALISME POLITIQUE : la parole politique attaquée. La politique télévisée au changement de siècle

Il s'agit d'expliquer en quoi l'on peut parler d'une « **crise** » **des formats politiques**, dans cette période en se tournant vers l'étude des magazines d'information politique.

De longue date, « information » et « politique » ont trouvé un terrain d'expression à la télévision : celui des émissions politiques. Selon, on le sait, différentes formules plus ou moins changeantes, mais dont le principe est bien connu : il s'agit d'interroger un membre du personnel politique sur ses réalisations, principalement celles qu'il exprime dans le cadre de son mandat et ses fonctions, ainsi que sur ses projets et ses ambitions.

Le magazine politique suppose un **travail journalistique** à un **principal niveau de lecture : celui de l'offre politique**, à savoir les **actions**, les **projets** politiques de transformation de la réalité sociale véhiculés par cette offre politique, en fonction des **identités partisans** des leaders politiques invités.

Or il semble aujourd'hui que le journalisme politique à la télévision soit marqué par un renouvellement des grilles de lecture des offres politiques. Comme on le verra, le « journalisme d'état-major » a fait triompher au sein des magazines politique, le regard cynique sur les jeux de la politique, réduisant pour une bonne part, de ce fait, la compréhension des offres politiques à celles des luttes qu'elles occasionnent. Ce « journalisme » petit à petit, a eu raison de rendez-vous politiques, même si les « émissions politiques » ont certes, trouvé dans la banalisation du regard sur les calculs politiques, un principe actif de renouvellement.

²⁸⁸ Réflexion qui devrait inciter à se garder des analyses les plus spontanées, en matière de repérage de la politique à la télévision à travers le seul examen des formats dans lesquels la parole politique s'échange.

Cependant, si l'on peut penser que ce sont **les jeux politiques qui ont marginalisé les enjeux politiques**, il faut à nouveau, également envisager l'hypothèse selon laquelle ce sont bien plutôt **les enjeux qui ont eu raison des jeux de la politique institutionnelle et nationale**.

Car ces enjeux ont été également abordés dans **d'autres formats d'information**, par un **journalisme de la « demande politique »**, qui a offert des **grilles de lecture des questions de société, des problèmes sociaux ou « des préoccupations des Français »**, selon la terminologie employée.

J'observerai plus loin²⁸⁹, que, si ce type de journalisme qui avait pour ambition de traiter à la télévision des sujets de société, comme on a pu l'étudier précédemment à travers le cas du « journalisme de médiation », a souffert globalement dans un premier temps du peu d'intérêt que lui ont accordé les membres les plus éminents²⁹⁰ de la classe politique, il a par la suite été un terrain privilégié d'expression de la « parole politique »²⁹¹, car **le personnel politique dirigeant s'y est massivement déplacé**²⁹². Ce qui, sans surprise, ne sera pas sans conséquence sur la nature de la pratique journalistique ; c'est l'époque du « gouvernement de communication ».

Avant d'en venir à cette aspect du sujet, il est nécessaire dans ce second paragraphe de montrer qu'aujourd'hui, **le journalisme politique peut semble-t-il, difficilement faire sans un questionnement sur « la demande politique », qui soit orienté vers la compréhension des enjeux politiques. Ce questionnement peut se faire à un double niveau de lecture : sur les visions du monde social qui sont attachées aux projets politiques qu'il examine, ainsi que sur une exploration des réalités sociopolitiques qui sont abordées. Je propose de désigner ce journalisme comme un journalisme politique de la demande (ou journalisme de la demande politique).**

Si l'on en revient à l'étude empirique de la période qui m'intéresse pour le moment, celle qui précède l'élection présidentielle de 2002²⁹³, la principale difficulté des **nouveaux**

²⁸⁹ Cf. la Section 2 de ce chapitre : « SECTION 2. LE TRAITEMENT TELEVISUEL DE LA POLITIQUE A L'EPREUVE DE L'INFORMATION/DIVERTISSEMENT ET DU JOURNALISME D'ETAT MAJOR ». Quand d'autres dispositifs télévisuels semblent, comme on le verra, plus efficaces pour « parler de politique » (au sens d'accueillir de la parole politique mais au risque de ne plus faire d'information politique) à l'écran, ceux des magazines d'information et de société, mais également ceux de l'information/ divertissement.

²⁹⁰ Et en dépit des notables exceptions relevées.

²⁹¹ Au même titre que les journaux télévisés de la mi-journée, cf. le Chapitre 1.

²⁹² Ici encore, s'agissant des grands leaders politiques nationaux.

²⁹³ Je reviendrai sur le choix de cette date.

programmes politiques a consisté à mettre en place des « **stratégies de cadrage** » leur permettant d'aborder des **enjeux** politiques. Dans cette optique, **deux stratégies** distinctes peuvent se concevoir : **partir des préoccupations des gens pour atteindre la politique**, ou bien **parler de politique pour en arriver aux préoccupations des gens**. Ces deux stratégies vont concomitamment alimenter les renouvellements du journalisme politique télévisuel. Elles traduisent pourtant la crise du « journalisme politique », c'est-à-dire sa difficulté à « faire de l'information politique », car traditionnellement dans ses formes, le travail du journaliste politique est tourné vers le traitement de la parole politique, et dans son contenu, vers l'analyse de l'offre politique.

Ces renouvellements du « journalisme politique » à l'écran seront, ici, appréhendés à travers d'une part, la « sédimentation des formules des émissions politiques » (A) et d'autre part, l'échec de la formule de « dilution »²⁹⁴ de la politique (B).

A. La sédimentation des formules des formats politiques

Les émissions politiques souffrent du passage d'une posture de traitement de la parole politique dans le cadre d'un « journalisme politique » qui rendait compte de la capacité de cette parole à produire du discours politique, c'est-à-dire à articuler des projets de transformation des réalités sociales à des identités partisans, à une posture où le travail des professionnels du journalisme politique sur l'actualité sociopolitique à travers le traitement de la parole politique, vient alimenter des procédés de disqualification de la politique.

Quel a été le traitement de la **parole politique** dans les dispositifs dits politiques ? Comment les professionnels de la télévision ont intégré des façons de traiter de la politique, une **pragmatique**, qui commande de rendre **compte de la demande politique** ? Principalement, en multipliant les **attaques** sur la parole politique, ce que l'on étudiera à travers le cas de *Franchement*, nouvelle émission de la rentrée 1996 qui se focalise précisément sur la parole et le discours politiques. Au risque d'être concurrencé sur ce terrain par le médiateur le plus « politique », Michel Field, qui avec le format de *L'Hebdo*, en plus de

²⁹⁴ NEVEU, 1997.

rompre clairement avec le « ton » des rendez-vous politiques, met en œuvre, en bon médiateur, une série d'instruments de recueil de la « vox populi ».

1. les « émissions politiques » : l'exemple de « *Franchement* » (F2)

Du point de vue de leur définition, les émissions politiques sont étudiées comme « des **arènes**, c'est-à-dire des **dispositifs particuliers de formulation**, de **cadres**, de **règles**, de **stratégies** et de **définition des situations** où les **discours politiques** des acteurs peuvent se confronter, se diffuser publiquement et s'évaluer »²⁹⁵.

Erik Neveu les définit comme « **des codes** par lesquels le journaliste trouve des **formes de langage** pour convertir une **activité complexe et opaque** en une **interaction** susceptible de ne pas rebuter **l'audience populaire** »²⁹⁶.

Les fonctions attendues et étudiées comme telles des émissions politiques sont donc d'une part, de diffuser le discours contradictoire des acteurs politiques, une finalité orientée vers la définition des choix et des offres politiques, et d'autre part, de rendre intelligible la politique à la majorité de la population, alors que cette population est dotée d'une faible connaissance de cet univers et que, hors des contextes de mobilisation électorale, ces émissions sont sans large demande sociale.

La **problématique audience/sophistication** a été mise en avant dans les analyses, avec comme conclusion, que **les codes de lecture de l'activité politique proposés dans ces émissions sont inopérants car importés d'autres univers de sens et de relations sociales**. Par exemple, quand il s'agit de donner à percevoir **l'homme public** par l'intermédiaire de ses **choix culturels** et de son **être privé**²⁹⁷.

Même si ce type de programme constitue un « genre » dans la culture télévisuelle nationale ²⁹⁸, Erik Neveu conclut au « dépôt de bilan » des émissions politiques à la fin des années 80, au motif principal que la sophistication et l'expertise dont font preuve les

²⁹⁵ GOSSELIN, 1995, « La communication politique : cartographie d'un champ de recherche et d'activités », Introduction à *Hermès* 17-18.

²⁹⁶ NEVEU, 1995, « Les émissions politiques à la télévision : les années 80 ou les impasses du spectacle politique », *Hermès*, op. Cit.

²⁹⁷ NEVEU & LE GRIGNOU, 1993, « Intimités publiques, les dynamiques de la politique à la télévision », *Revue Française de Science Politique*, n°6.

²⁹⁸ BOURDON, 1988, « Propositions pour une sémiologie des genres audiovisuels », *Quaderni* n°4.

représentants politiques ont alimenté la perception sociale d'une classe politique interchangeable (« effet de pasteurisation »), et ont ainsi « déstabilisé le modèle impositif, qui fonctionnait sur la base d'une dyade, le médiateur et l'homme politique étant omniprésents, leur rencontre étant construite autour de questions posées par le premier et des réponses du second ». Le public, absent du studio ou bien présent, était représenté dans une procédure de délégation par le journaliste.

Ce modèle reste aujourd'hui contraint, même si des tentatives de renouvellement des émissions politiques se sont faites dès la fin des années 80, autour d'une rupture avec le formalisme institutionnel, au travers d'une énonciation qui reste réservée sur les finalités déclaratives et décisionnelles, par le refus d'illusions discursives, c'est-à-dire d'un discours global qui donne réponse à tout et promet un avenir meilleur. « L'ère des certitudes programmatiques est révolu et laisse place au temps du profil bas. Porté à exiger la prudence et le pragmatisme comme vérité, l'acteur politique se sent placé sous contrôle permanent »²⁹⁹.

Dans le cadre de ces évolutions-là du « **journalisme politique** », quelles sont les nouveautés dans les **dispositifs télévisuels des émissions politiques** à la rentrée de septembre 1996 ?

Le principe de « **la mise à la question** » demeure, mais sans la finalité qui consiste à **diffuser les discours contradictoires des acteurs politiques** - et d'aider ainsi au choix entre offres politiques- en raison de l'absence d'échéances électorales rapprochées, et ce, avant que l'anticipation des élections législatives ne soit annoncée.

En revanche, la politique télévisée et singulièrement les émissions politiques étant en permanence « réponse et remodelage face aux images de l'homme public »³⁰⁰ et aux problèmes de perception de l'activité politique par le public, ce qui a été nommé la « crise de représentation ou crise de légitimité du politique »³⁰¹ est devenue non seulement un « sujet », un « thème », mais aussi un « angle » du traitement journalistique, désormais habituel de l'activité politique.

²⁹⁹ BELANGER, 1995, « La communication politique ou le jeu du théâtre et des arènes », *Hermès* 17-18.

³⁰⁰ Ibidem.

³⁰¹ Un leitmotiv, notamment à la suite des événements sociaux de décembre 1995.

C'est le cas notamment avec l'émission « *Franchement* », nouveauté de la rentrée télévisuelle de *France 2*.

Une nouvelle émission politique : « Franchement ».

Toutes les **caractéristiques des émissions politiques** sont reprises au point que, comme l'a remarqué Alain Rémond³⁰², « la seule nouveauté c'est l'ordinateur, les icônes, une souris qui apparaissent à l'écran lors des changements de rubriques » : « ça fait moderne pour nous faire oublier que c'est **une émission vieille comme la télé** : l'interview d'un homme politique par un journaliste ».

En fait deux journalistes: Arlette Chabot et Alain Duhamel. Le premier invité, Alain Madelin est sans doute choisi car il représente aux yeux des Français, un homme politique « pas comme les autres », aux moeurs (« libérales ») un peu différentes de celles de la classe politique traditionnelle, également parce qu'il dispose d'une image de franc-parler - ce qui correspond bien au titre de l'émission - tout comme Jack Lang, second invité dont la popularité sondagière et la capacité à parler à la société dans un langage « moderne » sont de notoriété publique.

L'idée de l'émission c'est : « Contre la langue de bois, l'authenticité ». Elle est divisée en un **foisonnement de rubriques**, sept au total. Le plateau matérialise un bureau assez chic, en bois clair, moderne, avec son ordinateur.

Présentons brièvement les sept rubriques à travers l'émission d'Alain Madelin:

- *Portrait*: établi par une **galerie d'hommes politiques** à travers de courtes interviews, sur le **registre de la psychologisation** du politique.

- *Actualité*: rubrique qui traite de la **politique dite politicienne**, c'est-à-dire **partisane**.

- *Repères*: - diffusion de photos d'enfance.

³⁰² *Télérama* N° 2439, Octobre 1996.

- le **parcours politique**, avec quelques dates significatives dans la « carrière » politique (chute du mur de Berlin, présidentielles 95, démission du gouvernement Juppé). Cette rubrique donne un peu de profondeur au parcours des hommes politiques mais ne traite pas de ce qu'est le métier politique.

- *Politiquement Incorrect*: deux questions sont enregistrées par des **journalistes de la presse écrite** comme si les journalistes politiques ne s'estimaient pas, à la télévision, les mieux disposés pour aborder certains **sujets**.

Cette rubrique fait partie des tentatives de renouvellement des émissions politiques qui passent par une solution interne à l'activité des professionnels de la télévision en faisant intervenir des journalistes de la presse écrite, comme cela est le cas par exemple à l'époque, dans l'émission de Michelle Cotta, *Polémiques* diffusée également sur *France 2*. Dans l'émission étudiée ici, ces questions sont : « Pourquoi avez-vous le nez cassé ? » (*L'Evènement Du Jeudi*) et « Etes-vous libéral? » (*Le Nouvel Observateur*), à propos de la libéralisation du cannabis, des contrats de vie commune, de l'ouverture des frontières.

- *Idées*: le principe est que le journaliste laisse l'invité présenter une idée « *qui lui tient à cœur* ». Puis les journalistes lui opposent **un contradicteur** qu'il ne connaît pas à l'avance.

Alain Madelin parle **seul pendant 1 minute 30** de « l'ascenseur social qui est en panne ». La nouveauté pour les concepteurs de l'émission, c'est que l'homme politique **a le temps de présenter son idée**, ce qui est la preuve que les journalistes veulent signifier qu'ils ont intégré le reproche qui leur était fait « d'aller vite », de sorte que la parole politique ne dispose du temps nécessaire au développement d'une démonstration.

Cette rubrique se poursuit par un dialogue avec les journalistes et la **diffusion à la demande d'Alain Madelin d'un extrait d'une émission de Mireille Dumas « Bas les masques » consacrée au chômage**. Vient ensuite la diffusion d'un **sondage IPSOS** « Avez-vous l'impression que la vie est plus difficile pour vos enfants ? » Cette séquence de l'émission aura duré en tout 8 minutes. En prenant en compte l'entretien avec son contradicteur, en l'occurrence Robert Hue, la rubrique « *Idée* » dure au total 14 minutes sur les 75 que compte l'émission.

- *Bilan*: - « Quel est votre plus grand succès? » demande Alain Duhamel à Alain Madelin. « La baisse du budget du ministère de l'industrie » quand il en était en charge, lui répond celui-ci. « Votre plus grand échec ? » L'exemple est cette fois-ci choisi par les journalistes. Il s'agit pour cette occasion de l'augmentation des impôts à son arrivée au gouvernement, ce qui montre, selon les journalistes, qu'Alain Madelin a **plusieurs discours**, reproche que lui ferait la classe politique, toujours selon les deux journalistes. Cette rubrique se termine par l'annonce des résultats d'une **question Minitel** : « Madelin, Premier ministre, président ? » et d'un **sondage IPSOS**: « Quels sont les mots qui vous viennent à l'esprit quand on vous dit Madelin ? »

- *Ailleurs*: les journalistes posent la question : « Quand vous ne faites pas de politique, que faites-vous ? » « J'écoute de L'opéra », répond l'intéressé et « je m'occupe de mon potager ». C'est à ce moment-là que Jean-Pierre Coffe intervient sur le plateau et procède au « quizz tomates »³⁰³.

Il interroge Alain Madelin pour savoir si, comme il le prétend, il est amateur de potager. A cette fin, il lui demande d'identifier des variétés de tomates. Cet extrait est tout à fait révélateur de **l'exercice de la logique de « perception représentative »** adoptée par les professionnels de la politique télévisée, afin de « cadrer » l'activité politique.

Le « raisonnement » est le suivant : comment voulez-vous que le représentant politique qui ne sait pas reconnaître des tomates, comme « nous », citoyens de base, nous le savons (ce citoyen ordinaire que l'on retrouve dans d'autres types de constructions, dans d'autres dispositifs)... comment voulez-vous que cet homme (ou cette femme) puisse proposer des solutions à nos préoccupations, alors qu'il ne dispose pas des mêmes perceptions de la réalité sociale que nous (logique de perception représentative)?

Il est à vrai dire peu évident d'identifier des variétés de tomates pour quiconque –au moins un membre du personnel politique désormais avisé pourra éviter à l'avenir d'afficher pareille ou similaire compétence, mais le travail télévisuel consiste justement à nous faire croire que c'est le b.a.-ba de toute vie collective.

L'ambiguïté du travail actuel des professionnels de la politique télévisée ne réside donc pas uniquement, comme on a déjà pu en faire le constat en matière d'information

³⁰³ Alain Rémond, op. cit.

télévisée, dans l'élaboration de **techniques qui chercheraient à produire une « opinion vraie »**.

Comme le mentionne Erik Neveu³⁰⁴, « aucune technique ne peut produire l'opinion vraie », même si « toutes ne sont pourtant pas égales quant à la richesse, à la précision des informations collectées ». Et la question se pose alors « de protocoles d'investigation qui pourraient contribuer à une connaissance plus riche et plus profonde du vécu et des attentes des citoyens, et d'abord de ceux privés d'accès routinisés à l'espace public ».

Le « journalisme politique », comme on l'étudiera plus loin, doit alors composer avec « l'essor d'un journalisme ethnographique utilisant les techniques du portrait, du reportage social pour tenter de produire une évocation compréhensive des impacts des politiques publiques, des malaises sociaux et des rapports au politique qu'ils suscitent ».

L'ambiguïté du travail actuel des professionnels de la politique télévisée réside également dans « **l'autonomisation ambiguë des médiateurs** » que sont les journalistes. « L'un des effets les plus saillants des formes contemporaines de la médiatisation réside tout simplement dans **le pouvoir social acquis par les médiateurs** », résume Erik Neveu.

Certes, « la tendance des journalistes politiques est de revendiquer une posture d'experts, en surplomb d'une activité politique dont ils se constituent en commentateurs et évaluateurs compétents parce que distanciés ; une évolution qui « traduit l'intériorisation par les journalistes et candidats des formes d'expression télévisuelle ». Certes, comme on la voit, « le bon journaliste politique est désormais aussi celui qui sait décoder et désamorcer les coups médiatiques », ce qui a pour notable conséquence que « les associés-rivaux de la politique et du journalisme, prisonniers d'une logique de système, entretiennent alors une mécanique de désenchantement qu'illustre le jeu des accusations croisées sur la trivialisation de la politique, le manque d'intérêt des campagnes et le biais de leur couverture »³⁰⁵.

Mais le « bon » journaliste politique est aussi celui qui sait participer de l'évolution des « médias audiovisuels comme **outils d'une extension des espaces d'expression ouverts à une prise de parole politique, largement entendue** ». « **Les formes actuelles de la politique à la télévision** doivent (ainsi) à une combinaison complexe de logiques de recherche d'audience, de représentations professionnelles de la bonne médiatisation, de

³⁰⁴ NEVEU, 2000.

³⁰⁵ Ibidem.

résistance des journalistes politiques à **des innovations qui risquent de les déposséder de leur statut de propriétaires de cette programmation** ».

Parmi ces « innovations » il faut compter au premier chef, sur celles qui permettent à d'autres catégories de professionnels des médias, de construire des dispositifs télévisuels qui rendent compte des perceptions du public sur le monde social, et qui, parce qu'ils s'inscrivent dans le « pouvoir de représentation » et le « pouvoir paradigmatique » dont jouissent les médias audiovisuels, sont confrontés en permanence, dans les différents programmes de la politique télévisée, à d'autres (anciens ?) dispositifs de « mise en assertion argumentatives et conclusives du monde »³⁰⁶, dans lesquels le journalisme politique s'est pratiqué jusqu'alors.

L'émission se termine par une dernière question : « Vous avez 50 ans, quels sont vos projets de vie professionnelle, de vie personnelle ? »

Si au total, **l'actualité politique et la mise en opposition restent des séquences incontournables des émissions politiques**, le « **statut symbolique des registres d'intervention de l'homme politique** »³⁰⁷ est large : la politique, le théâtre et aussi l'amitié pour Jack Lang qui demande à propos de ses ambitions : « réussir l'amitié, c'est dans le propos, c'est hors du propos ? », et Alain Duhamel de lui répondre: « non, c'est dans le propos ».

Ce qui reste cependant le plus intéressant, c'est l'organisation dans de nouveaux dispositifs, de la « **démonstration de l'écart entre la vox populi** »³⁰⁸ (l'opinion publique, dont les journalistes se font les intermédiaires) et le discours politique. La démonstration de cet écart se fait ici précisément **en prenant en charge le sentiment, les perceptions qu'ont les Français** de l'activité politique au travers du commentaire avec comme leitmotiv: « peut-on faire autre chose ? », « et là on va vous croire ? ». Avec l'appui des sondages, par exemple celui de la SOFRES: « pour 61% des Français, un autre gouvernement ne ferait pas mieux ».

Mais cette démonstration se fait également à partir du « quizz tomate » dont le pouvoir décrédibilisant est peut-être réel, « sur le coup », mais qui, en revanche est, d'une **insigne faiblesse en matière de découverte de la « demande politique** », sous quelque forme

³⁰⁶ LOCHARD & SOULAGES, 2003.

³⁰⁷ NEVEU, 1995.

³⁰⁸ Ibidem.

journalistique que l'on puisse l'imaginer et la désirer. C'est le cas dès que la logique de perception représentative ne sert qu'à faire fonctionner des procédés de disqualification de la politique.

Il faut enfin souligner l'importance dans l'émission, du « cadrage » non sur les institutions politiques, ni l'actualité politique, en partie sur l'homme politique, mais surtout, sur **la parole politique**.

Nous en voulons pour preuves, le titre de l'émission, « *Franchement* », qui se réfère explicitement à un acte de langage qui viendrait traduire une qualité morale, le tic verbal d'Alain Duhamel , « en un mot »³⁰⁹, le recours à des sondages IPSOS, « Quels mots pour qualifier l'homme politique ? », et, qui donne lieu à un palmarès des qualificatifs les plus fréquemment utilisés au sujet de l'homme politique, la classe politique qui fait le portrait « en quelques mots », et enfin, la mise en doute de la capacité de cette parole politique à fabriquer de l'adhésion et à déboucher sur une « bonne politique ». Ainsi Alain Duhamel qui demande, à propos de la personnalité médiatique de Jack Lang : « Est-ce bien pour la politique ? », sous entendu d'avoir trouvé le langage adéquat pour être sollicité si souvent par les médias. Jack Lang de répondre : « Ce n'est pas une question de style, ce ne sont pas des mots. Il n'est pas besoin de dépenser de l'argent pour vos sondages ; la parole politique a été tellement dévaluée ».

Avec, au total, un beau paradoxe, s'agissant de la puissance **des « mots » et de la « parole politique »** : la parole politique est puissante car essentielle en politique, si bien qu'elle ne devrait pas être « dévaluée » ; en même temps, elle est si vulnérable, qu'elle a été très souvent réduite uniquement à « une question de style ».

2. la concurrence des « médiateurs » : l'exemple du magazine politique « *L'Hebdo* »

Le programme « *L'Hebdo* » est présentée par Michel Field, sur *Canal +*.

Tout en agitant des éléments d'actualité du débat politique, son travail sur l'offre politique le conduit à se concentrer sur les **jeux de communication** des représentants politiques, et l'amène à porter **des jugements moraux sur la nature du pouvoir**. Il renouvelle incontestablement **le style d'interpellation de la classe politique, qui est invitée**

³⁰⁹ Relevé par Alain Rémond dans l'émission *Arrêt sur Image* (France 5).

en plateau³¹⁰, avec une parole politique qui est mise à mal, ce qui, à l'instar du magazine politique de *France 2*, est la marque d'une « coupure » avec le système politique.

En revanche, il se distingue par la mise en place de dispositifs, dans différentes formes interactives, qui cherchent à rendre compte tout à la fois des perceptions et des préoccupations du public, ce qui le rattache explicitement à la **logique de perception représentative** propre au « journalisme de médiation ».

Le principal dispositif a pour originalité de prendre en considération des **espaces publics non médiatiques**. L'outil est le « On en parle ». Il s'agit de demander par sondage, à des individus ce dont ils ont parlé en priorité au bureau, au café, afin d'obtenir une liste de 10 « thèmes ». L'animateur remarque alors souvent que les thèmes qui arrivent en tête de classement ne sont **pas ceux qui ont été le plus souvent débattu dans l'actualité telle qu'elle est fabriquée par les journaux télévisés**.

Il s'agit d'observer maintenant en quoi, ce type d'outil et la signification que lui donne le « médiateur » dans son activité, est révélateur d'une **prise de distance des professionnels de la télévision** vis-à-vis de formes plus traditionnelles de traitement de l'actualité politique. Je prendrai ici un exemple :

« *L'Hebdo* » d'Alain Juppé le 15 mars 1997

Dans ce magazine, fidèle à la formule de la dilution, **l'actualité internationale et nationale sont abordées** : l'Afrique, l'Europe, le mouvement des hospitaliers, l'intervention télévisée du Président sur la formation, les jeunes... Le Premier ministre répond à des **étudiants et à des lycéens**, un public qui est présent sur le plateau.

La question qui est principalement posée au Premier ministre tout au long de l'émission, est : « un chef de gouvernement peut-il parler, écouter, dialoguer vrai ? ».

Cette question, il est vrai, est celle, selon l'animateur, que poserait Alain Juppé dans son livre « *Entre nous* »³¹¹.

³¹⁰ D'où sa catégorisation comme « magazine politique » par la presse.

L'émission débute par **un reportage à Bordeaux** qui met en scène « celle qui a dit mort aux cons », à savoir la passante bordelaise à qui Alain Juppé dit s'adresser dans son livre. Il faut dire que cette dernière s'est précisément livrée à cette déclaration, au passage du Premier ministre dans les rues de la ville dont il est le maire.

A l'occasion d'un reportage, cette femme est présentée comme étant « revenue des grands discours ». Elle « est diplômée » (une maîtrise de science politique, nous dit-on) et « tient un magasin à Lacanau », cité touristique balnéaire de Gironde, pour « survivre ». « Tous les hivers, c'est la galère » affirme-t-elle. Elle juge le livre « bien loin de son quotidien »... « Il est agrégé de lettres classiques... ça se voit », s'amuse « la passante bordelaise ». Et de poursuivre dans la même veine : « depuis qu'il en a... les enfants, ça le branche ».

« Pour Marie, les hommes politiques sont coupés du quotidien » ; « ils pensent aux chômeurs en terme de courbes et de chiffres », souligne le commentaire journalistique. « C'est ça la diplomatie, c'est ça que l'on apprend à l'ENA... répondre que vous êtes jolie, ce n'est pas une réponse », lance la « jolie » Bordelaise, en plaisantant au sujet des termes employés par le Premier ministre dans son ouvrage.

De retour sur le plateau, l'animateur reprend l'argument : « un sentiment partagé par de nombreux Français : la coupure, la crise de l'autorité... car ceux qui ont l'autorité ne savent pas ». Alain Juppé se défend : « nous en voyons (des chômeurs), on en connaît, dans ma famille... », et, il développe la thèse des deux mandats : « être Premier ministre et maire car on voit des Français... c'est physique ».

Michel Field poursuit : « d'autres interventions sur la communication et la crise de l'autorité ? » De jeunes Bordelais viendront témoigner de leur grande difficulté à « accéder au maire » ; on ne rencontre « que des CRS ».

Le Premier ministre développe son propos en soulignant la double nécessité d'assurer « les fonctions régaliennes » (afin de répondre au « besoin d'autorité ») et d'accroître « la dimension participative ».

Le dispositif télévisuel sollicite **les sondages** (BVA : Juppé Président en 2002, 2009 ?), **les mails** des téléspectateurs qui s'affichent sur un grand écran dans le studio et fonctionnent comme un contrepoint à la parole politique. Un **procédé d'infographie** lance la séquence consacrée à l'actualité internationale en indiquant sur une carte le nombre de

³¹¹ Recueil de « nouvelles », chez Nil Editions.

victimes en Algérie depuis le 1^{er} janvier. Puis c'est le **site Internet** de l'émission qui consacre un dossier au Zaïre.

Une première question ouverte sur cette actualité (« la place de la France en Afrique ») posée par un jeune du public est brocardée par l'ancien enseignant de philosophie : « on dirait une parodie de conférence de presse ! ». L'animateur interrompt la réponse du Premier ministre : « aide à l'Afrique ou à certains régimes corrompus ? » Puis à nouveau : « les entreprises ont vendu des armes... »

Viennent ensuite les « questions économiques et sociales », lancées par un éditorial d'Alain Le Diberder intitulée : « la croissance : une belle absente ». Commence un débat sur l'insuffisance de la consommation, celle de la demande... agrémenté par les jeux de mots de l'animateur : « la jupette, qu'a montré la jupette ? » - « La jupette » est une prime décidée par le gouvernement de l'époque pour relancer l'achat d'automobiles –

Puis c'est « l'Europe sociale » et les « euro grèves Renault » qui alimentent le débat et suscitent de vives réactions dans le public. L'argumentaire politique doit faire face aux slogans et mots d'ordre délivrés par la messagerie Internet : « le vrai pouvoir, ce n'est pas le pouvoir politique, c'est celui de l'économie. Pourquoi l'action Renault augmente quand on licencie ? » Si ce n'est pas Michel Field qui le déclare...

L'actualité sociale prend alors le pas sur l'économie avec le mouvement social des internes en médecine, particulièrement actif à Bordeaux. Un représentant de ce mouvement, présent sur le plateau, plaide contre « la maîtrise comptable de la santé ». Là encore l'animateur cadre le débat : « Ca doit vous faire drôle... Quand les socialistes étaient au pouvoir, vous étiez dans la rue avec les médecins, maintenant que vous êtes au pouvoir, c'est marrant, vous n'y êtes plus ! » Alain Juppé de répondre : « c'est normal, c'est la démocratie ».

« 15 minutes pour parler de l'emploi des jeunes et de l'intervention de Jacques Chirac », lance Michel Field. En dépit de nombreuses « interventions » et « réactions » de lycéens qui s'opposent pour savoir qui de l'ordinateur ou des enseignants (« il faut des profs ») sont finalement des soutiens pédagogiques adéquats, c'est **un fax**, demandant de « connecter directement le site Internet de l'émission à celui de l'ANPE », qui clôturera les échanges.

Et non sans que le « médiateur » ait rappelé que « nous sommes là en présence de vastes campagnes de communication ». « Quand un homme politique parle, il communique » assène-t-il. Et pour preuve rappelle que si Jacques Chirac a bien « parlé d'Internet » lors de son intervention télévisée, « il y a trois semaines, il ne savait pas ce qu'était une souris ».

Comme le souligne pour conclure une lycéenne en s'adressant à l'homme politique présent sur le plateau à cette occasion : « il y a quelque chose qui ne va pas dans ce que vous racontez ».

Ce savoir-faire dans la maîtrise de dispositifs télévisuels qui sont à la fois performants dans le traitement de l'offre politique et innovants dans le compte rendu de la demande politique dans une logique de perception représentative, Michel Field va le mettre au service du **renouveau du « rendez-vous politique des Français »**, le magazine 7/7. En vain.

B. Un « médiateur » en politique : la disparition du « rendez-vous politique des Français »

Après la disparition de « l'émission politique des années 80 » (*L'Heure de Vérité*), c'est la formule de « la dilution de » « 7/7 », qui disparaît peu après, avec l'échec de son renouvellement par le magazine *Public*, confié au « médiateur » Michel Field. Comment expliquer l'échec du renouvellement de la formule de la « dilution », comme dispositif central d'un rendez-vous politique ?

Je montrerai que c'est parce qu'au sein de cette formule, la « parole politique » ne peut plus assumer son travail de « rhétorique politique »³¹², en raison des procédés de disqualification dont fait l'objet la politique³¹³.

Il faut d'abord revenir sur ce qu'est ce rendez-vous politique, sa formule. Ce qui sera fait à travers l'examen d'une émission du 23 mars 1997, mettant face-à-face Laurent Fabius et Edouard Balladur. Je montrerai, conformément à la grille d'analyse adoptée dans ce travail,

³¹² Ce travail d'articulation entre demande et offre politique.

³¹³ Qui ne sont pas réductibles à des « effets de médiatisation » selon la perspective adoptée dans la thèse, cf. le chapitre 3.

que les difficultés par cette formule pour s'adapter à un « âge anti-politique »³¹⁴, sont caractéristiques de la « politique dépolitisée » des années 90. **C'est-à-dire que si le dispositif télévisuel permet bien au couple discours politique/commentaire journalistique de faire l'articulation entre des offres et des enjeux politiques, à partir d'un traitement de la parole politique, cette articulation a été « moquée » (procédé de disqualification de la politique).**

Il faut également souligner que ce rendez-vous « politique » est concurrencé par des formats qui sont plus adaptés à un traitement de l'offre politique, à la fois dans l'exploration des coulisses et de la vie politique, le décryptage des stratégies de communication politique, et dans le regard trivial sur la politique.

1. Le modèle de « la dilution » : « 7/7 »

Ce modèle de la « dilution » dure tant que le traitement de la parole politique dans le dispositif télévisuel permet au discours politique et à son commentaire d'assurer la rhétorique politique. **Quand bien même cette dernière est celle de la « politique dépolitisée » : une articulation entre offre et enjeux politique assurée mais moquée.**

Un débat Fabius / Balladur ou comment faire de la politique dépolitisée : l'exemple de l'émission « 7/7 », le 23 mars 1997.

« Pour ne pas s'engager dans un catalogue de sujets divers, j'ai proposé que le chômage soit le cœur du face-à-face... et les solutions pour en sortir, afin que les Français aient le sentiment qu'on leur propose des choix clairs », énonce d'entrée, la journaliste Anne Sinclair.

« Je veux simplement en introduction, vous proposez un florilège de ce qu'on dit les hommes politiques depuis 10 ans aux chômeurs angoissés. C'est sommaire, impressionniste, peut-être trouverez-vous l'exercice facile, mais sachez que c'est le sentiment que les Français retiennent d'années et d'années de discours sur le chômage ».

On mesure ici les infinies précautions oratoires prises par la journaliste pour justifier un procédé journalistique de compte rendu des « sentiments des Français » (sous la forme

³¹⁴ Qui opère dans les catégorisations sémantiques et conceptuelles de la politique à la télévision, une distinction entre la politique (politicienne) sale, et le politique, noble ; cf. le chapitre 3 & la section 2 de ce chapitre pour le terrain empirique.

d'un document de trois minutes, mêlant des déclarations volontaristes de membres du personnel politique issus de l'ensemble des partis de gouvernement à des témoignages de chômeurs, entrecoupés d'analyses de professionnels du traitement du chômage), qui pourrait venir participer du discrédit de la politique. De ce point de vue, les dispositifs télévisuels actuels ont précisément pour caractéristique de systématiser ce type de procédé de disqualification de la politique, **procédé qui, pourtant, en dépit des avertissements de la journaliste, est déjà à l'œuvre dans ce format, à travers le jeu des catégorisations sémantiques**, comme on va le montrer³¹⁵.

Puis la journaliste d'organiser le débat : « puisque nous sommes d'accord sur le constat, je voudrais que vous développiez votre philosophie générale pour traiter le problème ».

Et Edouard Balladur et Laurent Fabius de faire alors montre de toute leur maîtrise de cet exercice de style. « Faut-il relancer seul ? » demande l'ancien Premier ministre RPR. « En relançant la consommation comme le disent les socialistes (« pas seulement », glisse alors l'ex Premier ministre socialiste) ou bien en relançant les initiatives comme le disent les libéraux ? », interroge-t-il encore.

Plus loin : « je ne suis pas d'accord avec Monsieur Fabius, il ne peut pas assimiler ce que je viens de dire à la recherche de la précarité, c'est la recherche de la liberté... ou alors vous considérez que tout est précaire dès lors qu'on est pas absolument encadrés ». Laurent Fabius de rétorquer : « le monde que vous venez de décrire, c'est celui de la précarité... l'Amérique, l'Angleterre ». « Oui mais c'est aussi le monde de l'emploi, on y crée des emplois tous les mois (...) il y a effectivement des hommes et des femmes qui gagnent mal leur vie mais ils ont un emploi, c'est quand même mieux que de ne rien avoir (...) mon modèle n'est pas les Etats-Unis ou l'Angleterre, j'ai pris l'exemple du monde entier, il va mieux que nous », se défend Edouard Balladur. « Moins les Etats-Unis et l'Angleterre », insiste Laurent Fabius. « Les Etats-Unis et l'Angleterre vont mieux que nous aussi... pourquoi, c'est la question qu'il faut se poser », corrige finalement Edouard Balladur.

A nouveau la journaliste cadrera les propos très développés des deux invités : « on va reprendre tous les points dans l'ordre... relancer, je ne crois pas que cela soit votre credo »,

³¹⁵ Et quand ces jeux de catégorisation sémantique ne suffiront plus à s'adapter aux perceptions du public, ce sont des jeux de catégorisation conceptuelle ou référentielle qui s'exerceront : le format ne sera plus un format « politique ».

demande-t-elle en s'adressant à Edouard Balladur. « Mais pourquoi dites-vous cela ? », feint de s'étonner ce dernier.

Puis quand les échanges tourneront à une bataille de chiffres (« tous vos chiffres sont inexacts » - L. Fabius-) et d'analyse rétrospective, la journaliste coupera poliment : « un débat sur le bilan ce n'est pas ce qui intéresse les Français ».

Et le dialogue entre les duellistes de se poursuivre dans les meilleurs termes (ce sont deux anciens Premier ministres, et, le dispositif télévisuel, de ce point de vue, co-construit bien les ressources rhétoriques et normatives de l'interaction) : « je ne dis pas que... » ; « mais vous voulez me dire que j'ai mal compris ? » ; « mon contradicteur aura des objections, j'imagine... » ; « interlocuteur, pas nécessairement contradicteur... »

Au final, que dire sur ce débat « fait courtoisement mais sans complaisance », comme le relèvera à la toute fin de l'émission, Anne Sinclair ?

Comme on le verra dans le chapitre 3, « Faire de la politique dépolitisée », correspond à un modèle dans lequel les professionnels de la représentation que sont les professionnels des médias et de la politique déploient des **rhétoriques politiques, que je dirai politisantes**, car elles organisent le rapport entre le partisan et le normatif, mais dont l'époque « antipolitique » en indique le caractère inopérant, dépassé, artificiel³¹⁶.

Il s'agit alors dans cette grille interprétative de montrer comment, à travers le discours politique et son commentaire, le dispositif télévisuel contribue à organiser le lien et à montrer que ce lien est rompu, autrement dit à « **organiser le lien en le moquant** ». **C'est ce que j'appelle, pour des professionnels de la représentation, « faire de la politique dépolitisée ».**

Le dispositif organise la confrontation entre des offres politiques qui sont ancrées d'un point de vue partisan (on est en présence d'un « face à face ») et normatif (il s'agit de traiter du « chômage et des solutions pour en sortir », afin « que les Français aient le sentiment qu'on leur propose un choix clair »). Et, à cela s'ajoute comme on l'a vu, tout le jeu sur le répertoire

³¹⁶ Que j'opposerai à des rhétoriques apolitiques, qui ne font pas l'articulation entre les dimensions partisans et normatives de la politique, et, que je distinguerai de rhétoriques concernantes qui elles aussi établissent l'articulation qui caractérise la politique, mais à partir d'une inversion de la (re)présentation de la politique : « quand pour dire la politique, il faut dire qu'elle concerne les gens » (motif rhétorique *concernant*) ; cf. le chapitre 3.

proprement politique, tant dans l'énoncé de la parole politique, que dans les références qu'elle mobilise, les arguties qu'elle bâtit.

Mais, en même temps, le dispositif télévisuel « dépolitise », c'est-à-dire qu'il « moque » l'articulation qu'il contribue pourtant à établir, en en indiquant le caractère inadéquat. C'est particulièrement frappant à travers le reportage de début d'émission, rendant compte du « florilège de ce qu'on dit les hommes politiques, depuis 10 ans aux chômeurs angoissés », comme l'a énoncé Anne Sinclair.

Même si encore une fois, dans le dispositif tout est fait pour que le journaliste et les représentants politiques déploient, ce que j'appelle une rhétorique politisante. Un chronomètre à l'écran montre à quel point les professionnels de la télévision tiennent en estime la parole politique (partisane), puisqu'il n'est pas question, en quelque sorte, de la démonétiser, de lui ôter son caractère sacré en ne la répartissant pas selon une norme d'équité et en dehors de tout contrôle.

Mais, en dépit des efforts de la professionnelle des médias pour solliciter des rhétoriques politiques politisantes, il y a un marqueur très fort de la « politique dépolitisée ». Cela se joue sur le terrain proprement sémantique, c'est-à-dire des (catégories de) sens attaché(e)s au mot (au polysème) politique dans ce rendez-vous politique³¹⁷.

Quand Anne Sinclair, à la fin de l'émission déclare : « On va en rester là, je voudrais que l'on termine par quelques mots de politique. Le congrès du FN doit avoir lieu à Strasbourg, le FN est au centre du débat public... »

Cela signifie « qu'avant », ce n'était alors pas de « politique » dont il était débattu ?

En réalité, cela signifie que les catégories de sens du polysème « politique » que véhicule la « politique télévisée » à la fin des années 90, sont très restreintes : en fait la politique, c'est la politique politicienne qui est « sale », à la différence du politique, qui lui est noble, mais que l'on ne traite alors pas dans des catégories (non pas des catégories de sens ici, mais des catégories conceptuelles ou référentielles) que les journalistes ne qualifient pas de « politiques », mais de « questions économiques et sociales » par exemple, pour reprendre le vocabulaire souvent employé dans cette émission, qui est précisément la marque de la formule de la « dilution ».

³¹⁷ Cf. le chapitre 3 pour la distinction entre catégories sémantiques et conceptuelles ou référentielles.

Ce qui traduit combien, sur un plan symbolico-cognitif, le maintien de la formule de « la dilution », ainsi que toute une série de façons de traiter de la politique à la télévision semble difficile, ce sont précisément ces jeux (sémantiques et cognitifs) sur la catégorie constituée de l'information politique)³¹⁸, auxquels se livrent les acteurs de la politique télévisée.

On en trouve à nouveau une très belle illustration quand Edouard Balladur conclut : « J'ai été très heureux que l'on parle d'autre chose (que du FN) ».

Et la journaliste de répondre : « Depuis 57 minutes, on parle d'autre chose... »

2. La fin du « rendez-vous politique des Français »

A la rentrée télévisuelle de septembre 1997, l'émission « *Public* » remplace « *7/7* ». Ce sera un échec, la formule se brisant sur l'écueil de « l'infotainment », car le personnel politique va se déplacer notamment (c'est ce qui aura retenu l'attention en tout cas) dans les formats de divertissement.

Mais auparavant, on étudiera le fonctionnement de « *7/7* » au moment de l'annonce de la dissolution de l'assemblée nationale le 21 avril (Lionel Jospin, le 20 avril, c'est-à-dire la veille de l'annonce) puis du lancement de la campagne (Alain Juppé, le 27 avril). On observera alors comme il est difficile pour ce format d'être efficace pour traiter de « l'offre politique », si l'on regarde le même jour ce que produisent d'autres formats³¹⁹, principalement « *Dimanche soir* » (*France 3*, invités : Edouard Balladur et Dominique Voynet).

« 7/7 » et le cadrage par les « motifs » de la dissolution

Ce que révèle une analyse de l'émission du 20 avril, dans laquelle est invité Lionel Jospin, ce sont les efforts de la journaliste pour ne pas verser dans une analyse en terme de « coup politique » pour rendre compte des motifs de la dissolution³²⁰.

³¹⁸ Cf. le chapitre 3. La question sera précisément pour l'analyste qui réfléchit sur la nature des formats et des dispositifs télévisuels susceptibles de produire de « l'information politique », de savoir si ce que l'on commence à envisager comme un procédé de disqualification sémantique, ne doit pas conduire à adopter d'autres formats (catégorisation référentielle) pour aborder les sujets politiques à la télévision.

³¹⁹ Comme « *Arrêt sur Image* » (*La Cinquième*), « *Le vrai journal* » (*Canal +*). Le décryptage d'*Arrêt sur Images* consacré le même jour à une analyse des rumeurs de la dissolution alimentées par le pouvoir politique, et *Le Vrai Journal*, qui discrédite le système politique tout en offrant une tribune au personnel politique.

³²⁰ On ne mesurera probablement jamais suffisamment à quel point ce sont les pratiques politiques qui justifient d'adopter des cadrages cyniques de la vie politique. La question étant de savoir si les médias télévisuels à travers

« Les électeurs vont avoir un mois pour choisir entre la gauche et la droite (...) voyons ce que Lionel Jospin a à nous dire », lance Anne Sinclair pour débiter une émission dans laquelle la parole et le discours politiques vont trouver un terrain d'expression des plus traditionnels : questionnement sur l'offre politique (« est-ce que la gauche est prête ? »), déploiement d'une rhétorique politique que le discours politique contrôle, c'est-à-dire sans que le dispositif télévisuel ne vienne l'empêcher d'articuler enjeux et offre politiques : « il faut être réaliste sur les problèmes de société (...) plus audacieux dans les choix économiques (...) mieux prendre en compte les préoccupations des Français ; et « il y aura bien deux approches »³²¹.

Le « récit (introdutif) d'une semaine de rumeurs » donne également lieu à des « explications » qui mêlent seulement à la marge, le pur opportunisme politique, à des enjeux politiques bien réels : la thématique du « calendrier chargé » (« le passage à l'euro »), celle du « tour de vis nécessaire » (« qui rend plus viable d'organiser les élections avant »), et le point sur « l'état des forces politiques » (« le PS a encore du mal à convaincre les Français » ; « la petite embellie actuelle sur le gouvernement, la première depuis 2 ans »).

Cette noble attitude journalistique qui vise uniquement - souhaitons-le³²², à ne pas participer au discrédit du système politique, n'est semble-t-il, pas partagée³²³, par d'autres acteurs de la politique télévisée (Christine Ockrent, Serge July et Philippe Alexandre), qui agissent quelques heures plus tard, dans l'émission « *Dimanche soir* » sur *France 3*.

Ces trois professionnels du journalisme ont pour habitude de commenter les déclarations politiques du week-end, dans un jeu de reprise et d'intertextualité entre formats médiatiques de la presse écrite, radiophonique et télévisuelle. Et ils se livrent ici à une toute autre lecture de l'actualité politique liée à l'annoncée déclaration du Chef de l'Etat.

la lecture qu'ils font de ces pratiques, cherchent à relayer une humeur « anti-politique », ou bien à générer quelques effets de retardement dans la diffusion de cette humeur, ce qui les oblige alors à « offrir de la politique », « clandestinement », « par allusion » ou « par prétéition » (LE GRIGNOU, 2003) ; Cf. l'introduction et le chapitre 3. Ici on apporte quelques éléments empiriques de réponse... comme cela a été fait dans le chapitre 1, où j'ai observé le traitement différent offert les journaux télévisés de la mi-journée, qui, en s'affranchissant du « cadre du jeu », pour il est vrai, alors faire passer des messages politiques de nature bien différente... selon que ce sont des catégories pratiques et intellectuelles « politiques » qui sont mobilisées ou non.

³²¹ Développements certes mille fois entendu, de même que les arguments qui s'alimentent du « sinistrisme » (« appel » aux forces de gauche) dès qu'il s'agit d'aborder le sujet de « l'Europe » : « L'Europe, c'est oui, si... ».

³²² Faut-il regretter cette forme de « journalisme de révérence » selon l'expression de Serge Halimi ? Peut-être, si l'on observe ce qu'a produit le journalisme en temps de « gouvernement de communication » ; voir la Section 2.

³²³ Mais à nouveau, faut-il le regretter ? Et s'en étonner quand on sait combien la décision de dissoudre l'Assemblée a été mise en cause publiquement, y compris par des membres de la majorité de l'époque, conférant à la situation politique un manque de clarté, et un défaut de responsabilité politique.

Ici « les motifs » de la dissolution (« respecter le calendrier », « sauver l'euro ») sont des motifs « invoqués ». On tourne en dérision l'argutie présidentielle : « on ne peut pas faire de réformes parce qu'on a une trop grande majorité... les Guignols vont s'en amuser », souligne le journaliste de *RTL*. « C'est un hara-kiri, la dissolution », analyse le patron de *Libération*. Plus, ce sont les véritables motifs de la dissolution qui sont avancés, confirmant cette grille de lecture en terme de calcul politique : « les échéances judiciaires » (Philippe Alexandre) qui menacent le président de la République.

Et dernière figure imposée par l'exercice, c'est la parole politique qui est moquée : « on va réitérer la fracture sociale ! »³²⁴

Quand elle reçoit, le dimanche 27 avril³²⁵, un Premier ministre, Alain Juppé, désormais en campagne, Anne Sinclair semble encore bien décidée à « tout » sacrifier à « l'information politique », la seule véritable et légitime à cette époque, **celle qui permet à la parole politique de se faire discours politique en articulant offre et enjeux politiques** : « les Français attendent (des représentants politiques) qu'ils disent pourquoi la dissolution mais surtout quelle politique économique pour lutter contre le mal, le chômage ».

Et Alain Juppé de développer son argumentaire : « il fallait restaurer la France car cela n'allait pas bien » ; « les 40 premiers jours pour redonner un nouvel élan (...) avec une nouvelle équipe ». Anne Sinclair de reprendre le contre argument partout diffusé : « comment avec une majorité plus étroite, on a plus d'élan ? » Et le Premier ministre, à nouveau d'activer l'argumentaire sur les « raisons » : le « temps », les « rythmes », les « rendez-vous »... La journaliste, tout de même d'insister et d'appeler à la rescousse, à cette fin, l'opinion publique : « 81 % des Français pensent que c'est une manœuvre politique ». Le Premier ministre d'esquisser en arguant qu'il ne saurait être question de cela, puisqu'il n'est pas « candidat à sa succession ». « C'est une prérogative du chef de l'Etat ».

Un premier reportage revient sur l'origine des difficultés du gouvernement du maire de Bordeaux : les « affaires » (ELF et « les écoutes »), les « grèves de décembre », la Loi Debré (et les « retouches » du Conseil Constitutionnel). Mais à sa suite, conformément à la formule de la « dilution », la journaliste annonce : « commençons par les sujets économiques et sociaux ».

³²⁴ Serge July.

³²⁵ Soit environ un mois après le débat organisé sur ce sujet entre les deux anciens Premier ministres (infra).

Le Premier ministre se voit offrir l'occasion de détailler les différents « points de ces 40 jours... car notre émission s'y prête », justifie la journaliste. « Dépenses et recettes », « temps de travail », « libéralisme », « réduire le périmètre de l'Etat » (« vous voulez dire que l'Etat a perdu son rôle ? »), « rigueur, pas rigueur », « Maastricht », « la décentralisation », « le remplacement de l'ENA », « la place croissante des Régions », « le cumul des mandats » ... les dignes sujets politiques, macro-économiques et de politiques publiques dans leur relation avec les systèmes de pensée sociopolitiques qui les inspirent, sont tout à tour abordés.

Non sans que l'homme politique en campagne, ne sacrifie à la rhétorique de la « proximité »³²⁶, qui, à cette époque, oblige non seulement à annoncer, à côté des mesures destinées à régler les grandes questions socio-économiques, des « mesures concrètes et ponctuelles (ici par exemple la création d'un Comité éthique économique) mais également, à illustrer son argumentaire politique, en prenant des « exemples concrets » (ici par exemple, en faveur des « cantines scolaires »³²⁷ et des « prêts à taux 0 »).

Rhétorique entonnée également par la professionnelle des médias dans ses commentaires : « la vie quotidienne des Français maintenant, ça c'était votre vision de l'Etat... ». Et les associés rivaux du « modèle asymétrique »³²⁸ de traitement de la parole politique à la télévision, d'aborder à nouveau mais dans **un autre système de (re)présentation**³²⁹, les questions touchant à la consommation, aux impôts.

Au total, tout en s'interrogeant, et en jouant sur du velours (« on change une politique qui gagne ? » ; « c'était pas possible ce programme d'action pendant deux ans »), la journaliste laisse³³⁰ Alain Juppé présenter ses « initiatives fortes pour les 40 jours ».

Le rendez-vous du *Dimanche Soir*, sur *France 3*, le même jour, va à nouveau laisser entendre une musique un peu différente, dès que la parole politique va se mettre à « réciter ses

³²⁶ Evoqué par Edouard Balladur dans une autre édition de cette même émission, le 7 janvier 1997.

³²⁷ Un sujet qui ne peut pas, ne pas évoquer Ségolène Royal. Cette dernière a, à l'époque (automne 1996), participé du renouvellement des rhétoriques politiques de la politique télévisée dans le magazine « 7/7 » autour de deux axes : l'appel au normatif à travers les idéologies politiques (pour la député socialiste, si à l'époque, 62% des Français n'ont pas confiance dans la classe politique, c'est parce qu'ils sont « dans l'attente d'explications du monde »), et, la référence à la proximité (à propos d'une démonstration sur la notion de service public, elle évoquera le « facteur qui ne passe plus... avec la boîte aux lettres au bout du chemin »).

³²⁸ LOCHARD & SOULAGES, 2001, op. Cit.

³²⁹ Pour un basculement de ce système de représentation dans ce qu'il faut désormais nommer des rhétoriques politiques de proximité, cf. la section 2.

³³⁰ Remarque anodine ? Pas tant que cela si l'on observe le temps désormais laissé à la parole politique que l'on pourrait dire « programmatique » dans les formats labellisés comme « politiques », cf. la section 2.

gammes ». Une parole politique - campagne électorale oblige, pourtant exceptionnellement recueillie et confrontée en direct.

Le dispositif de l'émission est en effet modifié par rapport à l'ordinaire, puisqu'il est bâti autour d'Edouard Balladur et d'un débat qu'il aura avec Dominique Voynet. Comme le fait remarquer Christine Ockrent en lançant ledit débat après la diffusion d'un reportage introductif qui établit le « récit de la première semaine de campagne », « on voit bien que cette première semaine, c'est la cristallisation du duel droite/gauche ». Comme à l'habitude en revanche, ce débat sera suivi d'une séance conclusive de décodage de l'actualité et de la parole politique effectuée par les trois journalistes.

La difficulté est engendrée par le traitement journalistique de l'art oratoire de l'ancien Premier ministre. Un moment de l'émission en témoigne.

Edouard Balladur vient, selon ses propres termes, « d'éclairer les enjeux de l'avenir », en mobilisant les grandes notions que sont celles de la « Liberté », de « l'Etat », au service d'une part, d'une démonstration sur « le modèle social » qu'il juge souhaitable et de l'autre, de « la méthode de la Réforme » qu'il pense opportune. La rubrique se nomme « argument », on n'est donc pas vraiment surpris.

Le travail journalistique sur les propos du représentant politique peut davantage étonner. Car à la suite de son exposé, la journaliste lui fait remarquer que l'on « retrouve les simplifications ». « Je ne le regrette pas, car cela fait partie des clarifications », rétorque l'ancien chef de gouvernement. Puis, la présentatrice de l'émission d'insister en changeant son fusil d'épaule : « n'est-ce pas un peu loin des préoccupations des Français ? » Plus loin, Serge July demandera : « le mot libéralisme ne vous effraye pas ? » ; et Christine Ockrent sollicitera le représentant politique afin d'obtenir des « commentaires sur la dose de libéralisme d'Alain Juppé ».

Ces échanges sont significatifs des recompositions symbolico-cognitives de la politique médiatisée à l'œuvre dans le traitement télévisuel de la politique.

Les trois professionnels du journalisme (politique) connaissent trop bien les codes de la rhétorique politique, pour ne pas apprécier à leur juste mesure, la maîtrise dont fait preuve Edouard Balladur en la matière. Cette maestria les renvoie à leur statut symbolique d'interprètes-en-chef de ses propos (d'où la glose sur la dose et la conception du libéralisme qui est la marque d'une très grande habileté à comprendre ce que sont les « enjeux politiques » dans leur plus haute complexité), et, l'on peut comprendre qu'ils soient attachés à ce statut.

De plus, cette rhétorique, on le sait, indépendamment du degré avec lequel les représentants politiques peuvent ou non la posséder³³¹, a comme vertu de conférer à la politique ce que sont ses autonomies symboliques et cognitives. Comme on l'a dit, parce qu'elle articule les dimensions normatives et partisans de la politique, en s'appuyant sur les points d'appui offerts par des corpus théoriques plus ou moins systématisés et dogmatiques (les idéologies politiques). Et il n'y a donc pas lieu de penser que ces professionnels du journalisme politique souhaitent prendre des poses d'apolitisme.

Ce qui pourrait alors expliquer pourquoi, ce n'est finalement que dans une rubrique distincte, placée en toute fin d'émission, après avoir posé ces quelques banderilles relevées plus haut, que Serge July et Philippe Alexandre pourront s'adonner aux « commentaires sur l'intervention de Juppé » et où fuseront des « une semaine (de campagne) pour rien », « des classiques du genre », « les têtes de chapitre socialistes »...

Pourtant, Edouard Balladur avait clos son intervention par évoquer « deux rêves » et « la liberté », « pour donner un supplément d'âme ».

La formule de la dilution va bientôt faire les frais des attaques sur la parole politique à un point tel que le dispositif télévisuel ne permet plus de faire de « l'information politique », telle qu'on l'a définie. La formule de la dilution ne permet pas à la parole politique de se faire discours en articulant offre et enjeux politiques.

C'est ce que va confirmer « le magazine de libre expression politique »³³² de Michel Field, « *Public* ».

Public (N° 1) le dimanche 7 septembre 1997 : le magazine de « la libre expression politique »

« Bienvenue dans le nouveau rendez-vous politique de *TF1*... des pensées pour Anne Sinclair qui depuis 13 ans... », débute Michel Field³³³. « Dominique Voynet, vous êtes ma

³³¹ Dominique Voynet restera sans véritable réponse quand Edouard Balladur, finira par lui demander : « quelles sont vos solutions, Madame, pour le chômage ? ». Il faut dire que l'ancien Premier ministre dispose en la matière d'un savoir-faire reconnu ; pour preuve les nombreux débats (souvent des face-à-face) auxquels il a, à la télévision, participé. Pour un exemple récent, voir supra l'analyse du magazine *Ripostes*.

³³² Cf. en annexe la publicité pour cette nouvelle émission qui utilise cette formulation dans *Le Monde* du 7 septembre 1997. Qu'il est intéressant de comparer avec la démarche identique quelques mois plus tôt pour le magazine d'Anne Sinclair : « où en sont les relations entre la France et l'Allemagne après l'accord sur la défense et les débats sur l'Euro ? Y a-t-il un modèle allemand pour réduire le chômage ? Nous avons beaucoup à apprendre de la visite du chancelier Kohl à 7/7 », in *Le Monde*, 9-10 février 1997.

première invitée, vous essuyez les plâtres, mais en tant que ministre de l'Environnement, vous savez ce que c'est que la propreté ».

Première question du présentateur : « depuis une semaine le Premier ministre a rendu des arbitrages qui vont tous dans le sens contraire de vos positions, est-ce qu'on vit mal cela... d'être mise à l'écart de cette majorité plurielle ? » Puis, « vous allez remettre votre démission ? » « Certains dans le gouvernement sont des spécialistes », s'amuse ensuite le présentateur avant de souligner que la ministre semble « un peu maso ».

Ce n'est pas fini : « est-ce qu'il y a encore des grosses couleuvres que vous avez avalées ? », questionne-t-il, peut-être « des moyennes ? »

« Superphénix, c'est une revanche, vous y étiez déjà, enceinte, il y a un certain nombre d'années », nuance-t-il, en sollicitant cependant toujours le même registre.

Après ces échanges liminaires, le rendez-vous politique commence par un « **portrait** », puis se poursuit à nouveau, par un « dialogue » sur la place du ministre dans le gouvernement.

Après une « page de publicité », « **l'actualité de la semaine** » est « feuilletée ». Il en ressort que l'enterrement de Lady Die est l'un des faits essentiels.

Autre « fait » de la sélection de la semaine : les « phrases assassines de Claude Allègre », Elisabeth Guigou mise en examen pour diffamation (« on a payé 200.000 F pour un rapport bidon »), l'occasion pour Michel Field d'ironiser : « un garde des sceaux mise en examen par un juge, quelle indépendance ! ».

Autre fait essentiel de la semaine, dans la catégorie « entreprise », le débarquement de Jean-Marie Messier par Pierre Dautier et la démission de Christian Blanc (« ce qui est bon pour Bon n'est pas bon pour Blanc », joue l'histrion).

Viennent ensuite « les horreurs en Algérie » puis un triple attentat suicide à Jérusalem.

L'invitée du magazine est alors Leïla Chaïd, déléguée de l'autorité palestinienne en France. Michel Field lui demande : « dans l'interprétation que nous vous proposons de la semaine (la position de la déléguée a été rapportée dans le reportage diffusé), vous affirmez que Arafat paye le prix de ses liens avec le Hamas. Qu'en pensez vous ? »

³³³ Pour faire face à cette situation de « politique dépolitisée », la direction de *TF1* confie son nouveau rendez-vous politique à Michel Field, Cf. *Le Monde* Télévision Radio Multimédia, « Le guide des transferts », 25 août 1997.

Puis Michel Field annonce un rendez vous régulier : **le regard d'un télévision étrangère** sur un fait qui concerne la France. « C'est le décalage qui peut nous apprendre beaucoup », souligne-t-il. Il s'agira cette fois-ci, d'un reportage de la télévision mauritanienne, pays dans lequel Jacques Chirac effectue une visite officielle.

Le présentateur demandera à la ministre de l'environnement « Quel effet ça vous fait de le voir là bas en dehors du Conseil des ministres ? »

Puis c'est le sujet de l'abrogation des lois Debré/Pasqua qui est abordé. Diffusion d'extraits d'un discours de Lionel Jospin en campagne. « L'anguille, c'est un emblème ? », interrompt-il. « C'est de l'équilibrisme que vous faites ? », remarque-t-il afin de souligner les arbitrages que Lionel Jospin doit opérer au sein de sa majorité.

Le présentateur souligne « qu'ils vont tous dans le sens de la fermeté », alors que la ministre déplore que l'on ait maintenu les certificats d'hébergement. Alors que Dominique Voynet affirme : « nous discutons », Michel Field ironise, encore dans le même registre, « vous ne voulez pas démissionner, mais vous ne seriez pas contre sa démission (celle du ministre de l'Intérieur) ».

Dans la dernière partie de l'émission, ce seront **les projets** de Dominique Voynet en tant que ministre qui seront abordés.

Les résultats d'audience obtenus par cette première émission sont autour de 21,2 % de parts de marché contre 25,28 % en moyenne pour « 7/7 » la dernière année de sa diffusion³³⁴, de sorte qu'elle a aussitôt été mise sur la sellette.

Très vite le décor du plateau sera mis en cause. Et puis, il sera remarqué qu'à la différence de « *L'Hebdo* », le public ne participe pas.

Marc Olivier Fogiel, dans « *TV+* », demandera si le « ton » de Michel Field est « suffisamment fédérateur ». Celui-ci lui fera remarquer que « la marge de manœuvre est étroite », que c'est « une émission politique de référence », dans laquelle « les politiques ne peuvent jouer et n'accepteraient pas de le faire, à 19 heures, en direct sur *TF1* ».

³³⁴ Données recueillies dans le magazine « *TV+* » de Canal +.

Des représentants politiques interrogés (Jack Lang, Patrick Devedjan) rappelleront qu'avec Anne Sinclair, « il n'y avait pas de chausse-trapes », que « la pipe de Michel Field ne vaut pas le sourire d'Anne Sinclair ». Paul Amar évoquera lui, « un problème de sens »³³⁵.

La formule de la dilution dans sa version « 7/7 » sera victime du **divertissement**, dans lequel se déplacent les représentants politiques³³⁶.

Mais cette formule est également **confrontée au « journalisme d'état major »** (qui prétend tenir lieu d'observation des offres politiques) et à **l'information des magazines d'information** qui explorent la société française (et qui tient lieu de regard normatif, de visions du social). La question est alors de savoir si ces formats, dans lesquels se rend le personnel politique, **permettent de participer à un « débat public » ?**

Qu'advient-il alors du « **journalisme politique** » **télévisuel** qui tente de concilier ces évolutions de la politique télévisée. Est-il condamné à ce que j'appelle des stratégies de « **double cadrage de la politique** » ?

³³⁵ En dépit des modifications apportées, « *Public* » sera remplacé à la rentrée de septembre 1999 par « *19 heures. Dimanche* » présenté par Ruth Elkrief. Michel Field retrouvera les « forums » avec « *La marche du siècle* » et « *Prise direct* » sur *France 3* ; Cf. « Dans l'arène » in *Le Monde* Télévision Radio Multimédia, 5-6 décembre 1999.

³³⁶ « *19 heures. Dimanche* » sera concurrencée par l'émission de divertissement « *Vivement dimanche prochain* », sur le sujet : *Le Monde* Télévision Radio Multimédia, 13-14 février 1999, « Un vieux rêve », par Daniel Schneiderman (« Gérard Miller, Geluck, chez Drucker cognent les politiques de plus loin que chez Ruth Elkrief »), 9-10 avril 2000 : « TF1 renonce à son magazine politique du dimanche », 14-15 mai 2000 : « Ruth Elkrief part et parle ». Je relaterai uniquement ici un extrait d'une émission du 2 avril 2000 dans laquelle Laurent Ruquier (humoriste !) et Philippe Seguin sont les invités de la journaliste alors que dans le même temps Michel Drucker interroge Claude Sérillon (le journaliste « médiateur ») sur en particulier, ses relations au monde politique (le « placard » dont il est familier car il « dit ses opinions »). Philippe Seguin, l'unique représentant politique à cette tranche horaire pour ce dimanche, parlera très opportunément de « catégories étanches » quand la journaliste aura ouvertement reproché aux « hommes politiques d'aller chez les humoristes ». Avant de couper : « on va arrêter d'être narcissique... les hommes politiques sont aussi là pour commenter l'actualité, c'est-à-dire grave... » ; et, de lancer un reportage sur le Kosovo.

SECTION 2. LE TRAITEMENT TELEVISUEL DE LA POLITIQUE A L'EPREUVE DU « JOURNALISME D'ETAT MAJOR » ET DE « L'INFORMATION / DIVERTISSEMENT » : LA VICTOIRE DU « DOUBLE CADRAGE » DE LA POLITIQUE A LA TELEVISION

Dans un premier paragraphe (§1. Le « journalisme d'état-major » et « l'information / divertissement » : la « politique télévisée » saisie par la « communication »), j'observerai comment le « journalisme d'état-major et « l'information/divertissement » mettent à l'épreuve le traitement télévisuel de la politique.

Le « **journalisme d'état-major** » tient lieu de poste d'observation des offres politique et équipe l'espace public en outils d'interprétation et en grilles de lecture de la politique, dans lesquels « les jeux politiques » marginalisent les « enjeux politiques ». Dans le même temps, les **magazines de « l'information/divertissement »** posent des diagnostics sur l'état de la France et des Français et dans ce cas, revendiquent un savoir-faire en matière de traitement de la « demande politique », qui n'aura pas manqué d'attirer les leaders politiques du « gouvernement de communication ».

Au détriment de « l'information politique », c'est-à-dire de « **dispositifs** » dont les dimensions symbolique, cognitive et argumentative, autorisent de rapporter des débats, des questions de société, des **enjeux** qu'abordent les médias télévisuels, à des « **offres politiques** » ?

Le **journalisme politique et les magazines politiques** sont-ils condamnés au « double cadrage » de la politique dans leur traitement télévisuel de la politique ?

C'est à cette question que je répondrai dans le second paragraphe (§2. L'irrésistible montée en puissance du « double cadrage » de la politique dans le traitement de la politique à la télévision), en examinant dans quelle mesure les professionnels de la télévision s'attachent de préférence aujourd'hui, à **rendre conflictuel le « double cadrage » de la politique** dans leur traitement de la politique à la télévision.

Ces professionnels rendent conflictuel le double cadrage de la politique :

- en **distinguant** des offres politiques d'une part, et des enjeux (politiques) de l'autre, offres et enjeux dont l'articulation est pourtant caractéristique de la catégorie constituée de l'information politique³³⁷,

³³⁷ En ce qu'elle renvoie à la double dimension normative et partisane de la catégorie d'entendement politique.

- en réduisant ces enjeux politiques à une collection de **représentations de l'expérience sociale**, qui ont pour seul point commun de nous *concerner*, et ces offres politiques, à une série de « jeux ».

Cette double opération est observable à deux niveaux de la pratique de la politique télévisée. Au niveau des stratégies rhétoriques adoptées par les professionnels de la télévision (« stratégies de cadrage ») et par ceux de la politique (« stratégies de communication »). Mais également au sein de formats labellisés comme politiques, qui examinent à la fois l'offre et la demande politiques, sans pour autant les articuler dans **un dispositif télévisuel d'information politique**.

§1/ JOURNALISME D'ETAT-MAJOR & INFORMATION / DIVERTISSEMENT : la politique télévisée saisie par la « communication »

S'agissant du travail journalistique sur l'offre politique, l'évolution du traitement télévisuel de la politique se poursuit avec le « **journalisme d'état-major** » (A), dont le cynisme invite le personnel politique à se rendre dans les formats de **l'information / divertissement** (B).

A. Le « journalisme d'état-major » : la passion pour les jeux politiques

Je trouverai ici l'illustration de la généralisation de cette grille de lecture de la politique en terme de « jeux politiques » dans les magazines d'actualité ou d'information. Elle se traduit ici par un goût prononcé pour les « coulisses », « l'envers du décor » de l'élection, ainsi que par une mise en lumière des stratégies des candidats et partant, de leur « cynisme »³³⁸.

³³⁸ Les références au journalisme « d'état –major » et à son origine académique américaine sont nombreuses ; Cf. le chapitre 3. On pourra se reporter notamment, pour une utilisation dans le cas des élections présidentielles de 2002, à l'article d'Arnaud MERCIER, « Les médias en campagne », (2002), in *Le vote de tous les refus. Les élections présidentielle et législatives de 2002*, Presses de Sciences Po. Egalement à la récente mise au point de J.-B. LEGAVRE in « *La démobilisation politique* », 2005, op. Cit.

1. L'arrivée du « journalisme d'état-major » au sein d'un magazine d'information. L'exemple de « 7 à 8 » et des Municipales de 2001 à Paris³³⁹

« Elle s'appelle Roxane Decorte ; elle est professeur d'histoire-géo dans un collège parisien ; elle a 29 ans ; elle est aussi militante *RPR* depuis 9 ans maintenant. Et contre toute attente, c'est elle que Philippe Seguin a choisie pour mener la liste du mouvement gaulliste dans le 18^{ème} arrondissement », lance la présentatrice³⁴⁰.

« Insécurité, pollution, trafic de drogues, le 18^{ème} arrondissement de Paris, c'est la Goutte d'Or, Barbès, présentation évidemment caricaturale, c'est un arrondissement qui a mauvaise réputation, mais c'est là pourtant, que les poids lourds de la politique ont décidé de s'affronter pour les municipales qui auront lieu dans un peu plus de 3 mois. Sur le Ring, Philippe Seguin, Bertrand Delanoë et bien entendu, les partisans de Jean Tibéri », lance à son tour le co-présentateur.

« Et au milieu Roxane Decorte. Comment cette jeune femme s'en sort elle, pour survivre dans cet univers exclusivement masculin, peut-être un peu macho ? Elle qui est une ancienne hôtesse d'accueil au BHV, le fameux bazar de l'hôtel de ville. Ce qui était sans doute un petit boulot un peu prémonitoire. De Barbès à la mairie de Paris, reportage ».

On apprend que Philippe Seguin est « le mentor » de cette jeune femme. Que, si « sur la liste il est numéro 4 », « à la tribune, il est le numéro 1 ». Le commentaire nous dit également que « la bataille de Paris passe par l'image » et que « Roxane est devenue la starlette de cette campagne ». Une starlette qui affirme que, « Philippe Seguin ne lui donne aucun conseil, que c'est là une preuve d'audace et de panache ».

Le journaliste note cependant que « Philippe Seguin est bien souvent à ses côtés pour arpenter les rues et les cages d'escaliers ». Ce dernier se justifie : « il lui explique quelques problèmes techniques, les règles d'organisation de la campagne, alors qu'elle, lui montre des endroits où elle a vécu, les amis qui sont les siens et les problèmes tels qu'elle les a ressentis ». « Seguin n'a pas choisi Roxane par hasard : elle est née dans le quartier, c'est son atout dans la bataille », confirme le journaliste.

³³⁹ Le 3 novembre 2000. A mettre en regard avec les documentaires : « *La prise de l'hôtel de ville* » et « *Paris à tout prix* », Cf. annexes.

³⁴⁰ Ce sujet sur la campagne des municipales à Paris débute après la diffusion d'un reportage consacrée à la justice pénale américaine, à Huntsville, à l'occasion de l'exécution de condamnés à mort.

Au bar de l'Olympique, la jeune femme se défend de « venir seulement lorsque les caméras sont là ». Elle « doit composer avec son adversaire au sein de son propre camp, le partisan de Monsieur Tibéri, Jean-Pierre Pierre-Bloch, avec qui elle a travaillé comme assistante pendant 1 an à la mairie de Paris » livre le commentaire. Ce même commentaire qui nous dit, qu'elle « n'hésite pas à lui faire la leçon, quelques semaines après l'avoir lâché ».

Elle retrouve ensuite Christophe Caresche, député PS de Paris, à qui elle fait remarquer qu'il y aurait « une alliance objective Tibéri/Delanoë ». A son tour, l'adjoint de Jean Tibéri soupçonne Philippe Seguin, qu'il nomme « le candidat des Vosges », de « manipuler Roxane », ce qu'il confirme au micro.

Puis, le reportage s'attarde à la permanence de Philippe Seguin « et de Roxane » où, nous dit-on, « à côté des grands enjeux comme l'insécurité, cette permanence est un réceptacle de toutes les demandes, même les plus inattendues ». Une femme s'inquiète de la disparition du conteneur à verres dans lequel elle s'apprêtait à vider son caddie à roulette, rempli de bouteilles vides. « Où est-il ? » demande-t-elle. « Il faut demander à la mairie », lui répond-on.

« L'insécurité est un thème fort. Roxane a trouvé le truc : elle parle de sa vie quotidienne. J'ai 25 guinéens au dessus de ma tête qui sont sans papiers affirme la jeune femme, qui sont squatters depuis fin août. Si j'appelle la police, ils viennent. Depuis que je suis tête de liste, ils arrivent très rapidement maintenant. On ne peut rien faire, ils ne savent pas que faire des sans papiers », s'essouffle-t-elle.

« Dans ce quartier, un véritable village au cœur de Paris, Roxane essaye de se faire un nom. Elle retrouve boulevard Clichy un vieil ami de gauche : Michel Le Ray, conseiller municipal PS de Paris ». « N'allez pas me compromettre », s'exclame-t-il hilare, « je suis délégué de Vaillant... on va s'affronter un peu mais gentiment », finit-il par corriger.

« Au moment de rentrer dans la brasserie *Le Wepler*, elle sait qu'elle va rencontrer pour la première fois ses adversaires les plus sérieux : Bertrand Delanoë, sénateur PS de Paris depuis plus de 20 ans. L'ambiance est glaciale, malgré les bulles de champagne », annonce le reporter.

Dialogue :

« Vous vous connaissez ? »

« Non, non », répond le prétendant socialiste à la mairie de Paris. Ce qui a le don d'offusquer la jeune tête de liste.

« On s'est déjà croisés », rectifie-t-elle.

« Je connais sa photo, donc maintenant je la connais », assène l' élu parisien, en passant ostensiblement son chemin.

« Vous m'avez déjà vue » se hasarde, insistante, la jeune enseignante.

« Ben, pardonnez moi, il devait y avoir beaucoup de monde », articule posément Bertrand Delanoë face caméra. « Maintenant je vous identifie bien », lâche-t-il, sûr de son bon coup.

« Mais ce n'est pas tout. Voici l'entrée en scène du vrai poids lourd de l'arrondissement, Daniel Vaillant, maire du 18^{ème} et ministre de l'Intérieur. Il est venu lui aussi célébrer la littérature, sans un regard pour sa concurrente ».

En effet, à la question d'un journaliste présent sur les lieux, et lui demandant s'il connaît Madame Decorte (qu'il vient de frôler afin de se faire un passage dans le public), il ne daignera pas répondre. Comme on vient à nouveau l'interroger sur le sujet, il s'étonne avec ses amis socialistes, et demande : « je ne sais pas, est-ce qu'elle est candidate à la mairie ? Moi, je l'accepterai quand je saurai qui fait quoi », après quelques explications discrètes fournies par l'un de ses sbires.

Christophe Caresche, emboîtant sans grand mérite le pas, tellement la cause semble entendue, finit par lâcher : « Qu'est ce qu'elle fait ? Elle porte les cafés ? C'est une drôle de conception des femmes en politique », croit-il bon d'ajouter. Alors que le journaliste s'inquiète de la nature de ses propos, qu'il qualifie de « machistes », le représentant socialiste préfère répondre que « le machisme en politique consiste à mettre une femme en tête de liste pour finalement ne pas lui donner la parole ». « Les femmes, il faut qu'elles fassent de la politique pour ce qu'elles sont et ne pas les utiliser », esquive-t-il.

« Les compagnons de route de Roxane » tentent de faire tout de même bonne figure face à la caméra, en soulignant qu'ils ont « un plateau exceptionnel avec un ministre, un sénateur, et quel ministre ! ».

« Face à ceux, solidement implantés dans ce secteur jadis fief d'Alain Juppé, Roxane de Corte reste sagement en retrait » commente la journaliste. Et de conclure : « à l'heure de la parité en politique, ses adversaires politiques veulent lui renvoyer une seule image : celle de la femme alibi. »

« Roxane Decorte et tous les autres se retrouveront devant les électeurs, les 11 et 18 mars prochains pour les élections municipales », enchaîne la journaliste de retour sur le plateau.

Puis ce sera à nouveau un sujet sur des prisons, cette fois ci, celles qui enferment un « jeune Français de 28 ans à Bali », pour « trafic de hachich ».

Afin de mesurer à quel point les outils de lecture de la politique sollicités dans ce type de reportage marquent l'évolution des formes de (re)présentation de la politique à la télévision, il faut souligner que ce type de traitement de l'actualité politique prend désormais place à l'heure de ce qui était, jadis, le rendez-vous politique hebdomadaire des Français, dont on a constaté la disparition à la fin de la première section.

2. Le « journalisme d'état-major » dans les magazines d'information. L'exemple de *Complément d'enquête*³⁴¹ : « *Le 21 avril : 1 an après* »

Comme le souligne Jacques Lagroye, l'entre-deux tours des élections présidentielles de 2002, a offert un exemple significatif d'une pratique de « conversion », caractéristique de toute « entreprise de politisation », quand « un procédé de transgression vient mélanger les genres, confondre les domaines, contester en pratique la légitimité des séparations constamment consolidées »³⁴².

Grâce à une large couverture du « sursaut républicain » entonné par la classe politique, les professionnels des médias ont en effet, collectivement, travaillé à la **légitimation de leur activité**, en participant à la « **redécouverte du politique au sens noble, sinon de la politique, plus suspecte** »³⁴³.

³⁴¹ Cf. Annexes les documentaires sur les Présidentielles 2002.

³⁴² LAGROYE, 2003, « Les processus de politisation », *La politisation*, Jacques Lagroye (s. dir.), Paris, Belin. Cf. le chapitre 3 également.

³⁴³ Ibidem.

Si c'est dans ce « contexte » singulier, qu'il convient de faire une lecture du travail journalistique sur la « crise politique » en France dans les magazines d'information³⁴⁴, la « redécouverte de la politique » par les professionnels de la télévision, ne se fait pourtant pas sans **le recours au cadrage désormais familier**³⁴⁵, des médias télévisuels : ici, celui des « coulisses » de la politique et de la « communication politique ».

« Que reste-t-il du 21 avril ? Il y a un an, jour pour jour, la France était sous le choc du résultat du premier tour des élections présidentielles et il y a un an jour pour jour commençait une quinzaine un peu folle, faite de débats de réunions, de mobilisations, de discussions, avec en point d'orgue les grandes manifestations du 1^{er} mai et avec à la fin l'élection, ou plutôt le plébiscite en faveur de Jacques Chirac. Toute cette mobilisation, à *Complément d'Enquête*, nous l'avons suivie. Alors un an après, nous avons voulu savoir ce qu'étaient devenue cette France militante, ces leaders avec leurs partis politiques », annonce le présentateur.

Sommaire : « Il a été la surprise du premier tour. *Complément d'enquête* sur Jean-Marie Le Pen et son parti. Où en est le Front National aujourd'hui : son audience, ses rivalités, ses ambitions alors qu'il vient de fêter l'anniversaire du 21 avril à son congrès de Nice ».

Deuxième reportage : « C'est le grand perdant, le grand absent aussi, même s'il répète qu'il ne reviendra pas, l'ombre de Lionel Jospin continue de planer sur son parti. Ceux qui le regrettent et ceux qui l'attendent : état des lieux dans un parti socialiste sinistré. »

Troisième reportage : « Il est l'objet de toutes les interrogations. Qui se cache derrière le plus grand communicant de France ? Entre bon sens et France d'en bas, le Premier ministre du Poitou nous a ouvert les portes de Matignon. Enquête et portrait de l'homme qui veut changer la France. »

Quatrième reportage : « *Complément d'enquête* les avait suivis pendant l'entre-deux tours. Qu'ils soient ministres ou militants, nous les avons retrouvés un an plus tard. Qu'ont-ils retenu de ce 21 avril ? Quelle est leur vie aujourd'hui ? L'engagement et la politique en font-ils toujours partie ? »

³⁴⁴ Cf. le magazine de *Complément d'enquête*, déjà : « Politique. La France en crise », le 6 mai 2002.

³⁴⁵ Voir dans le même sens, mais en terme de continuité dans les procédés de « mise en proximité du politique » au sein d'un format de presse quotidienne nationale : Christiane RESTIER-MELLERAY, 2005, « La mise en proximité du politique dans les *Carnets de campagne* du *Monde*, 19 mars–2 juin 2002, *Mots*, N° 77.

« Pour évoquer ces sujets, nous avons choisi un lieu plus que symbolique, puisqu'il s'agit du Conseil constitutionnel, qui est, vous le savez, en France, le juge de l'élection présidentielle », signale Benoît Duquesne. « C'est ici que nous recevrons des gens comme Georges Frèche, c'est le maire de Montpellier, c'est un élu du bas qui conteste aujourd'hui les éléphants du parti socialiste ».

« Jean-Louis Borloo : c'était il y a un an un homme en colère, aujourd'hui c'est un ministre de la Ville. On verra si sa colère a passé. Et on parlera avec des spécialistes de l'état de l'opinion, de la société française, comme Robert Rochefort pour le CREDOC et Pierre Giacometti, pour IPSOS. Les instituts de sondage ont été beaucoup critiqués l'an dernier ». « Et bien justement nous avons demandé à IPSOS de réaliser une étude rien que pour nous. Mais revenons d'abord sur ce choc, cette soirée du 21 avril. Vous allez voir, ça ne dure que 4 minutes 30 mais tout y est.»

« Dimanche 21 avril 18h 30, donnez moi une estimation ». Le patron d'IPSOS et son équipe se sont installés sur les plateaux de *France 2*. A l'écran de jeunes hommes en cravate, téléphone collé à l'oreille, s'interrogent : « ils sont sûrs de leur truc ? ». « Jean-François pour Pierre ». C'est l'effervescence sur le plateau et en coulisse, alors que les maquilleuses s'affairent. « Si ça continue dans 10 minutes, j'appellerai les clients pour dire Chirac en tête et très serré, enfin incertitude... entre Jospin et Le Pen. », tempère un jeune homme en communication, sous l'œil de Michelle Cotta.

Puis c'est à nouveau un homme filmé de dos que la caméra suit dans des couloirs. Il ne s'agit plus cette fois-ci de Pierre Giacometti, mais de Jean Glavany qui arrive au QG de campagne de Lionel Jospin. « Le directeur de la campagne du candidat socialiste n'est pas encore dans la confiance ». Alors qu'à l'image, on assiste à l'entrée du candidat, derrière une foule de micros tendus et de caméras.

« 19h10, les sondeurs se rendent difficilement à l'évidence », signale le commentaire alors qu'à l'écran, les grilles des évaluations défilent. En dépit des chuchotements, des regards éberlués fixés par la caméra, c'est un « c'est clair, Jospin a perdu » qui finit par s'imposer. « Tu l'as donné au client ou pas ? », demande le patron d'IPSOS. « Il faut les appeler tout de même », lâche-t-il. « On dit Chirac en tête et incertitude pour le second ou... ? » « Faut dire qu'on a ça », articule le sondeur sous l'œil de la caméra. « Les coefficients sont bon ? », demande-t-il, comme pour gagner encore un peu de temps et en espérant peut-être que la caméra s'éloigne un peu. Puis, alors que d'autres informations l'atteignent, « il faut y aller » envoie-t-il.

Changement de décor : le candidat national frontiste ouvre la portière de la voiture à sa compagne et prend soin de la refermer. Son d'ambiance : « on dit que c'est le Grand Soir pour vous ce soir », interpelle un journaliste. « On dit ça », s'amuse le président du Front National. Portable collé à l'oreille, on l'entend commenter : « Et moi ? 18. Et Jospin ? 16 ».

Puis ce sont les résultats du premier tour de l'élection présidentielle qui s'affichent à l'écran au QG du PS. Hourvari parmi la foule réunie quand Jacques Chirac se voit crédité de 20 % des voix et Jean-Marie Le Pen de 17 %. « Enorme surprise », sur-commente la voix de David Pujadas, prise en direct. Visages de jeunes gens en pleurs, filmés en gros plan, alors que le commentaire continue de s'égrener : « Lionel Jospin ne participera pas au second tour de l'élection présidentielle ». Aux pleurs et aux lazzis (« tout ça pour mettre des fachos au pouvoir ») des militants socialistes, font écho les « Le Pen Président » de la permanence de campagne du leader frontiste. « Enfin mon mari récupère ce qu'il mérite », témoignera son épouse.

Nicolas Sarkozy, sous l'œil de la caméra alors qu'il arrive, toujours par ces fameux couloirs, dans les studios de *France 2*, se doit d'alimenter la conversation alors que son interlocuteur lui demande s'il est étonné. De répondre : « Etonné, on le serait à moins, oui. C'est le choix des français. » « Cela vous a choqué à un moment donné ? », insiste un journaliste un peu plus loin. « Choqué...non...il faut faire face », alors qu'on le presse de se diriger vers le plateau.

Puis ce sont des images des rassemblements à la Bastille qui sont diffusées. Les mêmes images que Jean-Marie Le Pen observait le 21 avril depuis son bureau et qu'il commentait de la sorte : « avec beaucoup de manifestations comme ça dans la rue, ajoutées à l'insécurité, je pense que la candidature de Le Pen se porte pas mal. »

Alors que le refrain de la marseillaise s'essouffle à « l'Atelier » de campagne du PS, et qu'on souffle à Jean Glavany, « quel gâchis, quel gâchis », la caméra fixe longuement le visage décomposé de ce dernier. Puis ce sont des images désolantes d'un QG qui se vide et où il n'y a plus qu'à observer les restes d'une fête qui n'a pas eu lieu.

Un plan et un reportage qui prennent fin sur une affiche électorale de Lionel Jospin portant le slogan « Présider autrement ».

De retour au Palais Royal, le présentateur propose de retrouver les militants qui, il y a un an, avaient acceptés d'être suivis et filmés pendant l'entre deux tours. « On a eu des surprises », affirme-t-il, mais d'abord, revenons sur Jean-Marie Le Pen : où en est-il ?»

« L'enquête » des journalistes, intitulée « Entretenir la flamme » débute par un retour sur « les impressions vécues lors de cette soirée », en sollicitant les témoignages de Madame Stirbois, de Marine Le Pen, de Bruno Gollnisch.

Puis le reportage nous conduit « dans la maison de Jean-Marie Le Pen, où chaque lundi matin, les 7 membres du bureau exécutif du Front National, attendent d'être reçus ». « Le bureau exécutif, c'est l'organe suprême du parti, ici nous sommes dans le Saint des Saints », précise le commentaire. « Quel journaliste ami », s'interrogent à voix hautes, les 7 membres, « pour animer, à l'occasion de la fête de Pâques, la célébration du premier anniversaire du 21 avril ? ».

« Si demain le Front National devait prendre le pouvoir en France, ces 7 personnes seraient sans aucun doute, appelées à être les principaux membres du gouvernement » prophétise la journaliste. Puis le président du Front National livre son analyse sur le balcon de sa résidence : « avant le 21 avril, le Front National est une formation d'opposition à la politique qui est menée, de dénonciation des tares du système ». « Nous pouvons désormais aspirer à une formule d'exercice du pouvoir », analyse le président. « A 75 ans, la nouvelle mission de Jean-Marie Le Pen serait de montrer que son parti peut gouverner », confirme le commentaire.

On suit à présent Madame Stirbois à Nice, tracter sur les marchés. « La distribution s'effectue dans le calme, comme n'importe quel autre élu en campagne », note la journaliste. « Dans les discussions, on parle d'immigration, d'insécurité ou encore de corruption » relève-t-elle. La conseillère municipale de Nice analyse que le front National s'occupe également de l'environnement : « cela intéresse beaucoup les gens », confie-t-elle.

Puis départ vers « la boîte à idées du front National, le délégué général du front national, qui lui aussi a tiré les leçons du 21 avril ». Bruno Gollnisch : « c'est possible, la cause nationale peut triompher, on était en finale, mais nous manquons de relais et de réseaux ».

Déplacement en Haute Loire pour un déjeuner débat avec militants et élus. « Tout en Bruno Gollnisch rappelle Jean-Marie Le Pen », pointe la journaliste ; « y compris sa maîtrise

des dérapages ». Pour preuve, quand celui-ci lui fait remarquer « qu'en ski, ce sont les dérapages qui permettent d'avancer ». « Vous faites du ski, n'est ce pas ? », s'amuse-t-il.

« C'est l'héritier, son sacre est programmé pour dans trois ans, si personne ne vient s'y mêler d'ici là... » Et on retrouve la fille du leader du FN, jouant au ballon avec les chiens dans la propriété de Saint Cloud. « L'autre visage du Front National, vit à 34 ans, comme le reste de la famille avec son père, à l'exception de Marie-Caroline, partie rejoindre le camp Mégret lors de la scission en 1995 ». Dialogue entre la journaliste et la jeune femme autour de la distinction entre « fille à papa » et « fille de mon père ». « Depuis un an elle prend du galon dans les médias et au sein du parti, avec comme ambition de le moderniser, notamment avec sa propre association Génération Le Pen », analyse le reportage.

Changement de décor : « c'est ici, à Strasbourg, au Parlement européen que Jean-Marie Le Pen passe le plus clair de son temps » nous informe-t-on, « avec notamment les 4 autres députés du Front National ».

Echanges ironiques dans les couloirs du Parlement sur le « volapuk d'un orateur macédonien ». Echanges de poignées de main et de sourires avec un député socialiste italien « notre meilleur ennemi », plaisante le leader frontiste. « Depuis 1947 », lui rétorque « l'anarchiste italien ». Quelqu'un de « très distingué », surenchérit Bruno Gollnisch.

« Jean marie Le Pen ne le sait pas encore, mais c'est certainement la dernière fois qu'il plaisante avec son ami italien, puisque 2 jours plus tard, il sera déchu de son mandat européen pour avoir violemment pris à partie en 1997, une candidate socialiste dans les Yvelines ». La journaliste insiste alors sur ce que serait « le nouveau visage du Front National » : « moins de propos outranciers, plus de modération », ce que confirme Jean-Claude Martinez, visiblement satisfait de pouvoir relayer si aisément ce message auprès de l'opinion.

« La quête du pouvoir passe aussi par le recrutement », enchaîne le reportage. Témoignage à la permanence du Front National à Nice. On nous parle de nouveaux adhérents sans que toutefois personne, ni les personnels du front National, non plus que les journalistes ne puissent nous donner le moindre élément chiffré. Seuls les chiffres officiels de la cellule nationale du parti seront communiqués (plus 12.000 adhérents). En revanche, le reportage nous permet de faire la connaissance d'une de « ces nouvelles adhérentes », Magali, qui voit, « à l'horizon, les prochaines régionales comme un test ».

Puis les caméras se déplacent à nouveau. Cette fois-ci, au « Paquebot », le siège du parti à Saint Cloud, où l'on assiste à la convocation du bureau politique du parti, qui compte une quarantaine de membres, répartis sur toute la France.

Bruno Gollnisch et Marine Le Pen sont à nouveau mis en opposition (tous les deux au téléphone, développant respectivement leurs arguments à un interlocuteur qui nous est inconnu). Même les éclats de rire des deux prétendants seront comparés. « La place de leader du parti suscite des convoitises » note finalement la journaliste. Et le téléspectateur pourra vérifier à l'image, que, devant les objectifs des photographes, les deux héritiers font tout pour s'afficher publiquement au plus près du leader.

Retour **dans la salle du Conseil constitutionnel**, « où l'on rentre très rarement » précise le journaliste, tout en mentionnant l'identité de quelques uns des membres de l'institution, ce qu'est leur mode de désignation ainsi que leurs missions. Il retrouve Pierre Giacometti pour revenir sur cette question : « comment n'avez-vous pas vu venir un truc pareil ? » Mea culpa, déclarations d'intention, et explications du sondeur sur « le statut civique des intentions de vote qui n'ont pas pour but de mobiliser ou de démobiliser ».

« Comme nous ne sommes pas à une contradiction près, nous vous avons commandé un **sondage** » (réflexion qui a le mérite de faire sourire ces deux professionnels de l'opinion).

Première question : « Le Pen à nouveau au second tour ? ». Suivie d'échanges sur la difficile connaissance des opinions.

Deuxième question : « ont-ils tiré les enseignements du premier tour ? ».

Troisième question : « pensez vous à un retour possible de Lionel Jospin ? »

Le troisième reportage du magazine porte sur « les effets d'un retrait silencieux très bavard ».

« J'assume pleinement la responsabilité de cet échec et j'en tire les conclusions en me retirant de la vie politique après la fin de l'élection présidentielle ». Immédiatement après le rappel de cette phrase prononcée par **Lionel Jospin** au soir de la défaite du premier tour, le reportage débute par une succession de rapides témoignages contradictoires : « il se met en position de revenir » ; « c'était sa dernière élection » ; « on peut ressusciter » ; « il était tellement mordu de politique », des propos émanant aussi bien de personnalités politiques de premier rang s'exprimant dans les médias ou lors d'entretiens, que de personnes dans un café, dans la rue et qui nous sont pour le moment, inconnues.

Reportage à Sainte Gabelle, « où plus jamais rien ne sera jamais comme avant » en compagnie du correspondant du journal local (*La dépêche*). On rappelle que Lionel Jospin est arrivé « par le plus grand des hasards dans cette région », à l'occasion d'un « parachutage » et qu'il « a renoncé à exercer les deux ans de mandat qui lui restaient à effectuer en tant que conseiller général ». Rolland Pousse, le correspondant local, se souvient encore « des folles soirées électorales ». « Sans journaliste, sans caméra, c'est à la salle des fêtes qu'il fera sa dernière intervention publique en novembre 2002 », précise le reporter.

« C'était pas bien qu'il nous laisse tomber », relève cette habitante avant que le maire ne livre à son tour son témoignage dans ladite salle des fêtes. Christian Brunet confirme : « il nous manque ». « Les irréductibles sont au café » et « croient dur comme fer à son retour ». Martine, en essuyant les verres, parle de « reconstruction. « Il fait le mort, on peut ressusciter ». Puis ce sont des images « volées », d'un Lionel Jospin, raquette de tennis sous le bras droit et journaux dans la main gauche, au bas de son domicile, qui sont présentées au téléspectateur. Des images qui témoignent, selon le journaliste, du fait que « le principal allié de Lionel Jospin, c'est le temps ». « Voyage en Sicile, conférence aux Etats-Unis, pas d'interview ». Puis, « neuf mois pour affirmer sa nouvelle ambition dans *Le Monde* » : « être utile ».

Mais Marie Eve Malouines, de *France Info*, porte un jugement différent et « lit entre les lignes ». Elle parie sur « les frustrations phénoménales du candidat évincé ».

Le reportage se poursuit à Béthune, dans une salle quasi désertée, pour rendre encore plus explicite ce commentaire : « le parti socialiste est affaibli ». Marie-Noëlle Linemann, « la première à réclamer sa part d'inventaire, redécouvre l'âpreté du combat militant ».

A Arras, la salle paraît déjà davantage remplie. Il faut dire que « les militants s'y livrent à cœur joie à une analyse des causes de la défaite ». « Cette fédération du Nord, ouverte aux rénovateurs », se demande pourquoi « le parti socialiste ne s'adresse plus aux ouvriers » et Gérard Filoche, du Nouveau Parti Socialiste mobilise en s'attaquant aux « discours généraux de la motion A » (du Congrès de Dijon qui doit renouveler la direction du parti). Une « fronde, qui inquiète au PS »...

C'est pourquoi, croit savoir la journaliste, « le 3 décembre 2002, au siège de la section PS du 18^{ème} arrondissement, le Lionel Jospin militant s'en prend opportunément aux réformateurs ». « Des déclarations qui seront reprises dans l'intégralité de la presse », note

l'analyste avant de mener une enquête sur « la fuite des déclarations » dont l'auteur reste « non identifié ». Daniel Vaillant se réjouit cependant visiblement qu'on vienne lui demander s'il a une idée en la matière. La journaliste analyse « qu'en pleine période de débats internes, l'intervention de Lionel Jospin pourrait faire pencher la balance »

La trace de Lionel Jospin est retrouvée « le 13 avril » : « une heure d'interview à Europe 1, une semaine avant l'anniversaire de la date du 21 avril ». « Ni les observateurs, ni la classe politique n'ont, semble-t-il, envie d'y croire », apprend-t-on. Pierre Moscovici témoigne : « il est un recours », ce que confirme la journaliste de *France Info*.

« A chacun sa méthode, ses idées, ses ambitions, ses plans, ses réseaux ». **Lionel Jospin a choisi** « une voie un peu différente, celle du marathon en solitaire », conclue la journaliste.

De retour en plateau, **le maire de Montpellier**, auteur d'un « bouquin » intitulé « les éléphants se trompent énormément » joue le rôle de « l' élu de base ». « Un général n'abandonne pas son armée au milieu de la bataille, la politique c'est une passion », glose Georges Frèche. Retour sur la stratégie politique adoptée en 2002 : c'est une « question de personnes », de « manque d'écoute de notre électorat ». Puis évocation des présidentielles 2007 et échange de propos sur son ouvrage.

« Qu'y a-t-il derrière le super communicant, cette surprise que l'on voit arriver avec ses bons mots et ses raffarinades ? »³⁴⁶.

Reportage « à l'Hôtel Matignon où Jean-François Mattéi est attendu pour une réunion avec le Premier ministre et d'autres membres du gouvernement. A l'ordre du jour, un dossier urgent : les retraites ». « C'est le Premier ministre qui impose le rythme », note le journaliste. Confirmation auprès des huissiers.

Le reportage se livre alors à une analyse du « style affiché par Jean-Pierre Raffarin », « locataire surprise de Matignon ».

Cette analyse débute à Poitiers, « il y a quinze jours à peine, où le Premier ministre reçoit un accueil auquel il ne s'attendait pas. » « Je les vois, je les vois pas ? », s'interroge le

³⁴⁶ Sur le sujet, l'article de C. LE BART, « La proximité selon Raffarin », in *Mots* N° 77.

Premier ministre à propos des manifestants. « Une image qu'il n'aime pas donner de lui », analyse le jeune journaliste.

Au Futuroscope donc, où il remet des trophées à de jeunes internautes, il répond au reporter qui l'interpelle : « je ne cherche rien à montrer, je suis enraciné ici et ça se voit ». « Les racines vont finir par jouer, le Premier ministre décide malgré tout de recevoir les manifestants », enchaîne le commentaire journalistique. « Il nous l'a dit clairement », confirme cette jeune femme parmi les manifestants : « lui, il est de cette région et c'est pour ça qu'il nous a reçus. C'est pour ça que la décentralisation c'est mieux, parce qu'on est plus prêt de gens ». « Je n'ai eu aucune réponse à mes questions » laissera pourtant entendre le montage que fera le journaliste, de l'entretien avec cette jeune femme. Ce qui l'autorise à reprendre son commentaire : « aucune réponse aux questions, mais pas de huées à la sortie du Premier ministre ». « Finalement, » conclue le journaliste, « cette rencontre impromptue avec le Premier ministre fournit une occasion de montrer que sa méthode fonctionne. »

« On dit ce qu'on a sur le cœur, on écoute, on discute », se justifie le Premier ministre assis à son bureau, derrière une pile de dossiers, en fait de parapheurs, au premier plan.

« Cette méthode, c'est ce qu'il appelle la manière Poitou-Charentes », lance le journaliste, alors qu'apparaît à l'écran, une photo de classe avec le jeune Jean-Pierre Raffarin. Des images datant de 1988 quand il devient Président de la région Poitou-Charentes, sont alors diffusées. On nous explique « que ce siège lui permet de rôder une méthode, de se créer un modèle politique et immédiatement de créer son style politique ».

Thierry Mantoux, auteur d'un ouvrage consacré à Jean-Pierre Raffarin, « *L'homme que personne n'attendait* », témoigne et utilise le schéma analytique bien connu du transfert de la méthode Poitou-Charentes à Matignon.

Cependant, « pour ses adversaires, la comparaison idyllique Etat Poitou-Charentes a bon dos », rectifie le journaliste. Un opposant PS régional, interrogé, souligne que les deux logiques de fonctionnement sont bien différentes. Pourtant le commentaire journalistique embraye immédiatement : « Jean-Pierre Raffarin applique toujours ses recettes régionales. Même Premier ministre, il n'hésite pas à se montrer accessible, proche des gens. » Ce que confirme l'un de ses amis, qui « sert de baromètre en région ».

« Alors que son nom circulait dans les milieux politiques bien informés, il joue les éternels modestes », développe le journaliste, interviews du locataire de Matignon à

l'appui : « j'aime construire des lycées », alors que Matignon, « c'est éteindre en permanence des incendies ».

Vanessa Schneider, journaliste à *Libération*, apporte son éclairage : « c'est un malin », nous dit-elle. Finalement le type d'explication qui l'emporte est bien, qu'il « était la bonne personne au bon moment », alors qu'à l'écran, on le voit prendre la succession de Lionel Jospin dans la cour de Matignon.

Le politologue Jean-Luc Parodi livre à son tour, son analyse en terme « de profil non classique sous la Vème république ».

Philippe Cohen-Grillet, autre auteur d'un ouvrage sur Jean-Pierre Raffarin, apporte de l'eau au moulin de cette thèse.

Alors que le Premier ministre, dans son bureau, défend l'idée « d'un gouvernement de mission » et que « les Français découvrent un Premier ministre près de chez eux », ce sont maintenant les « raffarinades » qui sont enfilées comme des perles. Mao et Chateaubriand sont, tour à tour, convoqués. « Jusqu'à présent, la communication en politique c'était un gros mot, maintenant cela devient un outil de l'action », analyse le jeune journaliste.

« En déplacement, lors des inondations, il s'attache à reconforter les victimes de ces inondations ». Des images qui donneront lieu à une analyse par un spécialiste de la gestuelle. « C'est un séducteur toucheur, ce sont les plus dangereux », nous prévient le psychologue.

Puis c'est le registre du **marketing** et de son vocabulaire qui sont sollicités par le journaliste : « si l'on achète de la lessive pour le cadeau qui est livré avec, il faut y trouver le cadeau. Et le cadeau, c'est la réforme ». « Jean-Pierre Raffarin a un contre modèle en matière de réforme ; il s'agit d'Alain Juppé », poursuit le reporter.

Analyse de la journaliste politique de *Libération* : « les premières mesures prises sont les dossiers de campagne, mais tout se complique sur les dossiers sociaux. » Exemple est pris avec la réforme des retraites. Quelques contradicteurs apparaissent : Marc Blondel, Arnaud Montebourg.

« L'effet Raffarin fonctionne toujours » reprend cependant très vite le journaliste, puisque « sa côte de popularité est forte ».

Jean-Luc Parodi professe alors que « cet état de grâce durera jusqu'aux prochaines élections de 2004, qui traditionnellement, sont des élections peu favorables au pouvoir en place ».

Et le journaliste d'emboîter à sa façon, le pas du chercheur : « il faudra tout de même plus qu'un style, pour que le Premier ministre conserve son principal soutien, celui que lui apporte Jacques Chirac ».

« Voilà pour ce joli **portrait**, signé Jean-Bernard Schmitt », désannonce³⁴⁷ le présentateur. « De retour en plateau, avec Jean-Louis Borloo, dans le salon où sont proclamés les résultats des élections présidentielles ».

« Je vous ai demandé de venir, parce qu'il y a un an, vous étiez déjà avec nous, vous étiez un homme en colère, vous avez écrit un livre. Aujourd'hui vous êtes ministre. Est-ce que vous êtes toujours en colère ? »

Le ministre délégué à la ville et à la rénovation urbaine, apporte sa contribution à l'analyse de la méthode Raffarin, en constatant que le Premier ministre a « observé la technostructure pendant un an, puis a pris les expérimentés et les novices dont je fais partie ».

« Double peine, Conseil Français du Culte Musulman, loi sur le surendettement... », le ministre met en avant les « dossiers » et les « réalisations ». Puis se sont à nouveau, les considérations sur la réforme, sa méthode, ses rythmes. Ce gouvernement, c'est « la promotion des gens qui ne sont pas du moule, du sérail », ceux qui « se revendiquent être » également « des enfants de mai ». « Quelques mots tout de même, sur l'agence de rénovation urbaine », que met en place le ministre de la ville.

Puis, **le dernier reportage** de l'émission propose un « retour sur les militants de base filmés il y a un an ».

« Depuis qu'il n'est plus ministre de l'Agriculture, Jean Glavany passe cinq jours par semaine dans sa circonscription des Hautes Pyrénées. L'ancien directeur de campagne de Lionel Jospin prend le temps de vivre ».

On apprend qu'il va aller skier dans une station pyrénéenne « car la neige (y) est bonne ». On nous dit également « qu'il poursuit son deuil ». « Retour sur l'échec » : « je l'avais senti, mais sans le dire, je ne comprends pas ».

³⁴⁷ Terme de la technique journalistique.

Meeting en Haute Garonne. « Il hésite avec le cinéma tout proche ». Puis cap sur la politique, « car il faut préparer le congrès qui doit désigner le premier secrétaire du PS » et « c'est chaud bouillant », nous apprend le député du PS qui sillonne la France pour soutenir François Hollande. « Il aura essayé de redonner un peu de souffle aux militants socialistes », indiquera le commentateur.

« Il y a un an, nous avons suivi quelques acteurs de ce moment si particulier dans notre histoire. Des marathoniens de l'action politique, lancés à corps perdus dans la bataille du second tour. Parmi eux, Jérémy, 22 ans, dont 5 passés à militer au sein du RPR pour la victoire de Jacques Chirac, Elsa, membre de l'UNEF, membre du syndicat étudiant, et puis Francis, un ancien socialiste passé à l'extrême droite. Nous avons voulu savoir quelles traces le 21 avril avait laissé sur leur vie ».

Dans le nord, « Francis s'est donné sans compter et il avait même fait le déplacement à Paris avec son épouse le 1^{er} mai, pour le défilé du Front National entre les 2 tours ». « Avril 2003, c'est à nouveau en pleine élection que nous retrouvons Francis. Mais cette année le candidat c'est Francis en personne, qui brigue un siège de conseiller général ». Si l'an dernier Francis Boudrenghien se faisait « traiter de facho » quand il « collait pour Le Pen », « cette année, il colle pour lui ».

« Elsa est une étudiante en sciences politiques à Nice et milite dans l'association qu'elle a créée après le 21 avril, RAJE (Rupture Action JEunesse). Pendant la campagne électorale, alors étudiante en langues, Elsa présidait la section UNEF à l'université d'Aix en provence. Aujourd'hui entre son boulot de surveillante dans un collège et ses études, elle trouve encore le temps de militer ».

« Cette jeune passionaria de la politique en lutte contre le Front National soutient également des immigrés en situation irrégulière, comme ici des Kurdes, auxquels elle rend visite chaque jour ».

Elsa Di Méo plaide en faveur d'un 21 avril « non stérile », en raison « d'une prise de conscience ».

Jérémy, étudiant en droit à Lyon. « Il ne milite plus du tout et c'est de très loin qu'il observe la vie politique française. Il vit aujourd'hui à Montréal au Québec ». Mais, « c'est encore pour des raisons politiques ». Si « Jérémie Bréaud, étudiant à HEC Montréal, a lâché le

droit et les soirées arrosées après les meetings », « la politique est un virus », souligne-t-il, « alors »

Scènes de dépouillement dans le Nord. Francis a fait 30 % à ses dires, 11,47 % corrigera la journaliste.

« Surprise ». « Elsa, l'an passé critique à l'égard des partis, a pris sa carte au PS ». « Pour le prochain congrès, elle a choisi la motion « nouveau monde », celle d'Henri Emmanuelli et de Jean-Luc Mélenchon ».

« On entend dire que les partis politiques auraient enregistré un grand nombre de nouveaux venus. « Pas si sûr », tempère la journaliste. « Je pense que les chiffres ont été gonflés », sourit la jeune encartée.

« Ministre ou pas, Jean Glavany est resté fidèle aux réunions du parti socialiste, chaque mardi à 17 heures, après les questions à l'assemblée. Il a beau porter la réflexion et l'espoir dans les meetings, l'ancien directeur de campagne de Lionel Jospin accepte d'être réaliste » : « l'année a été douloureuse : Sarkozy et Raffarin, les stars des médias, Chirac la star de la paix ; ça va revenir », lâche-t-il.

« En politique, comme en sport, pour gagner, il faut savoir perdre », formule qui serait chère au député pyrénéen. Et la journaliste de conclure « comme tout un chacun, c'est dans la chaleur familiale que l'on soigne les blessures les plus profondes », alors que les dernières images du reportage montrent ceux, qui tout à l'heure étaient dépeints sous les traits d'éléphants du PS coupés des réalités et passionnés par les jeux politiques, se saluent et se font des bises ostensiblement, ou bien, « en aparté ».

Sonne alors l'heure de la conclusion de l'émission avec Robert Rochefort, auteur de « *La France déboussolée* ».

« La question, c'est : qu'est ce qui s'est passé le 21 avril ? » réitère le présentateur. D'après l'expert, « la crise politique liée à l'insécurité serait résolue, reste la défiance à l'égard de la politique ». L'analyste croit en une génération « avril 2002 ». Retours sur la méthode, le calendrier, la communication dans l'action politique.

Puis pour finir, quelques suggestions de lecture qui ont aidé à préparer l'émission : Julien Dray « *Comment peut on encore être socialiste ?* », Pierre Moscovici « *Un an après* », « *Contre enquête sur le choc Le Pen* » de Patrick Cohen et Jean-Marc Salmon.

Au total, ce type de travail journalistique dans un magazine d'information permet bien de **mettre à jour un certain nombre de logiques de fonctionnement** de l'activité, et, plus largement de l'univers politiques. Mais, au travers de quelles grilles de lecture, de **schèmes de perception de la politique...** ?

Comme le souligne Erik Neveu³⁴⁸, l'exposé de ces logiques témoigne de « la pénétration du politique par une logique rationnelle-scientifique (qui) est pour partie un impératif du gouvernement des sociétés contemporaines ». Or, « elle comporte un coût élevé en contribuant à dévaluer la dimension sacrée du politique, son statut d'institution où s'opèrent des arbitrages contraignants entre des intérêts sociaux inconciliables ».

« Pratiquée et mise en scène comme un mélange de coups médiatiques pour la conquête de postes et de discussion techniques à l'intérieur d'une organisation sociale faiblement modifiable, entravée par la tension de l'activisme médiatique et de la prudence sondagière, la politique y perd une part **d'un pouvoir mobilisateur d'illusio** que mine simultanément la perception de son impuissance devant les forces de la mondialisation et des marchés ».

Dans « une configuration politique marquée par la perte d'emprise d'oppositions stables et tranchées liées à des identifications collectives en terme de classes et de projets de société perçus comme antagonistes (...), **le cadrage du débat politique** tend à substituer à la confrontation entre des projets d'action volontariste liés à des intérêts sociaux et des valeurs une évaluation en termes de pure rationalité factuelle. La politique est alors moins pensée comme un choc de projets et d'intérêts que comme technique d'identification rationnelle des bonnes décisions au vu d'indiscutables contraintes techniques et économiques ».

D'un point de vue pragmatique et en terme de contenu, ce type de format tient peu compte de la « parole politique » et du « discours politique »³⁴⁹, un dispositif qui en sacrifiant la dimension normative de la politique, n'est pas pour conférer à la politique ce que sont ses autonomies symboliques et cognitives.

³⁴⁸ NEVEU, 2000, op. Cit.

³⁴⁹ « Quelques mots tout de même, sur l'agence de rénovation urbaine », que met en place le ministre de la Ville aura pris soin de préciser le présentateur; Cf. infra.

Cependant, comme on l'a déjà fait remarquer à de nombreuses reprises, l'autonomie symbolique de la politique dans un format télévisuel, ne tient pas à la diffusion (ou non) du « discours politique ». Elle est le fait d'un **dispositif télévisuel qui produit et met en scène de « l'information politique », c'est-à-dire qui permet l'expression de projets politiques et leur positionnement dans la lutte partisane**³⁵⁰.

A ce sujet précisément, nombreux ont été également les débats portant sur la question des « **modalités de la mise en scène du politique à la télévision** », liés cette fois-ci, à la multiplication à l'antenne, des formats « d'infotainment »³⁵¹.

B. Le déplacement du personnel politique dans les magazines « d'information et de divertissement » : le « gouvernement de communication » à la télévision

Au risque de proposer des catégorisations qui mériteraient discussion³⁵², on peut dire que le déplacement des leaders politiques du « gouvernement de communication »³⁵³ se fait dans des dispositifs qui relèvent, tantôt de programmes « d'information », et tantôt, de « divertissement ». Cette distinction analytique fait cependant sens à mon avis.

Car ce qui est recherché par le personnel politique, dans les magazines qui sont dits « d'information »³⁵⁴, c'est la capacité de ces dispositifs à prétendre traiter des « **problèmes quotidiens** » des Français. Ce faisant, ces dispositifs offrent en effet, un regard sur les réalités sociopolitiques, qui rend compte de la **demande politique** et qui permet ainsi, aux représentants politiques, de produire de la rhétorique politique.

³⁵⁰ Définition-critère qui devrait permettre, selon moi, de répondre à cette question récurrente, posée par les décrypteurs professionnels : « cette émission, est-ce une *émission politique* ou pas ? » ; Cf. par exemple, *Arrêt sur Image*, « Politique, la proximité jusqu'où ? », émission du 16 novembre 2003.

³⁵¹ Lire en particulier les échanges entre Kees Brants (« De l'art de rendre la politique populaire... Ou *qui a peur de l'infotainment* ? »), et Erik Neveu (« Le chercheur et l'infotainment : sans peur mais pas sans reproche. Quelques objections à la critique d'une imaginaire orthodoxie critique »), in *Réseaux*, N° 118, 2003.

³⁵² Sur « l'échelle d'infotainment », comme un outil d'interprétation qui permet de repérer et de rendre compte des changements dans la substance, les niveaux de personnalisation, le style et le format des différents genres télévisuels de la « politique télévisée »; proposée par Kees Brants, in *Political Communication*, op. Cit.

³⁵³ Cf. « Le gouvernement est une machine à communiquer », Denis Muzet, in *Libération*, 18-19 janvier 2003.

³⁵⁴ Je reprends ici des catégories de la pratique, celle du CSA, mais qui est également celle des programmeurs des chaînes ou des réseaux de diffusion.

Seulement, que des formats télévisuels, par les dispositifs qu'ils organisent, permettent à une « parole politique » de produire du « discours politique »³⁵⁵, ne devrait pas conduire à ce que l'appropriation, par les stratégies de communication politique des leaders politique³⁵⁶, des possibilités de « rhétorique politique » dégagées par ce type de format, remette en cause ce qu'est (devrait être) le travail journalistique sur le « discours politique ». C'est-à-dire, un travail qui opère, dans sa pragmatique sur la parole politique, et dans son contenu sur l'offre politique. Et finalement, au troisième échelon analytique, sur les catégories d'entendement qui sont mobilisées, à la télévision, pour engendrer des significations politiques et faire passer des messages politiques ; et, qui présentement, ne sont pas « politiques ».

Car, c'est au total, sur ce point, quand on les observe au regard de « l'information politique » qu'ils sont susceptibles d'apporter, que les formats de divertissement (de talk-show), se rattachent aux formats d'information. Ces formats, ces cadres désormais centraux de prise de parole par le personnel politique, que sont ceux de la « politique saisie par le divertissement », dans lesquels les représentants politiques sont questionnés dans des échanges d'un formalisme, il est vrai, différent de celui des formats politiques, et sur divers registres d'expression de leur affect (biographie, personnage privé).

1. Se rendre dans les « magazines d'information » : Jean-Pierre Raffarin dans *Zone Interdite* et Nicolas Sarkozy dans *Capital*

Il faut examiner ces deux exemples d'intégration par les stratégies de communication des personnels politiques, des savoir-faire que revendiquent les professionnels de la télévision, en matière de lecture du monde social.

Jean-Pierre Raffarin dans Zone Interdite, le 21 septembre 2003

Bernard de la Villardière annonce « une édition spéciale » de *Zone Interdite* : « En direct pour cette émission où nous allons évoquer des sujets de soucis, de préoccupations majeurs des Français : la santé, la sécurité, l'école, l'emploi... Nous suivrons dans leurs

³⁵⁵ Réserveons pour le moment les discussions sur l'emploi de ce lexique et sa définition à l'heure actuelle, cf. le chapitre 3.

³⁵⁶ A défaut d'en faire un exercice de « propagande » politique, cela justifie sur le fond d'une certaine manière, l'expression de « gouvernement de communication ».

activités quotidiennes, des médecins, des employeurs, des parents d'élèves et des salariés menacés de licenciements. Ils seront ensuite à mes côtés et avec le Premier ministre.

« Bonsoir Monsieur le Premier ministre, vous êtes en forme ? » alors qu'apparaît un bandeau sur l'écran, avec inscrit : « Rentrée Vérité de Jean-Pierre Raffarin. Le Premier ministre répond : « ça va j'ai beaucoup de travail avec le dossier ALSTHOM et d'autres. Je suis prêt à évoquer tous les sujets et questions de *Zone Interdite*. Il n'y a pas de sujet interdit ».

Le journaliste demande : « aujourd'hui votre côte de popularité s'est effondrée... la canicule de cet été y est pour quelque chose ». « Il y a une image qui est dans la tête de tous les Français, c'est votre réaction de ce week-end : face aux syndicalistes vous avez donné de la voix. Est-ce un sentiment d'injustice face aux reproches... d'impuissance face au chômage ? »

J.-P. RAFFARIN : « c'est une attitude naturelle. Je vais au contact direct, j'ai passé le cordon de police, je l'ai pris par les épaules. Un Premier ministre, ça ne reste pas dans un bureau. Je n'ai pas besoin d'être protégé, je vais avec la force de mes convictions.

JOURNALISTE : « François Hollande vous invite à donner un cap, une direction. »

J.-P. RAFFARIN : « il faut donner une profondeur. Je vais présenter l'agenda 2006 de nos réformes pour la France dans le 21^{ème} siècle. »

JOURNALISTE : « vous allez réagir aux reportages. Le premier nous conduit dans un cabinet de médecins généralistes et dans un hôpital. »

Des extraits sont diffusés : « si le service public tient c'est parce que les gens tiennent, quand on a mal à la tête, on ne passe pas un scanner », peut-on entendre.

« Nous parlerons ensuite de la santé des jeunes et puis nous irons à l'école où la aussi, les Français ont le sentiment que ça ne fonctionne plus. » Extraits du reportage : un élève « viré 15 jours car c'est un enfant livré à lui-même, dans la masse ».

JOURNALISTE : « les Français reconnaissent un succès à votre gouvernement dans l'insécurité mais ils ont peur des phénomènes de ghetto et des zones de non droit. »

Témoignage d'un buraliste.

Le journaliste demande ensuite : « sommes nous toujours dans une république laïque et individuelle ? » « Le voile islamique » ainsi que la Corse « où l'autorité est bafouée quotidiennement sont évoqués ».

« Vous étiez sur ce plateau en avril dernier pour dire aux Français de conduire prudemment. Message reçu ».

Puis autre « dossier chaud : l'emploi ». « Nous irons à Rennes, où une entreprise délocalise sa production de puces électroniques en Asie ». Le reportage indique que « les coûts de production y sont 60 % inférieurs ».

Le journaliste demande : « va-t-on voir une France sans usines ? Voilà des années que l'on nous dit que la mondialisation est une chance. Ces promesses ont un goût amer ».

Mais il faut « d'abord faire le point sur ALSTHOM suspendue au bon vouloir des banques et de Bruxelles ».

Le Premier Ministre dit « être confiant » et développe sa stratégie. Le journaliste précise alors que « tout cela se fait avec l'aide de l'Etat et que cela ne va pas arranger les finances publiques ».

« Le problème des finances publiques », poursuit-il, « c'est le financement de la sécurité sociale. Notre système de santé coûte cher et ne fonctionne pas. Les milliers de morts de la canicule de cet été le prouve. Nous avons suivi un urgentiste et un médecin de campagne ».

Sans insister davantage sur le contenu de cet émission, on aura compris que si ce type de dispositif télévisuel est un terrain d'exercice de la rhétorique, c'est parce qu'il permet aux journalistes, d'offrir **des grilles de lecture du monde social qui sont articulées aux expériences vécues dépeintes** dans les reportages qui accompagnent chacun des thèmes abordés au cours de l'émission. Et aux représentants politiques de développer, certes avec force, une communication sur « l'offre politique », qu'ils souhaitent apporter, en réponse à cette « demande politique » si légitimement décrite et exprimée, pour peu que, « contre une vision hyper-rationaliste », on souligne « que les émotions, l'expérience biographique peuvent aussi contribuer positivement à la politisation, que la politique est une activité liée à la dimension du spectacle »³⁵⁷.

³⁵⁷ NEVEU, 2003, « Le chercheur et l'infotainment », op. Cit.

En terme « d'information politique » pourtant, **deux problèmes se posent.**

Le premier concerne la connaissance de l'expérience sociale des citoyens, qui est autorisée par le travail d'enquête journalistique sur le monde social. Certes ce travail journalistique est loin, tant « **quant à la richesse, à la précision** des informations collectées, que dans la **connaissance du vécu et des attentes** des citoyens, et d'abord de ceux privés d'accès routinisés à l'espace public »³⁵⁸, du « **journalisme ethnographique** utilisant les techniques du portrait, du reportage social » qui peut « tenter de produire **une évocation compréhensive des impacts des politiques** publiques, des malaises sociaux et des rapports au politique qu'ils suscitent »³⁵⁹. Pourtant au regard des dispositifs télévisuels mis en œuvre dans les journaux télévisés ou dans les formats politiques actuels – pour se situer à une échelle comparable-, ces protocoles d'investigation mis en place suggèrent plutôt, « l'énorme potentiel du petit écran » en terme « de puissance phatique »³⁶⁰.

Mais il semble qu'en réalité, l'échelle ne soit pas si comparable que cela. Car dans un format politique, on l'a dit et montré - s'agissant en particulier des difficultés que cela occasionne pour le « journalisme politique » - **le travail journalistique est (devrait être ?³⁶¹) tout autre, en matière de traitement télévisuel, dans sa pragmatique, de la parole politique, et dans son contenu, de l'offre politique.**

Et il s'agit du second problème que pose ce type de format en terme « d'information politique » ; à mon sens, c'est le plus sérieux. Non pas qu'il faille regretter le passage obligé que constitue dans un format politique, **l'attaque de la parole politique** - qu'époque oblige d'ailleurs, ce type de format fait mine d'épouser, avec comme on va le voir tout de suite, un préjudiciable manque de savoir-faire³⁶²-, puisque « le journalisme politique » semble y avoir beaucoup perdu. Mais parce que dès qu'il sera question du **traitement journalistique de l'offre politique** dans ce type de format, **les grilles de lecture et de compréhension de l'activité politique qui seront sollicitées seront à peu près toutes, inadéquates, c'est-à-dire non-politiques.**

³⁵⁸ NEVEU, 2000, op. Cit.

³⁵⁹ Cf. infra, l'analyse de l'émission, « *C'est à suivre* ».

³⁶⁰ NEVEU, 2000.

³⁶¹ Voir supra le « nouveau » rendez-vous politique de *TF1*, « *Face à la Une* », dont le premier invité fut... Nicolas Sarkozy.

³⁶² A la différence des talk show « version française », qui se distinguent par leur « degrés d'attaque » de la parole politique » (Neveu, 2003), voir supra.

On en fera l'analyse en sollicitant l'intervention de Nicolas Sarkozy en tant que ministre de l'Economie dans l'émission « *Capital* » diffusée sur M6.

Nicolas Sarkozy dans « Capital » (14 novembre 2004)

« France, le pays où la vie est chère. Deux tiers des français ont le sentiment que le pouvoir d'achat a baissé. Le principal accusé : le passage à l'euro. Exemple : petits pots, tickets de métro, baguette, café dans un bar, dentifrice, ces produits qui ont flambés. Comment expliquer de telles hausses, qui en profite, comment les faire baisser ? Emission exceptionnelle : Nicolas Sarkozy, ministre des Finances sera là pour en parler », annonce le présentateur.

Voici le **sommaire** de cette émission :

Premier reportage sur « la filière de la tomate ».

Deuxième reportage sur « l'annonce d'une baisse de 2 % à la vente : qu'en est il vraiment ? »

Troisième reportage : « un vrai polar à Bercy, la baisse des prix obtenue après une nuit de négociation à couteaux tirés. Le récit d'un bras de fer dans les coulisses du pouvoir ».

Quatrième reportage : « la grande distribution peut-elle tuer la concurrence dans les centres villes ? Enquête ».

Cinquième reportage : « Internet et le marché de l'occasion, des affaires, des arnaques ».

Puis, dernier sujet : « l'Espagne et ses prix, à 200 kilomètres de Perpignan ».

Le premier reportage nous explique « pourquoi les fruits et légumes sont si chers ». Les journalistes « ont épluché le prix d'une tomate ». « Il y a des surprises du producteur au consommateur ».

Le deuxième reportage revient sur « la promesse » et « l'engagement » de Nicolas Sarkozy, et, pose la question : « peut-on faire baisser les prix en France ? »

Le journaliste David Lagache précise que, « le 17 juin dernier, un accord historique, a été signé pour la première fois entre les grands patrons et les distributeurs ».

Avant la diffusion du reportage, Nicolas Sarkozy s'exprime : « les Français pensent que les prix ont augmenté depuis l'euro et ils ont raison. Je ne l'accepte pas ». Deuxième chose, « on parle de l'inflation, moi j'ai voulu aller là où les Français vont faire leurs courses ». Troisièmement, « j'ai choisi de ne pas fermer les yeux, de prendre le problème. »

Pour lancer le sujet, le journaliste précise : « d'abord, il faut regarder si cette loi s'applique, tout le monde joue-t-il le jeu ? »

Le reportage enquête pour savoir comment « ils ont fait ceux qui ont baissé tous les produits de 2 % ? » Il pointe « la subtilité de l'accord » qui précise que « la baisse de 2% est une moyenne », et, que donc, « il n'y a pas eu de baisse sur ce qui se vend le mieux ». Ce qui a représenté également « une occasion rêvée de baisser certains prix »...« à condition d'acheter en grandes quantités ». « Des sanctions sont-elles prévues dans l'accord pour ceux qui ne répercuteraient pas la baisse Sarkozy ? », s'inquiètent les journalistes, en reprenant le chiffre de « 1,57 % de baisse, calculé au début du mois d'octobre ».

De retour sur le plateau, le journaliste fait remarquer au ministre de l'Economie, que « les produits qui baissent le plus ne sont donc pas les plus consommés ».

Semblant agacé Nicolas Sarkozy rétorque que « c'est la première fois, que c'est la première rentrée, qu'on n'a pas parlé aux Français de hausse. Les gens ça fait 5 ans, qu'ils n'entendent parler que de hausse »... « Je vais vous dire la vérité : des industriels distributeurs n'ont pas joué le jeu et il y a des politiques qui aiment l'immobilisme. Je ne peux agir qu'en prenant l'opinion publique à témoin. »

Le journaliste lui fait alors remarquer que « 89 % des Français n'ont pas constaté de baisse des prix ». Nicolas Sarkozy, agacé : « oui, mais personne ne dit que ça augmente. »

Puis, un peu plus loin : « je laisse la liberté aux industriels, c'est ça l'économie de marché. C'est comme si je disais : *Capital* sur toutes les chaînes avec le même présentateur. Le journaliste, de répondre hâtivement, tout à sa joie : « ça serait bien ». Et Nicolas Sarkozy de conclure la passe d'arme : « sauf si je bloque les salaires ».

Sur ce, le journaliste propose de découvrir « comment Nicolas Sarkozy a fait pour baisser les prix ».

On assiste alors à une espèce de feuilleton sur les « **coulisses** » de la négociation entre industriels et distributeurs, avec témoignages des différents acteurs, où tous les registres de la

psychologisation (le ministre « va passer un savon aux grands patrons ») et la dramatisation (« rebondissements heure par heure » et « jusqu'au bout de la nuit »).

Après la diffusion du reportage, le ministre assène : « je veux résoudre les problèmes, cela me passionne qu'on aille au bout des choses. »

David Lagache demande : « que lui avez-vous dit à Franck Riboud ? »

« J'ai eu Franck au téléphone », répond le ministre ; « chacun fait son boulot, moi je fais le mien ».

Et le journaliste, fidèle au credo de l'émission, « vous vouliez 5 %, pourquoi ne pas avoir attaqué à 8 % comme tout vendeur ? » « Moi, je suis ministre des Finances », répond Nicolas Sarkozy.

Le sujet consacré à la grande distribution et aux commerces de centres villes met en perspective la loi Galland, votée en 1996, « une commande de Jacques Chirac », « détournée par les marges arrières », que pratiquent les distributeurs.

Après la diffusion du reportage, Nicolas Sarkozy souligne qu'il « souhaite l'équilibre entre les petits commerces et les grandes surfaces afin que les Français n'y perdent pas ».

A la question : « voulez-vous changer la Loi Galland ? », Nicolas Sarkozy argumente en prenant pour exemple, la situation en Hollande, et la « guerre des prix hollandais ». « Il faut garder l'interdiction de la vente à perte, tout en ne restant pas dans cette situation, car je ne crois pas à la fatalité », lance-t-il.

C'est l'occasion pour Nicolas Sarkozy de revenir sur sa « rhétorique » : « j'ai connu les échecs » (toujours le référendum en Corse cité), « mais les Français veulent que ça change ». Et il justifie le choix de ses priorités, en affirmant : « la preuve, que ce n'est pas un sujet artificiel, vous en faites une émission. »

Dernier reportage, consacré au village de la Jonquera, en Espagne, qui utilise une infographie sur « le panier de produits de consommation ». « Un panier de 100 euros en France revient à 73 euros en Espagne ».

« C'est moins cher car les taxes de l'Etat sont moins élevées », commentera le ministre des Finances. Ce qui fera demander au journaliste : « pourquoi on ne baisse pas les taxes en Europe ? » « Il faut que le poids de la dépense publique baisse », s'accorde le ministre.

Et le journaliste, bon « associé rival » finira par une question relative « aux tarifs bancaires » auxquels le ministre « s'est attaqués » et sur lesquels « il a obtenu des résultats ».

Si j'ai souligné les réponses acides du représentant politique, « ministre de l'Economie », Nicolas Sarkozy, visant à rappeler astucieusement à l'ordre le présentateur, c'est précisément parce qu'elles semblent rappeler, « qu'à tout ordre de pratique institutionnalisée et autonome, dont la politique correspondent des catégories d'entendement, des repères cognitifs dont la familiarité ou la sophistication peuvent varier dans des proportions énormes, mais dont la méconnaissance ou le remplacement(...), risque d'être périlleux³⁶³. »

Ces catégories d'entendement peuvent être remplacées, comme on va le voir dans les émissions « d'infotainment », par « des considérations de psychologie, de style de vie, de proximité affective (...) qui sur un second registre, peuvent **éclairer la personnalité des acteurs politiques**, les faire parler de leur associés et rivaux », à défaut de leur « associer un apport d'information très significatif sur les règles, enjeux, logiques sociales propres à l'univers politique. »

Mais ici ce sont d'autres grilles de lecture que sollicite un angle journalistique sur les « coulisses » de la négociation d'une part, et sur « le pays où la vie est chère » d'autre part, afin d'éclairer les enjeux sociopolitiques liés à la « baisse du pouvoir d'achat ». . . . Où l'on fait donc le constat que **le dispositif télévisuel à travers l'examen de cette thématique politique, aura réduit l'enjeu politique à du « concernant » et l'offre politique à des « coulisses ».**

Mais une thématique politique qui n'est pas étrangère au positionnement politique du représentant politique en question et qui, comme on le verra, sert sa communication télévisuelle dans d'autres types de format, cette fois-ci, politiques.

Car quand l'on comparera cette intervention avec celle effectuée par ce même leader politique dans un format politique³⁶⁴, on observera que **les différences dans le traitement du « discours politique » sont ténues entre ces types de formats.** Ce qui témoignera à la fois de l'intégration des dispositifs télévisuels des programmes d'information /divertissement, dans les stratégies de communication à la télévision des grands leaders politiques, et des difficultés des formats politiques à faire de l'information politique.

³⁶³ NEVEU, 2003, « Le chercheur et l'infotainment », op. Cit

³⁶⁴ Voir supra §2. A. 1/.

2. Se rendre dans le divertissement : « Sarkozy », « chez Fogiel »³⁶⁵ (6 février 2005)

Si cette émission revendique - sans cesse - de ne pas marginaliser le discours politique, et de garantir l'expression des projets politiques, elle se caractérise essentiellement, au même titre que d'autres formats du genre, par une « **invalidation des rituels de distance et de solennité** »³⁶⁶, qui traduit un « **désarmement symbolique des politiques** par un double nivellement qui les met en équivalence avec les autres invités ». Y compris quand le ministre de l'Intérieur en est, de manière exceptionnelle, l'unique invité ?

« Une émission événementielle », annonce le présentateur, avec « la présence de Cécilia qui surveille » et « le fan club de l'UMP ». « Pas possible, il n'y a que des jeunes », ironise d'emblée le chroniqueur Guy Carlier.

Nicolas Sarkozy entre sur le plateau, sur l'air de « Quand je serai président de la République ». Il est annoncé comme « celui qui pense à la présidentielle pas seulement quand il se rase ». « Alors qu'il est à un tournant de sa carrière, il vient de fêter ses 50 ans. A cet âge, on est encore jeune et on manque encore un peu d'expérience, dit Jean-Pierre Raffarin », annonce Marc Olivier Fogiel.

« Il va y avoir du sport », prévient Guy Carlier. « Si vous cognez, je cogne, c'est la tactique du Sumo, un sport qu'il n'aime pas », surenchérit le présentateur.

« Toutes les questions ne seront pas sympathiques », prévient Marc Olivier Fogiel, en lançant le premier sujet intitulé : « le Présidentiable de la semaine », avec les rubriques suivantes : « Nicolas Sarkozy, objectif 2007 » ; « Nicolas en fait-il trop ? » ; « Quelles sont ses forces et faiblesses » ; « Quel est le sens de son combat politique depuis 30 ans ? » ; « Où en est-il de son ambition présidentielle alors que Jacques Chirac laisse planer des doutes ? »... « Les réponses dans un instant », promet le présentateur.

Les autres sujets abordés dans l'émission sont également annoncés : « le rappeur de la semaine », Kool Shen ; « le retour de la semaine » : Hugues Aufray ; puis « le film et le livre

³⁶⁵ Pour d'autres exemples : Nicolas Sarkozy dans *Vivement dimanche* le 5 décembre 2004 ; en 2005 : J.-P. Raffarin « chez Drucker » et F. Hollande « *en aparté* », cf. annexes.

³⁶⁶ NEVEU, 2003, « De l'art et du coût d'éviter la politique. La démocratie du talk show version française (Ardisson, Drucker, Fogiel) », *Réseaux*, op. Cit.

de la semaine », ainsi que « le débat de la semaine » avec comme invité Georges Kiejman, pour « parler du procès Papon et de sa diffusion à la télévision ».

« Merci de m'avoir invité » répond Nicolas Sarkozy à Marc Olivier Fogiel après que celui-ci l'a présenté.

Marc Olivier Fogiel s'appuie sur les **SMS reçus**, ainsi que sur **les dessins** du caricaturiste de l'émission pour lancer ses premières piques : « Mégalomanie : vous réfutez ? » Réponse de Nicolas Sarkozy : « C'est un autoportrait ? »

Marc Olivier FOGIEL : « Narcissique ? »

Nicolas SARKOZY : « Ce qui compte, c'est ce que je fais, pas ce que je suis ! »

Marc Olivier FOGIEL : « Arrogance ? »

« Plutôt de la fierté, il ne faut pas baisser la tête », rectifie le ministre.

Marc Olivier FOGIEL : « Impatience ? »

« Oui, pourquoi ? » répond Nicolas Sarkozy qui se défend d'être « un symbole de la personne qui n'a rien fait de sa vie ». Il développe : « quand on a la chance d'être ministre, la chance et l'honneur d'exercer des responsabilités... » « Qu'ont-ils fait ? », s'interroge Nicolas Sarkozy. « Des noms » réclament alors les animateurs, tout en soulignant par la suite qu'il (Nicolas Sarkozy) « est méchant ». « Plus tard alors ? », s'interroge « Marco ».

Vient alors le moment de **l'éditorial/portrait** de Guy Carlier, intitulé « *Dans le bocal* ».

Première remarque : « vous avez bon appétit, vous aussi, comme le président de la République... on a pu voir que vous étiez amateur de barres chocolatées au ministère de l'Intérieur... »

« Maintenant les sujets qui fâchent » enchaîne le portraitiste : « quand il est en crise, il écoute Didier Barbelivien. » Sont alors diffusées des images d'un meeting dans le Nord où le barde a chanté « bon anniversaire » au ministre.

Nicolas Sarkozy se justifie : « J'aime la chanson populaire. Pour avoir du talent, il n'est pas besoin d'écrire des choses que personne n'écoute. »

Marc Olivier Fogiel : « Sérieusement, vous êtes branché ? »

Puis Guy Carlier se lance alors dans une analyse du rôle de « l'image » et de « la télévision » en politique : « on se souvient plus de vous à côté de Christine Bravo que chez Olivier Mazerolles.

« Moi, je suis incapable de connaître votre position sur la catastrophe écologique planétaire, le désastre de l'Afrique, sur le désarroi de l'ouvrier qui arrive le matin pour travailler dans des usines, que des enfoirés ont démenagées pendant la nuit, ou sur les enfants chassés des halls d'immeubles. »

« *Il ne faut pas désespérer Billancourt*, disait Sartre, il ne faut jamais désespérer les halls d'immeubles. Quand on pense que de Gaulle est devenu un représentant de la République en lançant un appel le 18 juin, et, qu'aujourd'hui on devient un homme politique populaire en rigolant avec une animatrice bourrée, on se dit que décidément les temps ont bien changés. » Et il pose un portrait du Général De Gaulle devant lui.

Marc Olivier Fogiel annonce alors le programme : « nous avons une heure, où nous allons aborder le fond et la forme ».

« Si je peux dire un mot », s'excuse Nicolas Sarkozy, « j'apprécie le talent de Guy Carlier ». « Marco » le coupe : « ça c'est votre façon de faire : quand vous allez en balancer une, vous commencez par dire du bien... »

Et Nicolas Sarkozy de répliquer du tac au tac : « Marc Olivier Fogiel, je n'ai pas dit que j'appréciais votre talent ! » Nicolas Sarkozy développe alors son argument : « il n'y a pas de honte à être dans ces émissions. Ce qui compte, c'est ce qu'on y dit. Il faut aller rencontrer les gens là où ils sont en politique. J'ai fait cette émission en 2001 avec Christine Bravo à 1 heure du matin, personne n'écoutait, enfin moins que ce soir (*on verra demain matin*, persifle l'animateur) alors que je n'étais pas populaire et pas reconnu pour mon action. A l'époque de De Gaulle, il y avait une chaîne aux ordres. Il ne faut pas regarder le passé avec nostalgie. »

Marc Olivier Fogiel renchérit sur le « symptôme médiatique » et de citer la figure de Georges Marchais : « Sarko le populaire, Sarko qui fait son show, qui instrumentalise sa femme et son fils »

Nicolas Sarkozy, d'une voix douce et paisible : « enfin, c'est ridicule ». Marco le coupe immédiatement : « enfin, c'est pas si ridicule que cela, surtout si l'on regarde vos déclarations d'il y a quelques années. Regardez ce premier reportage, vous pourrez répondre dans un instant. »

« Nicolas Sarkozy, on l'aime ou on l'aime pas » ; mais « quand on le voit à la télé, on ne zappe pas » ; en part de marché, Nicolas Sarkozy, c'est 2 Hollande », lance le reporter.

Catherine Nay, Christophe Barbier, Jean-Luc Mano expliquent ce qu'est « être un bon client », ce qu'est « être un show man »... Les traditionnelles images de la culture télévisuelle dans son rapport à la politique sont diffusées : celles de Georges Marchais à *Carte sur Table*, celles des duels Fabius/Chirac, puis Chirac/Mitterrand.

Daniel Robert, conseiller en communication, dépeint Nicolas Sarkozy comme « un professionnel des médias », qui « a démonté Le Pen », tout en soulignant qu'aussi « rodé que soit le Sarko show, il ne suffira pas à faire de lui un chef d'Etat ».

Christophe Barbier conclut : « les émissions formidables, elles s'oublient, pas les importantes. Je ne suis pas sûr qu'il en ait eu beaucoup dans sa vie ».

De retour sur le plateau, Marc Olivier Fogiel résume le reportage par la formule : « un animal de cirque, mais un déficit sur le discours ».

Le ministre lui répond : « quand je vais à la télé, j'essaie de dire des choses, c'est-à-dire, voilà le problème ou voilà la solution. Quand je vais démasquer Tarik Ramadan en lui posant la question de la lapidation, est ce que c'est du cirque ? »

Marc Olivier FOGIEL : « vous vous trouvez beau ? »

Nicolas SARKOZY : « est-ce que c'est ce que j'ai dit ? Non, ça n'a pas de sens ». « La forme compte moins que le fond à la télévision » poursuit-il (et de prendre l'exemple de Françoise Sagan). « Nous sommes dans une démocratie d'opinion. C'est parce qu'on a réussi à convaincre celle-ci qu'elle vous laisse agir. »

Marc Olivier FOGIEL : « et Tom Cruise ? »

Nicolas SARKOZY : « il m'a appelé... »

Marc Olivier FOGIEL : « vous n'êtes pas obligé de le faire devant les caméras ».

Nicolas SARKOZY : « Vous savez qui c'est Tom Cruise en France ? Ce n'est pas Marc Olivier Fogiel dans la rue. »

Marc Olivier FOGIEL : « Là, vous bottez en touche. C'est une utilisation de son capital sympathie, même s'il se retourne contre vous avec la scientologie. »

Nicolas SARKOZY : « c'était très sympathique ».

Et le ministre de justifier sa position en citant Céline, que l'on « peut lire sans être antisémite » et Proust, « sans être homosexuel » (un rapprochement qui suscitera la réaction de Guy Carlier).

Marco enchaîne : « autre image, votre garçon à l'UMP qui souhaite une *bonne chance papa*. Dans un livre en 1995, vous dites : « je n'expose pas ma vie privée ». Vous avez changé d'avis ? »

Un SMS relance les attaques : « Nicolas Sarkozy, n'êtes-vous pas en train de vous brûler les ailes ? »

Nicolas Sarkozy préfère parler du succès de son livre sur les religions et développer son argumentaire sur le « changement de la loi », et la « réforme » (« il faut de la ténacité et du temps »). Ce à quoi « Marco » finira par répondre : « vous êtes limite en retard ».

Vient ensuite un nouveau reportage, intitulé « *Pas seulement quand je me rase* ». Michelle Cotta souligne que « d'autres ont fait mieux que lui ». « Il n'a pas été Premier ministre ». « Valéry Giscard d'Estaing était déjà Président à son âge » ; « Tony Blair avait 44 ans ». Des comparaisons que va développer le politologue Pascal Perrineau.

De retour sur le plateau, c'est donc la rubrique « *Sarko, quinquagénaire pressé* » qui débute. Le présentateur part à l'assaut : « 50 ans, un jeune loup, mais 30 ans de vie politique. »

Nicolas Sarkozy : « j'ai commencé par la base, pas de grande école, pas de cabinet ministériel, j'ai commencé par distribuer des tracts. Ce n'est pas un problème d'âge, mais il y a les immobiliers et les sectaires, la pensée unique ». Par exemple, s'agissant « de la double peine », « de la discrimination positive ». « Il ne faut pas gouverner la France avec les idées d'il y a 50 ans. Il y a d'autres méthodes, d'autres pistes de raisonnement ». « Quand j'étais plus jeune, j'étais plein d'énergie qui n'était pas toujours canalisée ». Et de citer « 2 échecs » : 1995 et 1999 (13 % aux européennes).

Puis ce sont de longues nouvelles minutes d'échange sur ses **ambitions** et ses attentes.

Guy Carlier finit par intervenir : « Donnez nous un scoop. Est-ce que vous vous servez de l'UMP comme machine de guerre ? Est-ce qu'on peut être par principe candidat contre Jacques Chirac ? »

Nicolas Sarkozy répond qu'il « y a plusieurs candidats à la candidature », et que « ce n'est pas une chose extravagante. »

« Marco » relance : « est-ce que vous faites tout pour y être en 2007 ? »

Nicolas Sarkozy préfère évoquer l'idée d'une « rencontre ».

Cela fait 50 minutes que l'émission a débuté, et qu'elle a donc été consacrée aux ambitions de Nicolas Sarkozy.

C'est le moment que Marco choisit pour « aborder les dossiers » : « depuis que vous êtes revenu, vous avez bossé ». « On a été voir vos détracteurs. »

Un reportage livre alors un florilège de ce qui est reproché au ministre : d'être « un faux Père Noël », « un grand diseux », « un traître », analyse que nous apporte une journaliste politique de *Libération*, Vanessa Scheider.

Sur « l'insécurité », c'est son « nettoyage » qui est mis principalement en cause. Et de prendre l'exemple de la répression de la prostitution : « les filles se sont cachées », nous apprend-on.

Le président de l'union syndicale des magistrats, Dominique Barella est également interrogé. Il nous informe que « seulement 25 % des décrets d'application de la Loi Sarkozy ont été votés ».

« En mars 2004, en tant que ministre des finances, il reprend une campagne sur la vie trop chère, dans un souci d'activisme ». « Ca frise l'escroquerie », dénonce Arnaud Montebourg.

Il est temps, de retour sur le plateau, de passer alors à la rubrique : « *face à la critique* ». « Marco » interroge à nouveau : « c'est de l'esbroufe ? »

Nicolas Sarkozy répond « sur le fond » : Sangatte, double peine, arrestation de Colonna, baisse de la délinquance depuis 3 ans.

Marco : « Si on faisait un Top 3 ? »

Nicolas Sarkozy : « ce dont je suis le plus fier : la baisse de la délinquance, la double peine, puis Colonna », et de citer toujours son « échec » sur le référendum en Corse.

Jean-Michel Apathie, **journaliste politique**, intervient sur le plateau : « ce que l'on vous reconnaît, c'est la modernité, mais pas toujours la franchise ». Et de prendre pour exemple sa communication lors de la polémique sur le « vrai coût du Congrès de l'UMP », ainsi que « sa méthode », jugée « un peu vieillotte », quand il s'est agi, suite à une élection législative partielle, de retrouver son siège de député à la place de sa suppléante, Joëlle Sécaldie Renaud, alors nommée au Conseil Economique et Social.

« Mais quelle méthode ? », s'insurge le ministre. Il se justifie : « je ne pense pas que la République nomme beaucoup de mes amis en ce moment. La politique des nominations doit répondre aux critères de compétences », ce pourquoi, il se vante d'ailleurs d'être « connu ».

Marco lance alors le dernier sujet « *Opposant de l'intérieur* ». Citations à l'appui, il est montré que le ministre Sarkozy « passerait son temps à se contredire »... sur la Turquie, sur sa candidature en 2007.

A nouveau un journaliste politique est sollicité, Nicolas Domenac, qui apporte quelques éléments de connaissance sur le fonctionnement de la Vème République. Même si les logiques explicatives qui sont principalement sollicitées, sont celles du type « être calife à la place du calife ».

Nicolas Sarkozy sollicite alors pour sa défense, un instrument de rhétorique récurrent chez lui, **les arguments ad ignorantiam** : « Faut-il qu'un homme politique ne donne pas son opinion ? »³⁶⁷

Guy Carlier intervient sur la Turquie, puis ce sont les sujets sur « les finances publiques », sur « les 35 heures », sur lesquels Nicolas Sarkozy développe ses arguments comme dans tout autre format télévisuel. Il répète à trois reprises, que « la France est le seul pays au monde à dire que l'on peut travailler moins et gagner plus ». Mais ici, Guy Carlier s'excuse de ne « pas faire de sectarisme de gauche », en soulignant que « les profits explosent alors que les salaires stagnent ».

Pour terminer, demande Marc Olivier Fogiel : « on vous proposerez le poste de Premier ministre ? » Nicolas Sarkozy de répondre : « la question n'est pas ouverte. »

« Même si ça vous grille pour 2007 ? », relance le présentateur.

« Vous pensez qu'on le ferait pour cela ? », réplique l'avocat avant d'entamer l'air du « j'ai des convictions ».

A ce sujet, Guy Carlier demande : « pouvez-vous nous rappeler vos convictions sur la loi de 1905 ? »

Sarkozy de formuler : « une identité humiliée est une identité radicalisée. Je ne veux pas d'Imam qui ne parle pas français et je ne veux pas que l'Arabie Saoudite finance les mosquées. Ce sont des idées votées en 1905 », lâche-t-il.

Une dernière question sera consacrée à « l'affaire Vanneste », le député UMP qui a été condamné pour des propos homophobes.

³⁶⁷ « L'argument ad ignorantiam où l'on impose à l'adversaire le fardeau de la preuve du contraire (Lalande) », in DUPRIEZ, (1984), *Gradus. Les procédés littéraires (dictionnaire)*, Editions 10/18.

« C'est inadmissible et stupide », claironne le ministre, tout en restant plus sibyllin sur d'éventuelles sanctions au sein de sa formation politique.

Pour conclure, Marc Olivier Fogiel renvoie les téléspectateurs à l'ouvrage de Nicolas Sarkozy, « *La religion, la république, l'espérance* », afin dit-il, de « développer le fond » ; « ce que nous avons fait ici », ajoute-t-il.

Si j'ai souhaité retranscrire longuement cette émission spéciale, c'est qu'elle offre **une bonne synthèse de ce qu'est le traitement télévisuel de la politique mis à l'épreuve à la fois du « journalisme d'état major » et de « l'information / divertissement »**.

Et de ce fait, de ce qu'est « le cadrage désacralisé et personnalisé de politique », de ce qu'est le « court circuit logique » qui fait que « **la forme médiatique devient garante du fond civique** » et plus largement de « **l'évitement de la politique** »³⁶⁸, dans les divers programmes qui traitent de la politique ou accueillent des professionnels de la politique, au cours de la première moitié des années 2000.

Mais je voudrais terminer ce paragraphe en remplaçant ces constats empiriques et ces éléments de réflexion, dans le cadre d'analyse élaboré au fil de mon travail.

Si l'on compare en effet comme je le propose maintenant, ces interventions dans les programmes « d'information / divertissement » avec celles effectuées par ces mêmes leaders politiques dans des formats politiques, il faut **relativiser les différences observées dans le traitement du « discours politique »**.

Ce qui, comme je l'ai dit permet de prendre la mesure de **l'appropriation de ces dispositifs télévisuels, par les stratégies de communication, à la télévision, des grands leaders politiques.**

Mais ce qui permet d'observer l'appropriation de ces repères cognitifs que constituent les magazines d'information par les stratégies de communication des personnels politiques, c'est davantage encore leur l'intégration effective dans **des types de rhétoriques politiques**, en circulation dans l'espace public, qui s'adaptent aux **modifications de « la politique »**³⁶⁹.

³⁶⁸ NEVEU, 2003, « De l'art et du coût d'éviter la politique. La démocratie du talk show version française (Ardisson, Drucker, Fogiel) », *Réseaux*, op. Cit.

³⁶⁹ Modifications « qui émanent de dynamique sociales complexes et naissent dans un ensemble d'espace sociaux (évolution du champ politique : réduction dans l'ampleur des propositions de changements sociaux, perceptions en terme d'impuissance de l'action politique, perte d'influence des acteurs politiques face au pouvoir

Des rhétoriques auxquels ces autres « **professionnels de la représentation** », que sont les professionnels de la télévision, contribuent, en raison des savoir-faire en matière de lecture du monde social, et, du pouvoir de réfraction de l'expérience sociale à une grande échelle, dont ils disposent³⁷⁰. Ce qui explique, encore une fois, alors pourquoi les professionnels de la politique vont communiquer dans tous les types de format télévisuel qui revendiquent pareille compétence.

S'agissant de ce qui retient ici mon attention, le traitement télévisuel de la politique, ces façons de faire et de dire la politique à la télévision³⁷¹ posent trois questions à l'analyste : celle de **la politisation des messages** qui sont engendrés par un tel fonctionnement, celle de **la conception du « cadrage »** qu'il doit adopter afin de rendre compte des différents mécanismes de significations qui sont alors opérés, et finalement, celle de la définition qu'il propose de la **catégorie de « l'information politique »**³⁷².

En attendant d'apporter des éléments de réponse sur ces différents points dans le chapitre 3, je voudrais étudier ce que sont les recompositions symboliques et cognitives de la politique à la télévision actuellement, par ce qui me semble les caractériser, à savoir, la généralisation d'un processus de « double cadrage » de la politique dans le traitement de la politique à la télévision.

Si le « double cadrage » de la politique fait partie, par définition³⁷³, de toute forme de **(re)présentation de la politique**, y compris par conséquent télévisuelle – la télévision a

des entreprises, des marchés et des institutions supranationales, défaillance morale du personnel politique) », NEVEU, 2003, op. Cit.

³⁷⁰ Ce qui ne revient pas à tomber dans le « piège médiacentrique », Ibidem.

³⁷¹ Qui témoignent d'une situation où « tout » est susceptible d'être « interprété » en terme de « communication » (versant politique) et où « tout fait sens » (versant médiatique).

³⁷² Je montrerai dans le chapitre 3 que sur un plan méthodologique et dans une visée heuristique, il est, à mon avis, nécessaire d'adopter la perspective du « cadrage », afin de pouvoir comprendre comment, à différents niveaux d'analyse (format, situation politique), des messages politiques peuvent être engendrés dans des catégories politiques ou bien non-politiques. Ce qui pose le problème de la contribution des médias télévisuels à ces formes de politisation des messages politiques. S'agissant de la définition de la catégorie de « l'information politique », il faudra, quand on vise à étudier le traitement télévisuel de la politique, sur un plan conceptuel et analytique, différencier la perspective d'étude de la « rhétorique politique », de celle de l'« information politique ». Même si les liens analytiques sont forts entre ces deux notions. Car quand pour le journalisme « politique », « faire de l'information politique » consistait à travailler sur le « discours politique », à partir d'une « parole politique » *qui offrait* de la politique, le commentaire journalistique sur le discours politique se faisait sur des « points d'appui » stabilisés, selon des « grammaires » constituées, aux corpus modalisés, et, qui rendaient compte de larges pans historiquement stratifiés de l'expérience sociale ; Cf. le chapitre 3 sur ce point.

³⁷³ Double dimension partisane et normative de la catégorie d'entendement politique.

toujours abordé dans des programmes, ou au sein d'un même programme³⁷⁴, d'une part des « questions de société » et de l'autre de « la politique » -, ce qui est caractéristique de la politique télévisée actuelle, c'est sa tendance à **rendre ce « double cadrage » conflictuel**, et cela, à différents niveaux de construction de l'objectivité, sémantique et cognitif dans cette étude³⁷⁵.

J'ai dit quelle me semblait être la difficulté des formats politiques, à faire le lien entre des offres et des enjeux politiques. Les dispositifs télévisuels mis en œuvre dans ces formats, peinent en effet à assurer le passage de la parole politique au discours politique. Et au total, comme on l'a largement vu, les formats politiques sont porteurs de procédés de disqualification de la politique.

S'agissant des autres programmes qui traitent de la politique ou bien accueillent des représentants politiques, si les dispositifs qu'ils mettent en place permettent au discours politique de bénéficier de possibilités rhétoriques étendues, offrant ainsi, un espace de déploiement pour les communications politiques des acteurs politiques qu'ils reçoivent, ils peinent à faire de l'information politique, en raison essentiellement, des lacunes qu'ils offrent dans le traitement de l'offre politique (projet, programmatique, logiques de fonctionnement de la vie politique...).

Si bien, qu'y compris un esprit non systématiquement chagrin, pourrait se demander si les « visions du monde social » que proposent ces programmes, aussi peu schématiques soient-elles à l'occasion, ne servent pas principalement les stratégies de communication des grands leaders politiques, en rendant « **l'articulation** » - que fait le discours politique entre un Bien commun, rapporté à des projets de transformation des réalités sociales, et, des identités, des positions partisans- avant tout, **attrayante** ?

C'est toute la question de la « médiacentrique » des médias télévisuels qui est ainsi posée. Les médias télévisuels disposent du « pouvoir de la représentation » (la politique se fait dans ce que les médias en montrent) et d'un pouvoir « paradigmatique » (les médias disent ce qu'est la politique et ce qu'elle doit être, en montrant ce que les représentants politiques font ;

³⁷⁴ Cf. la formule de la dilution par exemple.

³⁷⁵ Ce qui constitue bien une réponse au processus de dichotomisation de la (sale) et du (noble) politique, d'un âge « antipolitique » qui fait circuler, au sein de l'espace public, des perceptions négatives et restrictives de la politique.

et ils font ainsi découvrir au public que les médias télévisuels incarnent le pouvoir que le récit de la politique qu'ils établiront exercera sur le monde politique)³⁷⁶.

Ils peuvent faire passer des messages politiques, en disposant d'une grande capacité à coller à la « parole profane », dans des « sujets concrets », « proches des gens ». Si ces messages sont, au même titre que certains sujets des journaux télévisés, « *concernants* »³⁷⁷, qu'ils participent de rhétorique « *concernante* », cela signifie qu'ils ont été engendré dans des « catégories non-politiques », et qu'ils n'ont, au final, pas servi « l'articulation ».

Toute la question est alors celle de la **contribution des médias télévisuels**, à travers leurs « stratégies de cadrage », au déploiement de ces *rhétoriques politiques concernantes*, qui tendent à devenir les **rhétoriques de la politique télévisée** dominantes, en ce qu'elles épousent dans des jeux d'interaction et de dépendance, les stratégies de communications des grands leaders politiques³⁷⁸. Dans ce cas, il faudrait envisager l'hypothèse, non plus d'une politique télévisée **dépolitisée**, mais bien **apolitique**, dans le sens où, pour faire passer des messages politiques et engendrer des significations politiques (visée rhétorique), les professionnels de la représentation, politiques et médiatiques, sollicitent des « catégories » (pratiques et intellectuelles) non-politiques.

A l'analyse donc, la question demeure bien de savoir si le traitement télévisuel mis en œuvre permet de faire de « l'information politique »³⁷⁹, c'est-à-dire si le dispositif télévisuel adopté peut restituer (restitue ou évite de restituer) l'articulation ou bien s'il s'attache plutôt à (n'est qu'en mesure de...) rendre conflictuel le « double cadrage » de la politique ?

§2/ L'IRRESISTIBLE MONTEE EN PUISSANCE DU « DOUBLE CADRAGE » DE LA POLITIQUE DANS LE TRAITEMENT DE LA POLITIQUE A LA TELEVISION

Je montrerai dans ce paragraphe, que **les dispositifs télévisuels participent de la dichotomisation de la et du politique à la télévision, à travers une double opération de réduction (des enjeux politiques en *concernant* et des offres politiques en jeux politiques) et de non-articulation (des offres avec les enjeux politiques).**

³⁷⁶ Cf. l'introduction.

³⁷⁷ Cf. le chapitre 1.

³⁷⁸ D'où « l'ambiguïté », que j'ai soulignée, du déplacement des hommes politiques dans les formats non politiques.

³⁷⁹ Le problème sera alors de distinguer les acceptations notionnelles de cette « catégorie » de l'information politique : pratiques, conceptuelles, d'un point de vue praxéologique ou épistémologique ; Cf. chapitre 3.

Les professionnels des médias télévisuels ont rendu conflictuel le double cadrage de la politique dans leur traitement de la politique, en **distinguant** des offres politiques d'une part, et des enjeux (politiques) de l'autre, offres et enjeux dont **l'articulation** est pourtant caractéristique de la catégorie constituée de l'information politique, et, en réduisant ces **enjeux politiques** à une collection de **représentations de l'expérience sociale**, qui ont pour seul point commun de nous **concerner**, et ces offres politiques, à une série de « **jeux** ».

La question qui se posera alors est la suivante : la difficulté est-elle telle, pour la parole politique à produire du discours politique à la télévision, que la seule solution paraît être, pour **le journalisme politique**, d'adopter des dispositifs télévisuels de « double cadrage », dans, d'une part, des « magazines d'information politique »³⁸⁰ qui abordent la politique dans des grilles de lecture en terme de « jeu », et, de l'autre des rendez-vous, étiquetés comme « politiques » ou non, où une parole de « communication politique » va à la rencontre d'une demande politique dûment mise en scène ?

Car ce double cadrage de la politique dans le traitement télévisuel de la politique, qui, à la fin des années 1990, se manifestait au sein des rendez-vous politiques³⁸¹, essentiellement au niveau de la sémantique, opère aujourd'hui au niveau de « repères cognitifs » que sont des types de formats, de séquence, de sujets, c'est-à-dire en tant que « catégorie référentielle », qui « catégorisent »³⁸², au sein de la programmation d'une chaîne, comme d'un programme télévisuel, d'information politique ou non.

³⁸⁰ Pour reprendre la terminologie du nouveau format politique de Canal +, programmé à la rentrée 2006 dans la perspective des échéances électorales de 2007. Un format qui est présenté dans « *Plus* » (magazine fourni aux abonnés de la chaîne). Le directeur général délégué de la chaîne, Rodolphe Belmer, répond à la question : « comment s'articule son (Laurence Ferrari) émission ? » : « La vocation de cette émission, son objectif éditorial, c'est de décrypter la campagne pour les présidentielles de l'an prochain et de montrer les coulisses de cette campagne. Nous voulons non seulement être le lieu où les candidats pourront expliquer leur programme, mais surtout* montrer comment fonctionne la machine derrière les candidats, comment les hommes politiques se servent des instituts de sondage pour tester leur cote de popularité et leur programme, mais aussi pour analyser les propositions de leurs concurrents, comment marche le marketing sur Internet, comment s'organisent les meetings. Il y a une partie magazine dans cette émission et une partie où Laurence Ferrari est face à un invité ». Voir en conclusion le « piègeage » du premier invité politique de ce format, Dominique Strauss-Kahn. Les candidats n'ont donc plus qu'à contrôler les apparitions télévisuelles de la « machine »... avis aux amateurs téléspectateurs... Le scénario de 2002 où les deux supposés adversaires du second tour étaient allés sur *France 3*, séparément, présenter leur programme dans la dernière « émission politique » du « PAF » (cf. supra) se reproduira-t-il ?

*c'est moi qui souligne.

³⁸¹ Cf. infra, l'analyse de « 7/7 ».

³⁸² Cf. chapitre 3.

Cette opération de « double cadrage » de la politique à la télévision sera observée à deux niveaux de la pratique de la politique télévisée. Au niveau des stratégies rhétoriques de la politique télévisée, « stratégies de cadrage » des professionnels de la télévision, stratégies de communication des représentants politiques (A). Au niveau aussi, de formats labellisés comme politiques, qui examinent à la fois l'offre et la demande politiques, sans pour autant les articuler dans **un dispositif télévisuel d'information politique** (B).

A. « Le double cadrage » de la politique dans les stratégies rhétoriques de la « politique télévisée : stratégies de communication et de « cadrage » des professionnels de la représentation.

Par « **rhétoriques de la politique télévisée** », je désigne les rhétoriques qui sont le fait des professionnels de la représentation que sont les professionnels de la télévision et ceux de la politique. Les premiers peuvent en effet déployer **des stratégies de communication** à la télévision qui épousent les différents formats de la « politique télévisée ». Les seconds peuvent adopter **des stratégies de cadrage** de cette politique télévisée qui jouent sur ces différents formats pour traiter de la politique et accueillir des représentants politiques à l'antenne.

Car, à côté des formats de « l'information / divertissement », qui multiplient les regards sur le monde social dans des dispositifs qui visent à rendre compte de la demande politique sans que celle-ci soit nécessairement rapportée à des enjeux politiques, les principaux diffuseurs généralistes **ont (re)mis à l'antenne des formats dits politiques**, offrant ainsi des cadres sensiblement renouvelés de déploiement de la parole politique à la télévision.

C'est le cas de « *Face à la une* », diffusé sur *TF1* et dont Nicolas Sarkozy est le premier invité.

1. Le « double cadrage » des stratégies de communication politique : « Nicolas Sarkozy partout », et, dans un nouveau « rendez-vous politique » sur TF1, « Face à la une » (24 novembre 2004)

Quelle « information politique » ce « rendez-vous politique » sert-il, si on le compare à l'intervention qu'a faite quelques jours plus tôt, ce même représentant politique dans l'émission « Capital »³⁸³ ?

Ce nouveau format politique prend place à la fin du journal télévisé, c'est-à-dire à une heure de grande écoute bien entendu, mais également au plus près d'un **format d'information ritualisé**.

Dans le journal télévisé ont été abordés les titres suivants : le mouvement des transporteurs routiers, l'organisation d'un nouveau second tour en Ukraine, le déplacement de Jacques Chirac en Libye, ainsi que « l'actualité » de Nicolas Sarkozy : « *une nouvelle aventure commence*, a déclaré Nicolas Sarkozy à la sortie du Conseil des ministres », en tant que ministre des finances. « Il sera notre premier invité avant de prendre les rênes de l'UMP dans *Face à la Une*, voilà votre nouvelle émission politique pour répondre aux questions que vous lui avez posées ».

L'émission Face à la Une est présentée ainsi : « tous les mois, à une heure de grande écoute », « votre émission »... car il y a « vos 3.000 questions posées sur Internet » ; « bien entendu, elles n'ont pas valeur de sondage, mais avec ce volume, on s'approche de ce que sont les préoccupations des Français », prend soin de préciser le journaliste.

« Vous serez interrogé par François Bachy et Jean Marc Sylvestre ». « On vous demandera de répondre avec brièveté et sans langue de bois ».

Patrick Poivre D'Arvor précise ensuite, que Nicolas Sarkozy n'est pas le représentant politique qui a été le plus invité dans le journal de *20 heures*, puisqu'il s'agit de Jean-Pierre Raffarin et de François Hollande.

L'actualité de Nicolas Sarkozy, c'est « dimanche, son adoubement à la tête de l'UMP », rappelle le présentateur. « Ce qui intéresse les téléspectateurs (46 %), ce sont les

³⁸³ Cf. infra. Le 5 décembre, il est l'invité de Michel Drucker dans « *Vivement Dimanche* ».

questions économiques et sociales ». « Le pouvoir d'achat est en baisse, le problème est donc celui de la baisse des prix ».

Nicolas SARKOZY : « j'ai voulu me mettre à la place des Français qui font leurs courses dans les hyper et les super marchés ».

Jean-Marc SYLVESTRE : « il y a le risque déflationniste de la baisse des prix. »

Nicolas Sarkozy répond « sur la marge de productivité des PME... la spécificité des prix agricoles ». « Je laisse dans le projet de loi une interdiction des accords de gamme... » Mais il ajoute : « ça, c'est la preuve que la politique, ça peut changer la vie quotidienne et j'aime mieux parler des prix dans les supermarchés, que de l'inflation qui est un principe dont les Français ont du mal à appréhender la réalité ».

Patrick POIVRE D'ARVOR : « il y a beaucoup de questions sur le prix de l'essence ».

Nicolas SARKOZY : « je me suis engagé à rendre aux Français les gains liés à l'augmentation de la TVA sur le pétrole. Ceux qui sont au minimum vieillesse recevront une prime de 70 euros. »

(...)

Patrick POIVRE D'ARVOR : « Renaud Dutreil a dit : *pas de hausse de la rémunération de la fonction publique.* »

Nicolas SARKOZY : « nous avons un déficit de 45 milliards d'euros. 80 % des recettes annuelles de l'impôt sur les revenus sont consacrées au remboursement de l'intérêt de la dette. Poser la question des effectifs, c'est ne pas remplacer un départ sur deux. C'est un système archaïque, il faut donner plus à celui qui offre plus. »

(...)

Patrick POIVRE D'ARVOR : « Impôts : vous avez stoppé la diminution. Vous avez consacré 10 millions d'euros à rembourser les dettes. »

Nicolas SARKOZY : « il faut commencer par rembourser les dettes de la famille. »

(...)

Patrick POIVRE D'ARVOR : « 19 % des questions sur votre avenir en gros. Vous auriez pu faire les deux ? »

Nicolas SARKOZY : (...) « C'est une règle, une situation qui a sa logique, je ne peux pas être plus sincère. »

Patrick POIVRE D'ARVOR : « une question qui plaît à tout le monde : est ce que vous serez candidat ? »

Nicolas SARKOZY : « j'y pense, oui. Je ne dois pas m'en excuser. Je n'en sais rien, il ne s'agit pas d'un caprice, mais d'un destin. » (...)

Patrick POIVRE D'ARVOR : « une dernière question traditionnelle par Internet, je ne la connais pas : deux fois ministre, puis président de parti en 2 ans, n'êtes vous pas un touche à tout trop pressé ? »

Nicolas SARKOZY : « il faut amener des idées neuves, être passionné par les affaires du pays ». « Faire de l'UMP, une force de vie, d'ouverture, d'audace. Ce qui est important, ce n'est pas la responsabilité que l'on exerce, mais la façon dont on la vit ».

Patrick POIVRE D'ARVOR : « dimanche, c'est un sacre ? »

Nicolas SARKOZY : il faut « rester libre » ; « garder la liberté de ton et être fédérateur ».

Patrick POIVRE D'ARVOR : « vous connaissez l'ampleur de votre victoire ? »

Nicolas SARKOZY : (...) « ce n'est pas la politique qui n'intéresse plus, mais la façon dont nous la vivons ».

Si l'on compare cette intervention dans un format politique avec celle effectuée par ce même leader politique dans un programme d'information / divertissement³⁸⁴, on ne peut manquer d'être frappé **par la continuité dans les thèmes abordés et les éléments de communication employés par le représentant politique pour produire du « discours politique »**. Ce qui, on l'a dit, témoigne de l'intégration effective de ces dispositifs télévisuels dans les stratégies de communication, à la télévision, des grands leaders politiques.

Mais ce qui jette également une certaine ombre sur ce qui a été analysé comme un « grand retour en grâce du politique en prime-time »³⁸⁵. Et surtout ne manque pas de questionner le sort qui est aujourd'hui réservé à « l'information politique », dans ce type de format politique.

En premier lieu, il faut noter la position ainsi que la brièveté de ce « nouveau rendez-vous » politique, qui n'est pas sans rappeler d'autres « stratégies de cadrage », « minimax »,

³⁸⁴ Voir infra.

³⁸⁵ « On assiste à une sorte de retour en grâce *du* politique, non qu'il soit, d'un coup, devenu vertueux ou crédible, mais le vote du 21 avril a suscité une attente d'échanges. Ce n'est pas un hasard que l'on assiste au grand retour *de la* politique en prime-time, avec *100 minutes pour convaincre...* », Denis Muzet, directeur de l'Observatoire du débat public, *Libération*, 18-19 janvier 2003.

précédemment adoptées par ce diffuseur leader, à l'occasion d'échéances électorales³⁸⁶. En second lieu, il faut souligner la perte de spécificité du travail de journalisme politique dans le traitement télévisuel de la politique, **victime du cynisme** du journalisme d'état-major, et de **rhétoriques concernantes sur lesquelles, ce journalisme a, finalement, peu de prise**.

A vrai dire, il faut bien reconnaître que, pour les concepteurs d'un tel dispositif télévisuel, « l'enjeu » n'est pas celui de « l'information politique » au sens où je l'entends. Il s'agit d'offrir une tribune – créée *sur mesure*³⁸⁷ – à un leader politique, qu'il est cependant important d'étiqueter comme « politique », car elle justifie **sur la forme**, dont la scénographie rend bien compte, un mini-travail journalistique sur une « parole politique », qu'il convient d'entendre à nouveau, et, de réhabiliter.

Mais ce que les usages médiatiques des stratégies de communication du bien nommé « gouvernement de communication », font apparaître au grand jour, c'est bien que le **double cadrage dans le traitement de la politique à la télévision**, fait éclater la notion traditionnelle de « journalisme politique » (au détriment de « l'information politique »).

Ces évolutions de la politique télévisée conduisent en effet, à distinguer, au sein du journalisme politique, des formats télévisuels (de restauration) de (la) parole politique et des magazines de « décryptage »³⁸⁸ de la politique ou « d'information politique »³⁸⁹.

2. Formats télévisuels de « parole politique » et magazines « d'information politique » : le « journalisme politique » en proie au « double cadrage » de la politique à l'écran

Les formats télévisuels de « parole politique » incarnent la « politique télévisée » dite « politique » d'après le 21 avril 2002. Ils présentent les caractéristiques suivantes dans le traitement de la **(re)présentation de la politique** :

³⁸⁶ Les Présidentielles de 1995, Cf. Erik NEVEU, « Des questions jamais entendues. Crise et renouvellement du journalisme politique à la télévision », *Politix*, N° 37, 1997.

³⁸⁷ En raison de la place qu'occupe ce membre du personnel dans le champ politique. Et, au même titre que tous les formats politiques créés depuis 2002, cf. supra.

³⁸⁸ Pour reprendre un terme très usité dans les médias.

³⁸⁹ Pour reprendre à nouveau la dénomination du rendez-vous politique présenté à partir de la rentrée prochaine par Laurence Ferrari et dont toute la presse s'est fait l'écho. Michel Field, quand il arriva sur *TF1*, parlait de « magazine de libre expression politique », la réclame portant mention de la définition du terme *PUBLIC* : « *Qui concerne le peuple pris dans son ensemble* »... cf. la section 1 de ce même chapitre et les annexes.

- **la parole politique**, par rapport notamment à des formats « d'infotainment », mais également à des formats « politiques » d'époques précédentes³⁹⁰, n'est pas trop « attaquée »,
- le dispositif télévisuel intègre **un travail journalistique sur la demande politique**, qui joue notamment sur des éléments de scénographie (public présent qui questionne les représentants politiques), mais tout en restant peu sophistiqué au vu des techniques de recueil de l'opinion qu'il mobilise (recours aux sondages), là encore au regard d'autres formats télévisuels (interaction des talk show, nouvelles techniques de communication instantanée...),
- **le travail sur l'offre politique** n'évite pas les écueils de la personnification, et, ceux qui sont relatifs au primat des « analyses » politiques, en terme de « stratégies de communication » et de « méthodes politiques » qui seraient mises en œuvre par les leaders politiques ; le travail sur l'offre politique fonctionne également, en ayant recours à la mise en « dialogue » ou en « opposition » avec des adversaires politiques mais aussi, des représentants de la « société civile » et de différents courants d'opinion.

Le format qui a sonné le grand retour (en grâce) de la politique en prime time à la télévision, « *100 minutes pour convaincre* » (émission diffusée sur *France 2*) ne pouvait avoir pour premier invité, que le Premier ministre de l'époque, Jean-Pierre Raffarin³⁹¹.

Afin d'illustrer le fonctionnement de cette émission, je livre ici des extraits d'une intervention très commentée à l'époque, celle de Nicolas Sarkozy.

³⁹⁰ Voir infra, par exemple au credo de « *Franchement* », nouvelle émission politique en 1996 (remplacée par « *Mots croisés* », voir une analyse supra).

³⁹¹ Le 26 septembre 2002.

A la différence de « *L'Heure de vérité* » qui, en la personne de son inventeur, François-Henri de Virieu pourra s'enorgueillir d'avoir, à travers ses 284 émissions entre le 20 mai 1982 (1^{er} invité, Jacques Delors) et 1995 (là où commence notre étude...) survécu aux alternances (Cf. l'émission hommage diffusée en décembre 1997 sur *France 2* – répertoriée en annexe), il faut noter que, chaque Premier ministre sous le second mandat de Jacques Chirac (parmi lesquels on peut peut-être compter Nicolas Sarkozy, « vice-Premier ministre du gouvernement de communication », avec « *Face à la Une* » sur *TF1* qu'il inaugure en 2004, Cf. infra) aura disposé d'une nouvelle émission politique : « *100 minutes pour convaincre* », pour Jean-Pierre Raffarin, et, en 2006, « *A vous de juger* », pour Dominique de Villepin (Cf. supra)...

Nicolas Sarkozy dans 100 minutes pour convaincre (19 novembre 2003)

Le titre de cette émission, c'est « L'homme pressé ».

Nicolas Sarkozy est interrogé par Gérard Collomb, journaliste de *Libération*, Tarik Ramadan, présenté comme « un spécialiste de l'Islam, très écouté dans les banlieues », par Christophe Aguilon, « fondateur d'ATAC », Jean-Marie Le Pen, ainsi que par les deux journalistes de *France 2*, Olivier Mazerolles, qui présente l'émission et Alain Duhamel, journaliste politique.

Nicolas Sarkozy déclare « vouloir agir pour changer la vie des gens et faire le travail ». « Si c'est un échec », précise-t-il, « il ne faut pas prendre les Français pour des gogos ». « J'ai sous estimé que les gens ont peur en Corse ».

Olivier MAZEROLLES : « ce que vous aimez, c'est relever le défi ».

Nicolas SARKOZY : « je ne dis pas aux Français que je vais tout réussir, mais je ne compterai pas mon énergie car si un homme politique ne relève pas le défi, à quoi il sert ? »

Le reportage de présentation cible « la méthode Sarkozy » et le « travail » du ministre pendant 18 mois au ministère de l'Intérieur. Il revient sur la fermeture du Centre de Sangatte en mai 2002. Il souligne que le ministre de l'Intérieur a « organisé les musulmans de France », qu'il est « le ministre des urgences ». Il a ainsi « donné un coup de main à Luc Ferry pour sauver le Bac ». « L'été, il se démarque » en résolvant « la crise des rave parties ». « Il rencontre José Bové », « peaufine sa stratégie à l'UMP ».

Le reportage débite les mantras sarkozistes : « je suis là pour résoudre les problèmes ». Les journalistes soulignent qu'il « travaille sa carrure d'homme d'Etat ». « Il fixe son cap sur 2007 et a du mal à respecter l'adage : *y penser, toujours, en parler, jamais.* »

Nicolas SARKOZY : « j'ai promis d'être sincère. J'ai une montagne immense à gravir, j'ai tant à faire. Si je ne grimpe pas celle là, il n'y en aura pas d'autre. » Après... « les commentateurs commentent : c'est le moins que l'on puisse dire. »

A la fin de l'émission, le ministre de l'Intérieur, précisera à nouveau, qu'il « ne s'agit pas d'un caprice, mais de faire le boulot » et qu'il « pense à la Présidentielle pas simplement

quand il se rase ». **Déclaration reprise à la façon d'une antienne**, dans les commentaires médiatiques du lendemain.

Il faut alors dire, que ces interventions télévisées sont à un tel point inscrites dans les stratégies de communication des quelques leaders politiques nationaux (chefs des partis de gouvernement, principaux membres du gouvernement et de l'opposition) susceptibles d'y accéder, que, si ce format peut être qualifié de **format de parole/communication**³⁹² politique, ce n'est pas seulement en fonction d'un « contexte politique », mais également parce qu'il participe des stratégies de communication des grands acteurs politiques.

Le retour de la politique en prime-time avec le « format de parole politique » qu'est l'émission « 100 minutes pour convaincre » a, quoi qu'il en soit, bien partie liée avec le « contexte politique » de « l'après 21 avril 2002 », et, le travail de légitimation de leur activité, entamé par les professionnels des médias, qui les a conduit collectivement, à participer à la « redécouverte du politique au sens noble, sinon de la politique, plus suspecte »³⁹³.

J'en donnerai deux illustrations, toutes deux tirées, toujours, de ce même programme télévisuel, à l'occasion de deux éditions du début de l'année 2004, c'est-à-dire peu avant les élections régionales du printemps 2004.

100 minutes pour convaincre, « Pourquoi voter ? » (16 février 2004)

Les invités de l'émission présentée par Olivier Mazerolles³⁹⁴, sont Raymond Barre et Jacques Delors qui sont invités à dialoguer. Afin d'aller contre le sentiment, qu'à « deux mois des élections », « la droite et la gauche, c'est pareil » et ce, même si « les hommes politiques ont la volonté et les capacités », précise le journaliste.

³⁹² Pas dans un sens « péjoratif » de manipulation du journalisme que cette communication signifierait, mais dans celui de « publicité politique », à l'américaine, (peut-être qu'en temps de vache maigre « idéologique » à la française, il faudra en passer par la publicité politique à l'américaine, ceci expliquant cela ?).

³⁹³ LAGROYE, 2003, « Les processus de politisation », op. Cit.

³⁹⁴ Ce dernier interviendra en début d'émission, afin de justifier son maintien au poste de présentateur de l'émission - en dépit de sa démission en tant que directeur de la rédaction, suite à la polémique qui l'a mis en cause, à propos de la « vrai/fausse » annonce anticipée dans le « 20h » de David Pujadas, du retrait d'Alain Juppé, afin de couper l'herbe sous les pieds du JT de *TF1* dont il était l'invité -, en ces mots : « Je reste en tant que présentateur de cette émission qui a restauré la politique en première partie de soirée ».

Ils seront interrogés par Christophe Barbier (*L'Express*) et Alain Duhamel (*France 2*). Ils dialogueront avec Ewa Joly à propos des « relations politique/justice », puis avec « un chef d'entreprise plutôt libéral » et Bernard Thibault (Secrétaire Général de la CGT) au sujet des « marges de manœuvre dont les gens auraient envie », avec Martin Hirsch (président d'Emmaüs France) sur le thème de « l'Etat solidaire », et enfin, avec Axel Kahn à propos « des investissements dans la recherche ».

« D'abord la méfiance », annonce le présentateur. « Un florilège, pas un sondage », précise-t-il ; « sur un marché de Rennes ».

S'ensuit un reportage dans lequel les journalistes ont regroupé un certain nombre de réactions de « laypeople », recueillies par les reporters sur le marché de la ville bretonne, dans des catégories, qui via un procédé d'infographie, apparaissent à l'écran pour lancer le défilé des réactions plébéiennes. Ces « **mini-séquences** » sont : « change rien », « loin des réalités », « promesses, toujours promesses », « et les Régionales dans tout ça ? », « les affaires, la corruption », « alors s'abstenir ? ».

Retour en plateau, Olivier Mazerolles questionne l'ancien Premier ministre : « vous-même avez dénoncé le microcosme ? »

« Oui mais je n'ai jamais critiqué la politique », répond-t-il !

Puis le journaliste s'adresse maintenant à l'ancien président de la Commission Européenne : « dans vos mémoires, vous expliquez que vous n'avez pas été candidat (aux Présidentielles), parce que vous dites *j'aurais dû mentir aux Français* ».

Et Jacques Delors de répondre : « la politique, c'est indispensable, elle transcende le reste ; vous devez choisir, pas derrière les experts... »

100 minutes pour convaincre, « spécial Régionales » (11 mars 2004)

« Avec des Français qui vont questionner des responsables politiques »³⁹⁵, précise d'emblée le présentateur. « Pour qui voter ? Moins dramatique³⁹⁶ mais important, c'est l'expression de la démocratie ».

³⁹⁵ François Hollande, François Bayrou, Dominique Perben, Arlette Laguiller, Jean-Marie Le Pen, Marie-Georges Buffet et Noël Mamère.

³⁹⁶ L'émission a débuté par le recueil des réactions (auprès des représentants politiques) suscitées par les attentats survenus le jour même à Madrid.

Et d'enchaîner aussitôt sur le témoignage citoyen : « Monsieur Fabre, vous avez déjà décidé ? » « Je procède par élimination (...) », répond ce dernier. « Et vous comprenez l'abstention ? » « Oui de beaux discours (...) »

Puis, le journaliste, de trancher : « qu'on les aime ou pas, ce sont eux qui décident. Or, les conseils régionaux vont avoir beaucoup d'importance avec le système du bonus pour la tête de liste. Ils pourront décider de beaucoup de choses avec une majorité ».

Un premier reportage porte sur les compétences des régions, qu'il détaille en recourant à de multiples procédés d'infographie. Le document propose également un rappel sur « le projet de loi de décentralisation Raffarin dès le 1^{er} janvier 2003 ». On apprend principalement, que « certains élus craignent un désengagement de l'Etat et une augmentation des impôts ».

Premier chapitre : 24 millions d'emplois et moi et moi et moi...

Olivier Mazerolles interpelle Monsieur Lucas, chef d'entreprise qui développe des programmes éducatifs sur Internet. « On peut faire des choses en France, mais c'est compliqué (...) », souligne Monsieur Lucas. Qui affirme, ensuite que « 25 % de son activité est consacrée à du travail administratif », « même si les lois Dutreil ont amélioré les choses ». « Ma question aux représentants politiques » est : « comment pérenniser les entreprises, les plus petites entreprises ? »

On a ici clairement deux exemples de formats de restauration de (la parole) politique qui ne remettent pas en cause « l'information politique », du point de vue de la menace que l'intégration des formats télévisuels dans les stratégies de communication des grands leaders politiques ferait peser sur le type de journalisme qui peut s'y rapporter à la télévision.

En revanche l'information politique est victime de ce que l'on pourrait nommer l'information civique, et plus généralement du civisme en politique³⁹⁷.

³⁹⁷ Cf. chapitre 1 S2. §1.B. 1/. Consacré à l'analyse des journaux télévisés se rapportant à la campagne pour la ratification du Traité Constitutionnel Européen. « *En retour plateau, le journaliste présente des ouvrages de Nicole Fontaine et de Michel Barnier qui « expliquent la constitution européenne », un « son » de Valéry Giscard d'Estaing est même diffusé. On ne pourra ainsi pas dire que le journal le plus regardé par les Français n'a pas rempli son devoir d'information... civique et non pas politique. A aucun moment il n'est rendu compte dans cette information « civique » - déconnectée de tout « enjeu » sociopolitique - qui a fleuri dans les médias à cette occasion, de l'articulation que font les discours politiques qui se rapportent à l'échéance référendaire, entre leur « offre politique » (dimension « partisane ») et les projets de transformation du monde social*

Si j'ai parlé de « double cadrage » dans les stratégies de cadrage de la politique dans le traitement télévisuel de la politique, c'est parce qu'à côté de ces formats de parole politique qui s'alimentent à la « communication » et au « civisme », on observe des « magazines d'information politique ».

De sorte que s'il y eut le temps des « émissions politiques »³⁹⁸, celui de leur crise et renouvellement, aujourd'hui, cette nouvelle dichotomie s'imposerait.

On en veut pour preuve la « stratégie de cadrage » adoptée par *France 2* depuis 2002.

La chaîne publique a pérennisé une stratégie de cadrage qui permet aux grands leaders politiques de s'exprimer dans le cadre d'un « rendez-vous politique » de prime-time (actuellement « *A vous de juger* »), qui témoigne de tous les réaménagements subis par le « journalisme politique » à la télévision, depuis une dizaine d'année³⁹⁹.

En même temps elle offre, en deuxième partie de soirée, un « magazine d'information politique »⁴⁰⁰, « *Mots Croisés* » qui s'apparente à un format « d'information politique » en ce qu'il organise des débats sur des sujets qui abordent les enjeux sociopolitiques du moment, mais qui également, analyse les stratégies de communication des leaders politiques, dont on a, *par ailleurs*, pris soin de recueillir « la parole politique » (dans le format « *100 minutes pour convaincre* », et le « discours politique » (dans le même format).

(dimension normative) que ces offres politiques énoncent ». Le problème avec ce type « d'information civique », c'est qu'il ne faudrait peut-être pas que son « pendant », si je puis m'exprimer ainsi, soit un anti-politisme.

³⁹⁸ Seule exception, le format, défendu par Christine Ockrent sur *France 3*, aujourd'hui « *France Europe Express* », qui tout en s'adaptant, a conservé un dispositif télévisuel « d'émission politique ».

³⁹⁹ Voici comment est présenté ce format sur le site Internet de *France 2*, qui en propose un « résumé » à l'occasion de sa première édition avec le nouveau Premier ministre, Dominique de Villepin, le jeudi 6 octobre 2005 : « *A vous de juger* est le nouveau rendez-vous politique mensuel de la rédaction de la chaîne. Arlette Chabot, directrice générale adjointe de l'information, présente cette émission dont le but est d'apporter à tous, les clés pour comprendre et juger l'événement politique marquant du mois. Chaque mois, le contenu détermine la forme : grand débat autour d'un thème politique ou social, face-à-face entre deux personnalités, entretien avec un invité au cœur de l'actualité. D'autre part, des reportages illustrent le sujet, cherchant à refléter au mieux la vie des Français. Les téléspectateurs ont l'opportunité d'intervenir, en direct, pour interpellier le ou les invités. Pour ce premier numéro, Arlette Chabot reçoit Dominique de Villepin, Premier ministre ».

Si l'on présente le format « *A vous de juger* », en partant des justifications des auteurs du programme, on se rend donc bien compte qu'il fait appel dans un effort de synthèse, à tous les renouvellements dans les traitements respectifs de l'offre et de la demande politique (pointés en particulier dans la première section de ce chapitre). Arlette Chabot, « directrice de l'Information de *France 2* et animatrice de l'émission », souhaite « une émission spontanée, sans discours préfabriqué ». Ce qui n'empêchera pas le journaliste du gratuit *Métro* (édition du jeudi 6 octobre 2005) qui l'interroge dans les pages « coulisses TV », de lui demander : « Pourquoi une invitation aussi prévisible que celle de Villepin pour la première émission ? » ; puis, « quelle forme prendra l'interactivité annoncée ? » ; enfin, « Eternelle promesse de refus de la langue de bois ? ».

⁴⁰⁰ Pour reprendre une terminologie qui semble s'imposer (Cf. supra) alors, encore une fois, que ce type de format est, dans les catégorisations du CSA, de AUDIMEDIA (organisme qui alimente *Médiamétrie*) ou sur le site du diffuseur, un « magazine d'information », et dans les revues spécialisées (*Télérama*) ou les annonces diffusées sur la chaîne, un « magazine politique ».

L'exemple le plus récent de cette stratégie de cadrage peut être pris au début du mois de juin 2006, quand le 8 juin, François Hollande va être l'invité de « *A vous de juger* », alors que 4 jours plus tard, « *Mots croisés* » discutera du « phénomène Royal », en l'absence du principal agent de ce « fait », qui « sort de l'ordinaire »⁴⁰¹ !

S'agissant de l'édition du 8 juin 2006, accueillant le Premier secrétaire du PS, dans ce nouveau format de restauration de la parole politique, « *A vous de juger* », qui se nourrit des renouvellements du « journalisme politique »⁴⁰², il faut souligner qu'il comportait deux séquences principales pour aborder « l'actualité politique » du moment, essentiellement les propositions du programme socialiste pour les élections de 2007 : « Ségolène et lui » et « demandez le programme ».

Si le double cadrage de la politique opère également au sein de ces formats de parole politique, c'est qu'il opérait déjà dans les « magazines politiques » qui se sont peu à peu substitués aux « émissions politiques ».

C'est le « double cadrage » de la politique dans les « magazines politiques », que j'étudierai maintenant.

B. Le « double cadrage » de la politique dans les formats politiques. L'exemple des « magazines politiques ».

Je prendrai deux exemples, ici : celui du magazine « *Mots croisés* » déjà cité, et celui du magazine « *Ripostes* » de Serge Moati diffusé sur *France 5*.

⁴⁰¹ (Pour s'aligner sur les définitions du dictionnaire). Mais sans doute, est-ce là encore un « effet de composition » des stratégies de communication et de cadrage des professionnels de la représentation, qui s'inscrivent dans des stratégies rhétoriques de la politique télévisée, et que le « Ségolisme » n'ignorerait pas...

⁴⁰² L'expertise politique du journaliste politique de la presse écrite (Raphaëlle Bacqué du *Monde*), témoignages ordinaires de chômeurs, smicards et retraités (ainsi que des questions/réponses par téléphone), confrontation avec des représentants politiques (Michèle Alliot-Marie et Olivier Besancenot), sondage CEVIPOF (« 69 % des Français n'ont pas confiance dans la droite ou la gauche pour gouverner ») et... Alain Duhamel.

1. « *Mots croisés* », (lundi 13 octobre 2003) : « communication politique » et « la question des 35h »

Ce « magazine politique » distingue un **débat** dans lequel des enjeux sociopolitiques sont abordés, sur le mode de la confrontation entre adversaires politiques et partenaires sociaux, d'une **discussion**, portant cette fois-ci, sur l'envers du décor politique, la politique réduite à des « jeux » et à des calculs « politiques » ; dans l'exemple ici développé, ceux des stratégies de communication de la classe politique.

« Faut-il être une vedette ou une star pour être élu, comme Arnold Schwarzenegger, (qui apparaît à l'écran, sous les traits du body builder en compétition) ? Chez nous, les élus rêvent d'accéder au rang de star. C'est la raison pour laquelle on les voit désormais envahir les pages people des magazines (reportages photo sur Jean-Pierre Raffarin et Nicolas Sarkozy ainsi que François Fillon et Lionel Jospin qui défilent à l'écran), avec un objectif clair et très simple : plaire et séduire », annonce la journaliste politique Arlette Chabot.

« Un homme politique a besoin d'être aimé pour être élu », analyse le publicitaire Franck Tapiéro, « coprésident de *Hémisphère Droit* ». « Il a besoin de susciter le désir. Vous savez, en marketing, les grandes marques ont besoin d'être aimées, d'être reconnues, d'être choisies, d'être préférées, et, de créer le désir pour les consommateurs... pour être préférées à une autre marque. Les hommes politiques, c'est la même chose ».

C'est ainsi que débute cette **émission politique**, présentée par Arlette Chabot.

Cette dernière lance son sommaire : « alors au coeur des campagnes de séduction, il y a désormais les épouses. Autrefois, elles étaient un peu en retrait, puis elles sont arrivées à côté de leurs époux (images de Bernadette et de Jacques Chirac, de Lionel Jospin et Sylviane Agacynski, de Nicolas et Cécilia Sarkozy, de Noël Mamère et de sa compagne, de Luc Ferry et de son épouse Marie-Caroline). Elles sont devenues toutes indispensables ».

« Une femme peut illustrer à côté des lui des combats quotidiens », « loin des grands discours », témoigne une journaliste de *Paris Match*.

« Voilà, l'image, soigner son image, est-ce qu'au fond, la communication n'est pas en train de tuer le message politique ? Nous en parlerons tout à l'heure avec Roselyne Bachelot, Arlette Laguiller et le premier grand gourou de la communication en France, Jacques Séguéla, ; mais d'abord à qui ont profité ces 35 heures instaurées par le gouvernement de

Lionel Jospin ? » « Et, est-ce que la réduction du temps de travail n'a pas rendu les français un tout petit peu paresseux ? Nous allons en débattre dans un instant avec nos invités. Mais bien sûr, lorsque l'on parle des conditions de travail, du temps de travail, il y a un nom qui revient, celui de Charlie Chaplin. C'était en 1936, *Les temps modernes* (diffusion d'un extrait du film : Charlot au travail à la chaîne avec en incrustation les regards amusés de Guillaume Sarkozy et de Jean-françois Copé. Bernard Thibault prend note) ».

« Bernard Thibault, est-ce qu'à votre avis Charlot aurait bénéficié des *35 heures* version 2000 ? », demande la journaliste.

Le secrétaire général de la CGT de rappeler qu'aujourd'hui on « chronomètre les ouvriers de l'automobile en centièmes de minutes ». « Les revendications syndicales dans les chaînes de montage de l'automobile » portent à titre d'exemple sur la durée d'opérations qu'il faudrait faire « passer de 55 secondes à 58 secondes ». Le syndicaliste développe ensuite un argumentaire sur le caractère variable des situations à l'égard d'une part de l'intensification du temps de travail, et d'autre part, du profit qu'il aurait été tiré du passage aux *35 heures*. De prendre enfin, l'exemple du secteur hospitalier dans lequel le passage aux *35 heures* est loin de s'être fait dans des conditions satisfaisantes, suite en particulier à l'épisode de la canicule.

« Guillaume Sarkozy, est-ce vrai que les patrons ont accéléré les cadences pour compenser l'arrivée des *35 heures* ? », s'inquiète la journaliste politique.

Le vice-président du MEDEF rappelle que « les gains de productivité s'inscrivent dans la longue durée » mais que ce « passage brutal a déstabilisé les entreprises ».

Julien Dray est à son tour interrogé par la journaliste : « Bernard Thibault et Guillaume Sarkozy sont d'accord pour dire qu'en gros, les *35 heures* ne sont pas une mesure de gauche »...

Le porte parole du PS rappelle la philosophie « gagnant-gagnant » de la loi de Martine Aubry, et, de lier cette loi à un « projet collectif de résolution de la crise de la famille » (« s'occuper les enfants le mercredi après-midi »), à « un objectif de civilisation » et à « une efficacité économique ». Il note, pour finir, que « depuis l'arrivée du gouvernement de Jean-Pierre Raffarin en 2002, aucun des 120.000 accords qui avaient été conclus avec les entreprises n'a été renégocié, alors même que ce gouvernement de droite en a offert la possibilité ».

« Maintenant Jean-François Copé, vous êtes tous d'accord pour dire que c'est un acquis social et les Français y sont très attachés, on verra les sondages tout à l'heure », interroge alors la journaliste.

Le porte parole du gouvernement, de rappeler que les « Français avaient tranché en 2002 en ne choisissant pas de donner le pouvoir à l'équipe qui avait mis en place cette réforme ». Pour ce dernier, « le grand débat social, ce n'est pas de travailler moins, mais d'organiser une société dans laquelle chacun est libre de choisir ce qu'il veut faire en fonction de sa situation et de ses besoins ».

S'en suit une bataille de chiffres, d'arguments sur le mode : « j'ai pas dit que... j'ai dit ». Habilité, contre habileté... Echanges ultra-rôdés entre le représentant de l'UMP et celui du PS du type : « c'est vrai... c'est pas vrai... c'est la réalité ».

C'est alors que la journaliste propose de passer selon ses propres mots, par « la case **observateur** », « si j'ose dire » : « Yves Chassard, on sait combien d'emplois ont été créés par les *35 heures* ? »

Ce directeur des études chez *Bernard Bruhnes Consultants*, arrivé sur le plateau en cours d'émission, analyse : « un peu plus de la moitié des salariés du privé, environ 9 millions sont aujourd'hui aux *35 heures*. »

« Qui en profite le plus ? », relance la journaliste ; « on dit que ce sont les cadres ? »

« Le cadres », acquiesce le consultant ; « mais aussi des salariés dans certains secteurs, notamment du public ». La journaliste coupe « Qui dans le public ? » « Pas dans le hôpitaux », se contente-il de répondre. « Qui en a pâtit alors ? », lui est-il demandé. « Ceux qui ont dû souffrir de l'accélération au travail », répond le consultant.

Sont alors livrés **deux sondages**. Sondage : 53 % des Français sont pour un maintien des *35 heures*, 39 % pour leur suppression, 8 % sont sans opinion.

Deuxième sondage : « les conséquence pour les salariés qui sont passés aux *35 heures* » : 72 % estiment qu'ils ont plus de temps pour la famille et les loisirs, 41 % disent qu'ils ont un travail plus stressant. « Du côté franchement négatif », dixit la présentatrice, la désorganisation des entreprises, une compétitivité moindre et la dévalorisation du travail.

Reprise des **débats**. « C'est vous qui êtes patron, je ne vous le reproche pas », explique Julien Dray à Guillaume Sarkozy, à qui il vient de faire remarquer que « le

monde qu'il décrit est un monde idéal » : « le salarié ne choisit pas le temps de travail qu'il veut ».

Julien Dray de poursuivre : « pourquoi on a fait une loi sur les *40 heures* que vos ancêtres ont combattu ? » « J'y peux rien, c'est comme ça ».

Jean-François Copé vient à la rescousse du « patron » : « Julien Dray, quand est-ce que vous arrêterez avec ce regard marxiste sur la société du travail ? »

Réponse de l'intéressé : « laissez le marxisme là où il est, c'est le droit du travail, c'est tout ».

« Vous êtes en 2003, encore à la description de rapports apocalyptiques entre le patronat et le prolétariat, qui pouvaient être de mise lors du Front Populaire ou en 1920, lors du Congrès de Tours. Heureusement qu'aujourd'hui nous sommes dans une société dans laquelle les gens peuvent s'organiser librement », argumente le représentant du gouvernement et de l'UMP.

Puis c'est la querelle sur « les 300.000 » (créations d'emplois) : « ils ne sont pas à vous. » « Oui, mais aujourd'hui vous les prendriez bien »...

Puis ce sont les très classiques débats sur l'introduction de « la souplesse » dans les dispositifs légaux qui encadrent le droit du travail, et, sur les résultats qui sont attendus de telles modifications.

« Pas tous en même temps, on ne comprend rien », finira par arbitrer la journaliste politique.

« Puisqu'on parle de la valeur travail, il semble que se soit le refrain du gouvernement : le Premier ministre sur ce point, semble fréquemment changer de position ou du moins évoluer. Écoutons le Premier ministre », interrompt à nouveau Arlette Chabot, après que Guillaume Sarkozy a proposé à Julien Dray de « travailler ensemble », ce que ce dernier a « accepté ».

À l'occasion d'un déplacement au Québec, Jean-Pierre Raffarin déclare avoir « stoppé un projet de loi » qui faisait, selon lui, que « si on ne travaillait pas après les jours de repos, la fatigue serait vaincue ». « Cinq mois plus tard », nous signale le reportage, le même martèle : « les Français sont courageux et pas paresseux, les Français sont fiers d'une France à l'aise dans le nouveau siècle ».

De retour sur le plateau, la journaliste politique questionne Michel Schneider, présent depuis quelques minutes déjà sans qu'il ne soit intervenu dans les débats : « vous êtes **psychanalyste**, je ne vais pas vous demander de psychanalyser le Premier ministre, ni ce qui s'est passé depuis 5 mois. Vous avez publié un livre formidable, intitulé *Big Mother*, en gros, c'est comment l'Etat nous maternelle. Est-ce que vous pensez que les uns et les autres, ils ont tous contribué, la valeur travail, à la dévaloriser ? »

Ce dernier ne rechigne pas aux raisonnements socio-économiques et se lance même sur le terrain politique, en affirmant « les 35 heures, ce n'est pas une réforme de gauche ». « On peut même être de gauche et être contre les 35 heures », enfonce-t-il le clou. « Pour moi, la gauche c'est le parti de la redistribution des inégalités, et cet aspect là, je le cherche encore ». « Moi, je continue de penser que le lien social, la représentation qu'ont les gens et d'eux-mêmes, elle est fonction de leur place, de leur position dans le travail. Les jeunes issus de l'immigration, c'est par le marché de travail et l'entreprise qu'ils pourront s'intégrer dans la société », développe le psychanalyste longuement.

Le porte parole du gouvernement et le représentant du MEDEF, auprès duquel d'ailleurs, il est assis, acquiescent.

Et de reprendre « l'exemple des Etats-Unis » et de « son modèle d'intégration des jeunes hispaniques et asiatiques ». « Le loisir est désintégrateur. Je ne méconnais pas que le travail c'est cruel pour certains et que le patronat ... euh... devrait réfléchir. » Et d'en appeler à « la fable du laboureur et de ses enfants » : « il n'y a pas de trésor caché dans le jardin, il n'y a qu'à travailler sa propre vie. »

« On pourrait répondre ? », demande activement Julien Dray, car, « là ça me fait bondir sur ma chaise ».

« On attend un tout petit peu que vous vous calmez avant d'en parler », lui rétorque la journaliste.

Elle poursuit : « Michel Pébereau, proposait aux Français à la une du *Monde*, une demi-heure de télévision contre une demi-heure de travail. Qu'en pensez vous ? »

Puis : « Quand vous voyez la Chine, ce sont vos concurrents la Chine, vous vous dites aïe, aïe, aïe, c'est perdu ? »

« La société de loisir, moi je m'insurge, de quoi on parle ? », s'enflamme le cégétiste. « On ne peut pas dire que les syndicats aient inventé le non-travail. Ce qui dévalorise le

travail, c'est les entreprises qui annoncent du jour au lendemain qu'elles ferment (Péchiney, Alstom) », se justifie-t-il.

Arlette Chabot, pour synthétiser, nous dit que, « ce qui est formidable avec ce débat sur les *35 heures*, c'est qu'on a Julien Dray qui explique et défend la position des chefs d'entreprise et Jean-François Copé, qui défend celle des petites salariés. C'est génial les *35 heures* ! On est en plein paradoxe ».

« Moi, Arlette Chabot, quand je me suis engagé en politique, c'est pour défendre le droit de chacun au bonheur, à la dignité », finira tout de même, par clamer Julien Dray.

« Je voudrais qu'on termine par une petite note d'espoir, une enquête qui sera publiée dans quelques jours dans *L'Express* : 83 % des Français sont satisfaits de leur travail ».

Le débat se termine par une mise au pont de Bernard Thibault sur la polémique autour de la responsabilité des *35 heures* dans les difficultés à gérer, dans les hôpitaux publics, les conséquences de la canicule. « On n'était pas aux 35 heures dans les hôpitaux », s'insurge, dépité, Julien Dray.

Transition effectuée par la journaliste : « on va parler dans quelques instants de la communication. Jean-François Copé, il paraît que c'est l'obsession du gouvernement, voire même de Dominique Ambiel qui s'occupe de la communication du Premier ministre et même du gouvernement. Il paraît même qu'il voudrait imiter et reprendre les méthodes de Tony Blair ».

En quelques mots, Arlette Chabot demande à chacun des invités de s'exprimer sur « l'importance de la communication », « de l'emballage », comme elle dit.

Débat : « comment on met en scène son image et sa famille mais aussi comment on met en scène l'action du gouvernement ». Et reportage.

Le reportage débute avec des images du nouveau gouverneur de la Californie, un balai à la main, hurlant : « nous sommes là, pour nettoyer la maison, pour balayer la bureaucratie ». Une journaliste américaine donne son opinion. Puis, on voit Robert Hue chanter « *Daniela* » chez Michel Drucker, Dominique Perben entonner « *Tata Yoyo* » chez Fogiel, Luc Ferry accompagner Yves Duteil et sa guitare, Jack Lang danser le sirtaki sur

Canal Plus. La rédactrice en chef de *Gala* s'exprime également. On découvre également dans le reportage, François Bayrou présentant sa femme Babeth et son dernier fils aux militants de son parti. Marie-Caroline Ferry témoigne dans *Vivement dimanche* : « ça, ça reste entre nous, il mange des noisettes au lit ». Patricia Chavelet, rédactrice en chef adjointe de *Paris Match* analyse : « ce serait le sens de l'histoire, au risque de ne plus connaître du tout les idées (des hommes politiques) ». « Imaginez la déviation », « il faut considérer la dérive », finit par prévenir le commentaire : « à l'émotion ce serait un mélange de Zinédine Zidane, de Jonhny Halliday, de Jean-Jacques Goldman, de David Douillet, les personnalités préférées des Français, qui serait élu ».

A l'analyse sans surprise de Jacques Séguéla (« les hommes politiques ne font plus rêver »), succède celle de la ministre de l'Ecologie et du Développement Durable, Roselyne Bachelot, « un bon produit », « une bonne cliente », s'accorde à dire le parterre des invités. Jean-Luc Mélenchon également invité, pour sa part, oppose « le programme » et « la personne » et dit « ne pas y goûter ».

« La politique aujourd'hui, c'est le couple », lance prémonitoire Jacques Séguéla.

André Bercoff, directeur de la rédaction de *France Soir*, se délecte à analyser la campagne ratée de Lionel Jospin tout en adressant de larges sourires à l'un des ses principaux organisateurs.

Arlette Laguiller, en duplex, fait tout de suite remarquer, qu'elle n'a « pas été invitée pour s'exprimer sur les 35 heures mais pour le second débat », *Les politiques doivent-ils être des stars*. Elle défend la thèse selon laquelle ce sont « les médias qui choisissent ». Elle fera « une campagne militante » et non « pas médiatique », elle en « a l'habitude ». Arlette Chabot ne manque pas l'occasion de lui faire remarquer qu'elle s'est faite « photographe dans sa cuisine », à l'occasion de la dernière présidentielle.

Elisabeth Chavelet, auteur de « *Leurs femmes, elles aussi ont du pouvoir* », livre son analyse.

Les échanges portent sur la question « du fond et de la forme », de « la rencontre d'un homme et d'un peuple ».

Mais c'est Laurent Fabius qui fait les frais du « décryptage de changement de look ». « Le Fabius que je connais, que tu connais, il est comme ça ». « Connais toi toi-même » n'hésite pas à lancer le publicitaire.

« Faut-il courir tous les médias, n'importe quel média ? » ; « Faut-il choisir ses médias ? » ; « Qui instrumentalise qui ? », demande la journaliste politique.

« Nous sommes pris dans un étau, un système qui nous écoeure », proclament en cœur les représentants politiques.

Et d'évoquer le projet, avorté, de télé réalité politique. Puis, « faut-il aller dans les émissions non politiques ? »

« Qu'est ce que c'est la politique, séduire ? », demande à son tour, Roselyne Bachelot.

Arguments et contre arguments sur la dévalorisation du discours politique en raison de la dictature de l'image.

« Quelle frontière entre vie publique et vie privée ? » ; « Quelles sont les limites à la communication politique ? », demande pour finir la journaliste en prenant l'exemple des « spin doctors » en Angleterre.

« C'est la politique qui est malade et pas le marketing politique », rabâche le publicitaire.

Roselyne Bachelot clôt l'émission par cette anecdote : « la semaine dernière, rentrée parlementaire, question sur le protocole de Kyoto, sujet le plus décisif pour l'environnement. Eh bien ! Que croyez vous qu'ait été le papier d'angle de l'AFP ? Roselyne Bachelot portait une veste jaune. Est-ce que vous trouvez que c'est de ma faute s'il n'y a pas de message ou est ce que c'est la faute du média ? »

Nonobstant un changement de présentateur, cette formule a été reconduite à la rentrée 2006⁴⁰³.

Je voudrais conclure ce chapitre 2, consacré à l'étude de la politique dépolitisée des médias télévisuels au cours de cette dernière décennie, par ce que l'on peut considérer comme un renouvellement - en même temps qu'un « sacré » déplacement (sur *France 5* et non plus sur *TF1*, mais sensiblement au même horaire) de la formule de « la dilution » qui caractérisait, à côté de « L'Heure de Vérité » (« l'émission politique des Français »), « le rendez-vous politique des Français », le magazine « 7/7 ».

⁴⁰³ Avec Yves Calvi (1^{ère} émission avec un débat sur les affrontements qui ont eu lieu dans banlieues à l'automne 2005, puis un second sur les rivalités au sein de la droite).

2. La version sophistiquée du « double cadrage » de la politique dans les « magazines politiques », par Serge Moati : « *tout est combat* » et « *tout est méthode* ».

S'il faut finalement, s'intéresser à ce format, c'est certainement parce qu'il représente une façon de ne pas faire « d'information politique », dans des types de format, qui, autrefois, en faisaient. **Car, en dissertant sur l'art de gouverner ou en faisant du documentaire - même si, la qualité de traitement journalistique permet d'interroger ce que sont les visions du monde social que les offres politiques véhiculent- l'articulation entre des enjeux sociopolitiques et des offres politiques, est négligée.**

Ce sont, dans le cas du travail de Serge Moati sur *France 5*, des jeux subtils qui sont fait sur la sur la catégorie constituée de l'information politique et partant, sur la catégorie d'entendement politique.

Je procéderai d'abord à l'examen de ce format à l'occasion d'une situation politique particulière, les Régionales de 2004, qui a donné lieu à un dispositif télévisuel de « double cadrage » caractéristique.

Un « *Ripostes spécial Régionales* » était en effet, pour quelques numéros, consacré à série de « feuillets du réel », afin d'observer les « âpres combats » que livraient, non seulement les candidats en campagne, mais également, des personnes, au quotidien, dans leur vie professionnelle, associative, militante et personnelle. Alors que le magazine « *Ripostes* » poursuivait suivant son dispositif habituel de « magazine politique ».

C'est précisément ce dispositif que j'observerai ensuite, à l'occasion d'une « rentrée », celle de septembre 2005⁴⁰⁴.

Ripostes « spécial Régionales » : « âpres combats », le 18 janvier 2004

Le premier reportage du documentaire est consacré au travail des Restos du cœur, de nuit.

Le second reportage porte sur la situation de 43 ouvrières dont la société Delvaux doit fermer à Gensac en Gironde.

⁴⁰⁴ Bon nombre d'éditions de ce magazine adoptent le schéma classique du « magazine politique » autour d'un thème sociopolitique qui est débattu, mais il faut noter que ce dispositif de double « cadrage » s'étend également aux sujets « strictement politiques » ; Cf. publicité en annexe : « les 72 heures du Mans. Dimanche 27 novembre. 17:00 Le Documentaire. 18:00 Ripostes. Réflexions, discours, disputes, conciliations, passions... le film de Serge Moati vous fait vivre en immersion totale le congrès du parti socialiste des 18, 19, 20 novembre dernier ».

Leur avenir se joue à Paris, où Martine Bartelilot part négocier à la CGT avec Monsieur Lanta, le directeur de l'usine. Les journalistes suivent également une réunion à Gensac où soit être décidée la création d'un comité de soutien. Les élus répondront-ils ? Y a t il encore un espoir ? Ambiance dans la salle des fêtes...« Notre premier ministre disait il faut mettre la France au travail... où est le sénateur ? Il y a 43 emplois qui disparaissent.

Le troisième reportage s'intéresse au directeur de l'équipe pédagogique de l'école de la deuxième chance destinée aux 18-25 ans dans le but de les réinsérer (Edgard Barrera). « On réapprend les soustractions, les additions, et on interdit le Coca en classe. »

« Autre combat, très politique celui-là, la machine électorale UMP se met en marche derrière sa tête de liste, le secrétaire d'Etat aux affaires étrangères, Renaud Muselier ».

Reportage à Brignol dans le Vars, où 1.500 élus sont invité à un banquet très républicain, il faut afficher le soutien de l'ensemble du parti. Pour espérer l'emporter contre le sortant, Monsieur Vauzelles, et Le Pen, il aimerait conclure un accord avec l'UDF, ce qui n'est pas sans difficultés.

« Bon, ils ne veulent rien entendre, ils ne veulent pas l'accord ? - Qui ? L'UDF ? - Oui. - Mon sentiment c'est qu'ils se dégonflent tous les jours, je le dis depuis des mois. Ils se dégonfleront. Qu'est ce que tu veux, quand on fait tout faux aux législatives. Maintenant, on le paiera et durablement. On serait restés RPR / UDF, on était très bien. »

Ces échanges entre Renaud Muselier et Jean-Claude Gaudin, captés par le micro à leur insu, ont lieu alors que la fanfare résonne, que les militaires sont au garde à vous, que ces deux représentants politiques portent l'écharpe tricolore et s'apprêtent à sacrifier à la photographie officielle.

Le magazine s'intéresse ensuite à un autre membre du personnel politique directement intéressé par les élections régionales, Jean-Paul Huchon, filmé au volant de sa voiture, écoutant du Rock californien, puis à la recherche de « la vérité d'un marché », « une figure imposée de la campagne ».

« On voudrait vous voir quand vous n'avez pas besoin de nous », lance un quidam. « Il est beau le bar là », note le candidat, un peu plus loin. Avant d'affirmer à un petit groupe de badauds et de curieux : « On va s'en occuper de Copé. »

Serges Moati commente : « Chez Jean-Paul Huchon, on s'interroge sur l'identité de la campagne à mener. Faut il incarner la résistance à la politique nationale ou se limiter des

propositions concrètes pour améliorer la vie quotidienne des franciliens ? Faut-il donc un slogan national ou local, pour espérer l'emporter ? »

On découvre une réunion de l'équipe de campagne, sous la direction de son directeur Jean-Paul Planchon, à la recherche d'un slogan. Il s'agit de répondre au « coup de Pauleta »⁴⁰⁵, - démenti par le Parisien, précisera Jean-Paul Huchon -, orchestré par son adversaire Jean-François Copé.

Puis ce sont des membres de l'association « Ni pute, ni soumise », invitées à la faculté de Jussieu, qui sont suivies par la caméra. A cette occasion, sont diffusées par les journalistes, des extraits du discours du 17 décembre prononcé par Jacques Chirac, sur les valeurs républicaines (j'estime que le port de tenues ou de signes qui manifestent ostensiblement...) car précise Moati, « la France n'en finit plus de débattre et de se trouver ouverte, métissée... une simple loi suffira-t-elle ? »

« De retour à la politique, mais l'avions nous quittée ? », enchaîne le journaliste pour suivre Jean-François Copé dans un déplacement agité au lycée Romain Rolland à Goussainville.

« Nous sommes dans un lycée de zone sensible, de zone violente » affirme le professeur de philosophie. « Il faut des assistantes sociales, sinon ça va péter » proclame-t-il. Ce à quoi le candidat de l'UMP répond « vous faites beaucoup plus de politique que moi. C'est toujours pareil, ça commence par des agressivités démentielles. Quand quelques uns ont fini de gueuler, on discute de tout ce que tout le monde veut. »

« Si je suis élu Président de région, j'essaierai de faire des groupes de paroles... »

On retourne à l'école de la deuxième chance à Châlons où Julien, en apprentissage chez le garagiste s'entend dire qu'il faut le pousser au cul. Puis c'est le retour auprès des ouvrières de Gensac dont le comité de soutien manifeste à Libourne.

« J'ai eu Monsieur Mitterrand qui veut me voir » s'enthousiasme la représentante des salariées.

⁴⁰⁵ Le footballeur star de l'équipe de la capitale ayant affirmé dans *Le Parisien*, qu'il soutenait son adversaire politique.

Le magazine se clôt en nous apprenant que les réunions publiques n'y changeront rien, mais que depuis « *Martine* » a obtenu 7.000 euros d'indemnité plus pour chaque ouvrière. Ces mois de lutte n'auront pas été totalement vains.

Le journaliste réalisateur propose de retrouver ces feuillets du réel et leur âpre combat lors d'un prochain *Ripostes*, consacré aux régionales où le débat sera vif. Il portera sur « le FN en embuscade ».

Ripostes « de Rentrée » : considérations sur « la méthode », le 5 septembre 2005

« Ripostes de rentrée. Nouvelle saison de Ripostes, la septième », lance Serge Moati : « septembre 2005, terrible catastrophe naturelle aux Etats-Unis, nouvelle famine atroce au Niger, des morts par centaines en Irak et en France une rentrée endeuillée. Des enfants morts, qui n'ont pas pu répondre présents, tués, brûlés, défenestrés avec leurs parents étrangers, d'autres pas, tous victimes de nos politiques défailtantes du logement social et de l'intégration ».

« Septembre 2005, chagrin et colère, nous pensons à eux. Notre fameux modèle social est-il en crise, on le répétait avant l'été, c'était le tube de l'été. Réformer, dans quel sens, pour quoi faire ? On est toujours le conservateur de quelqu'un. Mes invités se sont exprimés cet été, Bravo ».

« Edouard Balladur, député UMP de Paris, vous connaissez l'Etat comme votre poche droite. Vous avez fustigé dans Le Monde cet été des faux débats ». « Michel Rocard, député PS au parlement européen, champion toutes catégories des chantres de la réforme, vous demandez aux socialistes de régler le débat entre pseudo marxistes et réformistes ». « François Bayrou, vous proposez un projet de rupture, la réforme, trop faible pour vous ? » « Jean-Claude Mailly, secrétaire général de FO, vous promettez une rentrée chaude, le terme réforme vous donne des boutons car il signifie pour vous une remise en cause des droits sociaux ». « Ted Stanger, essayiste américain, vous avez signé un best seller « Sacrés Français », « et enfin Vanessa Schneider, journaliste à Libération, vous dites, c'est bien de proposer des réformes, encore faut-il les appliquer ».

« Je vous pose cette question : fallait-il qu'il y ait des morts pour s'attaquer aux vrais problèmes ? »

tel-00282245, version 1 - 27 May 2008

Selon Michel Rocard, les bonnes politiques prennent du temps et se voient peu. Ce que confirme Jean-Claude Mailly, « il faut être dans la durabilité ». Pour Edouard Balladur, il faut sortir des débats théoriques, communautarisme, assimilation, intégration... Il y a des gens dans le besoin, il faut les loger, français ou étrangers. Il préconise des politiques qui ne soient pas flamboyantes dans les annonces. Puis c'est le thème de la sinistrose qui est évoquée par le présentateur et référencée au référendum sur le traité de constitution européenne et à l'échec des JO de Paris. « Il règne un mauvais climat moral en France ? » demande-t-il à François Bayrou. Ce dernier lui répond : « si je disais non, cela voudrait dire que je ne suis pas allé sur le terrain. » Ce que confirme le journaliste en citant un sondage indiquant que 70 % des français seraient pessimistes, contre 52 % l'an dernier. Pour le secrétaire général de FO, « le pessimisme ne suffit pas, il faut y ajouter le mécontentement. C'est un problème de démocratie. Le vote doit être entendu. Ce qui n'est plus supportable, c'est une situation dans laquelle les gens sont amenés à se dire : « je vais laisser à mes enfants une situation moins bonne ».

C'est le moment que choisi l'éditorialiste américain pour stigmatiser les syndicats comme une force conservatrice oublieuse de l'intérêt national. Et de citer à l'appui de ce propos l'ouvrage de Jacques Marseille, « Les deux Frances », qui, selon lui, met en valeur l'absence de tradition contractuelle en France.

Puis les dialogues se font autour des notions développées par Michel Albert (nous avons changé du capitalisme rhénan au capitalisme actionnarial). Il est question de parts de salaires dans le PNB et de l'insuffisance de la consommation.

Edouard Balladur souligne alors que cela fait 30 ans que l'on parle de crise et les français ont le sentiment que le pays décroche. C'est pourquoi, il faut avoir le courage des réformes.

La jeune journaliste du quotidien national signe son entrée dans le débat (et dans le journalisme politique télévisuel) d'une manière on ne peut plus classique : « oui mais en campagne, on promet, mais après... ».

Et de souligner « les deux discours des membres du personnel politique, les premiers ministres qui nous expliquent des choses et puis ce qu'ils font ? »

Edouard Balladur, de lâcher : « il arrive qu'ils fassent quelque chose... », pour souligner immédiatement « il faut leur expliquer, les français sont prêts au changement ».

François Bayrou prend alors la parole pour tâcher de convaincre et il veut illustrer son propos : « le BAC que les étudiants passent, ça fait 12 ans que nous l'avons mis en place avec Edouard Balladur. On fait du meilleur travail quand celui-ci ne fait pas de bruit. »

Puis, à l'invite de l'éditorialiste d'outre Atlantique, surviennent quelques échanges sur le libéralisme. « Vous avez peur du mot Libéral ? » demande-t-il au député UMP de Paris. « Je le revendique », rétorque Edouard Balladur, non sans préciser qu'il est membre de l'association pour le libéralisme populaire.

Michel Rocard s'essaye lui aussi à des tentatives de définitions et de classifications : « Le libéralisme a changé, il y a le traditionnel et puis il y a l'ultra libéralisme, qui signifie absence de règles. »

C'est alors que François Bayrou lance un provoquant « Balladur et Rocard, c'est la même pensée ».

« C'est la naissance d'une love story », plaisante immédiatement Serges Moati. Le député béarnais se justifie « il faut recomposer cela, les clivages sont faux, même pas désuets ou archaïques. Rocard et Fabius sont en désaccord sur un sujet fondamental comme l'Europe ».

Michel Rocard lancera bien quelques formules sibyllines dont il a le secret : « il faut éviter la loi, pour éviter le symbole », tout en soulignant les forces profondes susceptibles de garantir un avenir à la France (le succès de la politique de natalité, le succès des politiques de scolarité, avec le recul du taux d'échec scolaire depuis 20 ans).

Edouard Balladur réaffirme ce qu'a été sa ligne de conduite politique en soulignant qu'il y a des différences (je ne voudrais pas qu'il n'y ait pas de clivage). Il réaffirme également ce qui fait sa philosophie politique (faut-il une place plus grande à la liberté individuelle ou à l'Etat, depuis la révolution française, c'est le débat).

Il conclut « le marché, ce n'est pas la jungle, quand il y a le règle et un juge ».

François Bayrou n'en démord pas : « cet antagonisme n'est pas vrai dans la réalité ».

Dans ce format, à travers ces deux exemples, au regard du journalisme ethnographique de documentaire déployé, il n'est plus question de s'interroger sur le traitement journalistique de la « demande politique ». Elle ne répond pas à une « logique de perception représentative » systématiquement rapportée aux représentants politiques, sous les aspects d'une variété de tomate qu'il faudrait identifier sous peine de ne pas être en mesure de parler du réel, et qui fonctionne comme un dispositif télévisuel d'attaque de la parole politique. Pas question, non

plus de mettre en question les formes de débats qui sont respectueuses des propres formes d'argumentation du discours politique.

Et pourtant ces modes de (re)présentation journalistique de la politique, par les formes de raisonnement qu'elles sollicitent, ne servent-elle pas des procédés de disqualification de la politique ?

Car demeure cette nécessité de « capter le réel », « au-delà des mots de ceux qui nous gouvernent » pour reprendre le leitmotiv du « journalisme de médiation » des années 1996-97, qui, dans un sens, n'aura donc pas été, qu'un « feu de paille » ?

C'est dire que le problème du journalisme politique aura bien été dans l'appréciation de cet « au-delà », c'est-à-dire de la difficulté à véhiculer un « discours politique » à partir du recueil et du commentaire de la parole politique. Alors, pour comprendre pourquoi les dispositifs télévisuels ont peiné, au cours de la décennie écoulée, à faire en sorte que ces « mots » politiques ne soient pas « au-delà » de la réalité sociopolitique décrite dans les médias télévisuels, il faut envisager la question, « *comment faire de l'information politique aujourd'hui ?* », à la lumière de « cadres », c'est-à-dire de **catégories sociologiques et historiques plus larges, que sont celles du discours, de la rhétorique et des idéologies politiques.**

C'est ce que je m'appliquerai à faire dans le chapitre 3, en sollicitant la problématique de la **catégorisation médiatique de la politique**, afin d'analyser d'un point de vue théorique, les recompositions symbolico-cognitives à l'œuvre dans le traitement télévisuel de la politique.

Auparavant, au terme de ce second chapitre, et, comme cela avait été fait à la fin du premier chapitre, il est nécessaire de proposer une conclusion qui synthétise les résultats acquis, cette fois-ci, par l'analyse du corpus des « magazines télévisés », afin d'intégrer par la suite ces acquis dans la grille interprétative et théorique du dernier chapitre de la thèse.

J'ai tenu à montrer que des « discours d'information » qui échappent (au classement dans... -Cf. le Ch. 3-) à la **catégorie instituée des formats politiques**, parce qu'ils organisent symboliquement et cognitivement, le lien entre des « offres politiques » et des « enjeux » sociopolitiques, relèvent de **la catégorie constituée de l'information politique**. En même temps que ces formats politiques souffrent du passage d'une posture de traitement de la parole politique dans le cadre d'un journalisme politique qui rendait compte de la capacité de cette parole à produire du discours politique – c'est-à-dire à articuler des projets de transformation des réalités sociales à des identités partisans-, à une posture dans laquelle le travail télévisuel

des professionnels du journalisme politique sur l'information à travers le traitement de cette parole politique, vient alimenter des **procédés de disqualification de la politique**. De telle sorte que cette parole ne peut plus accomplir efficacement son travail de persuasion (celui de la rhétorique politique).

Ces procédés de disqualification ont caractérisé ce que j'ai nommé la « la politique télévisée dépolitisée » des médias télévisuels. Si les dispositifs télévisuels de cette politique télévisée ont permis au couple « parole politique / commentaire journalistique », de faire l'articulation entre des offres et des enjeux politiques à partir d'un traitement du discours politique, cette articulation a été « **moquée** ». Il lui a été constamment prêté un caractère **inadéquat**, c'est-à-dire inapproprié, non seulement pour rendre compte des évolutions du monde social, mais également pour en proposer des instruments de transformation adaptés (prévalence de la logique de perception représentative des médias télévisuels).

Pour apporter une réponse à cette difficulté, on peut dire que les professionnels de la représentation, ont, à la télévision, au cours de la dernière décennie, adopté **deux types de scénarii**.

A la recherche de conditions plus favorables au déploiement de la rhétorique politique, ces professionnels ont organisé des dispositifs télévisuels offrant un « regard » sur la réalité sociopolitique qui rende compte plus significativement de la « demande politique ». Que ces dispositifs aient relevé de formats d'information ou bien plutôt de divertissement, qu'ils aient participé d'un bénéfique (ou non) renouvellement des formats politiques à la télévision, n'ôte rien à ce qui les caractérise, à savoir une remise en cause des façons de faire du **journalisme politique télévisuel**, du travail journalistique qu'il opère sur le « discours politique », c'est-à-dire sur la « parole politique », et, sur « l'offre politique ».

Mais la solution a également consisté à adopter un traitement télévisuel de la politique qui **distingue les offres et les enjeux politiques**, alors que leur articulation est constitutive de « l'information politique », et qui **réduit** la compréhension de ces offres au décryptage des **jeux politiques**, celle de ces enjeux, à la restitution médiatisée d'expériences sociales dans une **visée concernante**. S'agissant du « journalisme politique » télévisuel, j'ai dit combien ces mécanismes de « **double cadrage** » de la politique à la télévision, me semblaient faire éclater cette notion, ce dont rend compte assez lisiblement la sémantique, puisque, après le temps des « émissions politiques », puis celui des « magazines politiques », serait venue, aujourd'hui, l'époque des « magazines d'information politique »⁴⁰⁶.

⁴⁰⁶ Pour une illustration « en image », voir les annexes. Sur le fond, cf. la conclusion.

Ces opérations de labellisation sont en vérité, très significatives. Car, comme je vais le présenter maintenant, quand les jeux de **catégorisation sémantique** auxquels procèdent les acteurs de la politique télévisée ne permettent plus d'aborder des questions politiques dans les dispositifs télévisuels qui sont ordinairement réservés à cet effet (parce que les procédés de disqualification sont dominants), ce sont alors des jeux de **catégorisation conceptuelle ou de catégorisation référentielle** qui s'exercent : le format (catégorie référentielle) doit finalement changer d'étiquette, puisqu'il ne classe plus de référents (des « objets d'information »), qui répondent à son « concept ».⁴⁰⁷

C'est à l'examen de ces **jeux « sémantiques et cognitifs »** opérés sur la « catégorie constituée » de l'information politique et auxquels se sont livrés, ces dix dernières années, les professionnels de la représentation à la télévision, que je propose maintenant de procéder.

⁴⁰⁷ La question sera à nouveau, de savoir si le contournement de cet écueil vise à contenter encore davantage l'humeur anti-politique du public, ou bien plutôt à autoriser un traitement télévisuel de sujets et de thématiques « politiques ».

CHAPITRE 3
FAIRE DE L'INFORMATION
POLITIQUE À LA TELEVISION
AUJOURD'HUI

A travers un examen du traitement télévisuel de la politique, cette recherche de science politique avait pour finalité d'étudier les recompositions symbolico-cognitives de la politique à la télévision à l'oeuvre en France depuis une dizaine d'années.

L'analyse a porté sur le réaménagement des formes télévisuelles de (re)présentation de la politique, et a été menée dans le cadre de la problématique de la « politique dépolitisée ».

Dans les années 1990, s'est en effet imposée l'idée d'une crise de la (re)présentation de la politique dans les médias télévisuels, qui s'est notamment traduite par cette question : « **fait-on encore de la politique à la télévision ?** ».

Le travail proposé dans ce chapitre 3, consiste à montrer que cette position présuppose une interrogation sur la qualité « politique » de l'actuelle « politique télévisée ». La télévision permet-elle aujourd'hui de **porter un regard politique** sur la réalité dont elle a vocation à rendre compte ?

Les réponses apportées par les spécialistes de cet objet de recherche ont consisté de façon générale, à affirmer que les médias télévisuels font actuellement de la « politique télévisée », dans des **catégories pratiques et intellectuelles, dites non politiques**. En effet, que l'on se situe dans une visée que l'on qualifiera d'épistémologique ou bien plutôt dans une perspective dite rhétorique, ces catégories (des repères cognitifs ainsi que des catégories d'entendement) ont en commun de n'autoriser ni le point de vue politique, ni les rhétoriques politiques. Parce qu'elles ne permettent pas, selon moi, de restituer le rapport constitutif de la « politique », à savoir le lien que ce « rapport »⁴⁰⁸ établit entre les dimensions partisans et normatives de la politique, on a insisté à juste titre, sur **le regard non politique que portent aujourd'hui les médias télévisuels**.

Ce faisant pourtant, il est possible qu'on ne prête pas suffisamment attention aux manières ainsi qu'aux moyens dont disposent les médias télévisuels pour articuler ce rapport.

⁴⁰⁸ Je voudrais dire combien cette recherche doit à la lecture des textes que Gilles Deleuze consacra au philosophe Baruch de Spinoza. Il s'agit uniquement ici, de témoigner d'une « dette intellectuelle », en ce qui concerne « l'imagination sociologique » mise en œuvre dans ce travail de thèse. « Qu'est-ce qu'un corps ? », demande le philosophe français. « Un corps est composé de parties d'ordres différents (...) ; ces parties entrent sous des rapports variés qui se composent entre eux pour constituer le rapport caractéristique ou dominant du corps ». « Chaque corps est composé d'un emboîtement de rapports qui constituent sa forme ». « Il y a mort du corps quand un rapport caractéristique constitutif du corps est détruit, c'est-à-dire qu'il n'est plus effectué par les parties ». « Le rapport n'a pas disparu mais les parties entre lesquelles il s'établissait, ont pris un autre rapport qui caractérise un autre corps » ; in *Spinoza. Philosophie pratique*, 1981, Les Editions de Minuit.

S'agissant de la télévision, articuler le rapport entre les dimensions partisans et normatives de la politique devrait consister à faire de l'information politique, en rapportant des enjeux politiques à des offres politiques, **définition de l'information politique comme catégorie constituée** sur laquelle j'ai construit la grille d'analyse qui m'aura permis d'observer et d'analyser la « politique télévisée » dans les deux premiers chapitres. Or, pour de nombreuses raisons, dont certaines suscitées par la politique elle-même, faire à l'heure actuelle de « l'information politique » à la télévision, **à partir des formes instituées de (re)présentation de la politique**, revient à servir des conceptions ainsi que des sens restrictifs et négatifs de la politique.

Ce qu'a longuement montré, l'analyse entreprise, que l'on dira praxéologique⁴⁰⁹, de la **catégorie instituée** de l'information politique à la télévision, à travers l'examen des « formats » (plus largement des « repères cognitifs » et des « dispositifs ») politiques télévisuels. En étant, le cas échéant, à l'origine de « nouvelles » formes de (re)présentation de la politique à la télévision, par exemple de formes de convocation de la politique dans des repères non nécessairement qualifiés de « politiques », les médias télévisuels ont en revanche, pu articuler des enjeux et des offres politiques et ainsi procéder à ce que j'appelle de « l'information politique ».

Ce qui, si l'on se prononce sur **la qualité du regard politique dans une visée épistémologique** attentive aux catégories intellectuelles qui sont sollicitées pour offrir des grilles de lecture de la politique à la télévision, vient nuancer le diagnostic d'un regard unilatéralement non-politique que les médias télévisuels auraient porté sur la politique, puisque cette information politique (au sens où je l'ai définie en tant que catégorie constituée) est bien conforme au **point de vue politique**.

Il ne s'agit pas de remettre en cause l'analyse qui a été faite d'un phénomène de raréfaction des formats politiques à la télévision (chapitre 2) ou encore d'un processus de marginalisation de certaines formes de (re)présentation de la politique dans les journaux télévisés (chapitre 1), qui, significativement, parce qu'ils représentent *a priori* autant d'« occasions manquées » de « faire de l'information politique », témoignent du processus de

⁴⁰⁹ Sur la différence entre une approche praxéologique et épistémologique des catégories, on se réfère aux travaux de Louis QUERE, en particulier à sa « présentation » de l'ouvrage collectif : « L'enquête sur les catégories », sous la direction de B. Fradin, L. Quéré & J. Widmer, Paris, Editions de l'EHESS, 1994, (*Raisons Pratiques*, N°5). Cf. également la présentation qu'en fait Jacques GERSTLE (2004) : « la conception épistémologique encore dominante conçoit la communication comme pouvoir et transmission de connaissances sur l'environnement, c'est la com-représentation. La conception praxéologique, au contraire, l'envisage comme la construction d'un monde commun par l'action réciproque qui rend possible l'espace public ».

nivellement symbolique qui opère sur « la politique » dans les médias télévisuels. Mais bien **d'attirer l'attention sur la complexité de l'analyse des formes de (re)présentation et de raisonnement de la politique dans les médias**, et de proposer des outils d'analyse, qui, en particulier échappent au piège de la « labellisation » des catégories pratiques de la politique télévisée. Afin de ne pas faire de ces catégories pratiques des catégories d'analyse, mais des marqueurs – à analyser - de ces jeux linguistiques et rhétoriques, auxquels se livrent les acteurs de la politique télévisée.

Si l'on veut juger de la nature du regard que les médias télévisuels ont porté sur la réalité sociopolitique⁴¹⁰, cette fois-ci, dans **une perspective rhétorique** qui s'interroge non plus spécifiquement sur la qualité (« politique ») des catégories de pensées mobilisées, mais davantage sur la **finalité persuasive** des messages et les significations qui sont engendrés à la télévision, il convient également de procéder à des distinctions au sein de rhétoriques politiques globalement appréhendées comme non-politiques.

Pour faire passer des messages politiques, des rhétoriques (*politisantes*) se sont appuyées sur le lien logico-cognitif (partisan/normatif) qui est au cœur du point de vue politique, alors que d'autres (*apolitiques*), ont engendré des significations politiques, en se reposant sur des procédés de dichotomisation de ce lien. Une troisième catégorie compose en réalité ce triptyque analytique des rhétoriques de la politique télévisée. Il s'agit des **rhétoriques concernantes**. Faut-il les considérer comme des rhétoriques politiques ?

Je les considérerai comme des rhétoriques politiques au « motif »⁴¹¹ *concernant*, (comme il y a des rhétoriques au motif *politisant*), car elles procèdent par des « inversions de présentation »⁴¹² de la « politique ». Puisqu'en « disant la politique », les professionnels de la représentation « ne disent plus qu'elle concerne les gens », ils « ont dit ce qui concerne les gens », afin de « dire la politique ».

Ces « inversions de présentation » ou de (re)présentation qui, en fonction **des formes de (re)présentation / raisonnement** de la politique adoptées, font que des sujets dits

⁴¹⁰ Et afin toujours, de répondre à cette question du « sens commun », antienne de la décennie écoulée : « fait-on encore de la politique à la télévision ? ».

⁴¹¹ Sur l'usage de ce vocable dans l'étude des rhétoriques politiques : Maurice CHARLAND, « Le langage politique », in *La communication politique. Etat des savoirs, enjeux et perspectives*, s. dir. Anne-Marie GINGRAS, Presses Universitaires du Québec, 2003.

⁴¹² Conformément à des analyses, « cognitives » et « argumentativistes », cf. BOUVIER, (1997), « Argumentation et cognition en sociologie morale et juridique. Un exemple : les procédures de catégorisation dans les processus de légitimation du prêt à intérêt », in *Cognition et sciences sociales. La dimension cognitive de l'analyse sociologique*, s. dir. Raymond BOUDON, Alban BOUVIER & François CHAZEL, 1997, PUF.

« *concernants* »⁴¹³ peuvent, selon les éditions des journaux télévisés (les visions du monde social qu'ils offrent), donner lieu soit à une « *information concernante* » caractéristique « d'une politique de l'apolitique », soit à une « information politique », on les retrouve donc, au niveau des rhétoriques « politiques » en circulation dans l'espace public. Des rhétoriques qui ont été abordées dans ce travail comme des rhétoriques de la politique télévisée, à travers l'examen du cadrage des professionnels de la télévision, au niveau d'un format télévisuel ou bien de la « stratégie de cadrage » des chaînes, et en liaison avec les stratégies de communication des autres acteurs de la politique télévisée, les professionnels de la politique.

Pour juger en définitive de la qualité « politique » du regard que les médias télévisuels ont porté sur le monde social, il est donc nécessaire **de mobiliser une approche** qui rende compte des formes de représentation et de raisonnement sur la politique à la télévision. Une approche qui, également, sollicite le terrain des jeux sémantiques et cognitifs sur la catégorie constituée de l'information politique, de manière à ne **pas réduire l'analyse de l'information politique, à celle de ses formes instituées.**

Afin, in fine, de distinguer l'arbre, que j'ai qualifié de « dépolitisé », de la forêt d'une télévision de « l'apolitique » qu'il pourrait bien cacher ? Pour sa part, cette télévision « apolitique » ne confère pas à la politique ses propres autonomies symbolico-cognitives, en « double cadrant » l'articulation partisane et normative qui est caractéristique du point de vue politique. **On insistera, au final, sur la dualité du réaménagement symbolico-cognitif de la politique à la télévision, qui distingue une politique télévisée dépolitisée, d'une politique télévisée apolitique.**

Cette approche est celle de la catégorisation médiatique de la politique, à la télévision pour le terrain étudié dans ce travail de recherche.

En quoi est-elle utile pour aborder la question du traitement télévisuel de la politique en terme de formes de (re)présentation de la politique (contenu et présentation de la « politique »), mais également au niveau des formes de raisonnement que sollicitent la « politique télévisée » ?

Conformément aux analyses en terme de « cadrage dépolitisé » de la politique à la télévision, la politique est catégorisée comme un « jeu » par les médias télévisuels, en raison d'une « acrobatie linguistique » sur la « politique », qui conduit les médias télévisuels, à

⁴¹³ Mais que l'on retrouve sous le vocable de sujets de proximité, concrets...

distinguer la politique politicienne (celle des « jeux »), du politique au sens noble (celui des enjeux »)⁴¹⁴. S'il est utile d'observer le contenu d'une telle « catégorisation » de la politique, il est également nécessaire d'en étudier les formes, ainsi que la structure, en examinant les formes de raisonnements sollicités par les médias télévisuels pour opérer ou non l'articulation partisane et normative de la catégorie politique, ce que l'on nommera son « cadrage ».

Car le « cadrage dépolitisé » de la politique à la télévision ne rendant pas compte du fait que la politique est une catégorie d'entendement centrale du monde dont la télévision à vocation à rendre compte, nombreux ont été les jeux sémantiques et cognitifs sur la catégorie constituée de « l'information politique », opérés par les médias télévisuels. Les professionnels de la représentation ont pratiqué ces jeux rhétoriques de la politique télévisée, afin de répondre dans leur stratégie de cadrage et de communication, à une « centralité » politique qui paraît atteinte dans un « âge anti-politique », caractérisé par ses perceptions négatives et restrictives de la politique. Cette réponse peut les conduire à double-cadrer (dichotomisation de *la* et *le* politique), ou à inverser la (re)présentation, pour préserver l'articulation.

Les types de jeux sémantiques et cognitifs sur la catégorie constituée de
« l'information politique »,

Qui se définit par son articulation entre des offres et des enjeux politiques.

DOUBLE CADRAGE

Non articulation

(Articulation partisane et normative rendue conflictuelle)

&

Réduction

(Des offres politiques à du *jeu* / des enjeux politiques à du *concernant*)

INVERSION DE (RE)PRESENTATION

Articulation

« Dire ce qui concerne les gens, pour dire la politique » (*concernant*)

(Plutôt que)

« En disant la politique, on dit qu'elle concerne les gens » (*politisant*)

⁴¹⁴ Au terme d'une double opération de distinction et de réduction (Cf. « le double cadrage »). Ceci afin de « dissimuler la violence de la transgression » qui les conduit à être des acteurs de la « politisation » des messages engendrés à la télévision (J. LAGROYE, op. Cit.) ? Cf. supra.

Afin de mettre en valeur ce que sont les jeux sémantiques et cognitifs qu'opèrent les médias télévisuels sur des formes instituées de l'information politique, et pour cette étude de la contribution des médias télévisuels à une « politique télévisée dépolitisée », j'utilise les notions de « cadrage politique » – en particulier parce qu'elle permet d'opérer au niveau de l'étude des formes de raisonnement-, et celle d'information politique.

J'ai ainsi montré que, parce que certaines formes de (re)présentation de la politique dans des catégories pratiques de « l'information politique » (la page politique d'un journal télévisé ou des magazines politiques) permettent difficilement de traiter des enjeux politiques, d'autres formes de (re)présentation de la politique (sujets dits « concrets » ou « illustratifs » des éditions d'information, traitement de la demande politique dans un format politique) vont être utilisées afin d'assurer un « cadrage politique ». Car on a bien mesuré quelles étaient les difficultés pour « l'information politique » en tant que catégorie instituée de la pratique télévisuelle, à faire cette articulation entre des enjeux et des offres politiques qui assurent ce cadrage politique. D'où là encore, des jeux sémantiques et cognitifs sur la catégorie de l'information politique, qui consistent à ne pas employer un étiquetage « politique », afin d'éviter un procédé de disqualification de la politique (classer dans une catégorie pratique « politique », sans répondre au point de vue, à la catégorie intellectuelle, qui préside *ordinairement* au classement dans la catégorie). Ces procédés de disqualification de la politique à l'œuvre à la télévision, sont liés à des cadres sociologiques et historiques plus larges, qui relève du triptyque analytique langage/discours – idéologie - rhétorique politiques, dont l'analyse permet d'expliquer la difficulté du journalisme politique à véhiculer un « discours politique », à partir du recueil et du commentaire de la parole politique (chapitre 2).

Je montrerai que le « cadrage » est une activité de catégorisation car il s'agit d'opérer un classement dans une catégorie, celle de l'information politique. Mais il faut savoir si l'on considère cette catégorie comme instituée ou constituée.

Dans le premier cas, c'est la disqualification politique qui opère via la catégorisation dans la catégorie « instituée » de l'information politique, car les formats politiques ne respectent pas le point de vue politique. Si en revanche, l'on considère cette catégorie de l'information politique comme une catégorie constituée, qui se définit par l'articulation qu'elle réalise entre les dimensions normatives et partisans de la catégorie d'entendement politique - le cadrage politique-, c'est non seulement à une étude du contenu de la catégorisation (la politique comme un jeu) qu'il doit être procédé, mais

également à un examen des formes de raisonnement qu'elle mobilise, partant des « effets de cadrage »⁴¹⁵ qu'elle opère.

Se pose alors la question du **statut de « l'information politique »** dans un âge « anti-politique ». Car ce qui semble aujourd'hui s'imposer comme principal type de jeu sémantique et cognitif sur la catégorie constituée de l'information politique, c'est bien celui que la généralisation du « double cadrage » de la politique à la télévision opère, à travers une double opération de réduction (des enjeux politiques en « *concernant* » et des offres politiques en jeux politiques) et de non-articulation (des enjeux avec les offres politiques). Ce double cadrage de la politique qui à la fin des années 1990⁴¹⁶, était visible dans les formats politiques au niveau sémantique, opère aujourd'hui au niveau de repères cognitifs que sont des types de formats, de sujets, de séquences, c'est-à-dire en tant que « catégorie référentielle »⁴¹⁷, qui catégorisent au sein de la programmation d'une chaîne, comme d'un programme télévisuel d'information « politique » ou non.

Les formes de double cadrage à la télévision ont *toujours* existé, puisque *par définition*, elles font partie de toute forme de (re)présentation de la politique. Mais le génie des époques « politiques » (non marquées par des conceptions restrictives et négatives de la politique) et « idéologiques » (disposant de systèmes de représentation orientés vers des notions politiques), c'est la mise en veilleuse de cette dissonance, en raison des nombreux points d'appui symbolique et cognitif qui permettent de faire le lien entre *la* et *le* politique. Aujourd'hui, c'est précisément parce que les rhétoriques politiques n'en disposent pas, que les acteurs de la (re)présentation politique s'agitent dans tous les « sens »⁴¹⁸ pour en trouver ; ce qui rendra délicate, comme on le verra, l'appréciation, non pas de la visibilité mais de la centralité de la politique à la télévision.

Aussi, ne faut-il pas considérer les rhétoriques concernantes (« pour dire ce qu'est la politique, il faut dire qu'elle concerne les gens »), comme des rhétoriques politiques, même si elles se différencient des rhétoriques politisantes (« en disant la politique, on dit qu'elle concerne les gens »), par les formes de (re)présentation de la politique, en l'occurrence télévisuelles, que ces rhétoriques sollicitent ? Car en inversant la « (re)présentation », elles

⁴¹⁵ Cf. plus loin la définition par Jacques GERSTLE.

⁴¹⁶ Cf. le chapitre 2 et l'analyse de l'évolution de la formule de la « dilution », inscrite à la télévision à des époques bien antérieures. Que l'on pense par exemple, à ce célèbre extrait de l'émission politique « *Cartes sur table* », dans lequel Georges Marchais reproche à ses interviewers, Jean-Pierre Elkabach et Alain Duhamel : « cela fait 40 minutes que l'on parle de politique, je voudrais maintenant parler d'économie ».

⁴¹⁷ Ou conceptuelle à différencier des catégories linguistiques, Cf. supra G. KLEIBER.

⁴¹⁸ « Donner du sens », leitmotiv de la rentrée télévisuelle de 1997 de *TF1*.

permettent de rendre compte du monde social de manière à ce que les professionnels de la (re)présentation « fassent de la politique à la télévision ». Sinon, et pour en revenir plus spécifiquement aux professionnels de la télévision, ces derniers seront conduits à « double cadrer » (à rendre conflictuel le double cadrage), pour répondre à la centralité de la catégorie de pensée, du point de vue politique. Et l'on évitera alors difficilement l'écueil d'une *information concernante* qui fait passer des messages politiques en dehors de tout cadrage politique.

Finalement la contribution des médias télévisuels à la politique dépolitisée, peut être jugée à leur volonté de faire (ou non) « l'articulation », même « quand il n'y en a pas », en fait quand celle-ci est difficile à lire et à dire⁴¹⁹ !

Je procéderai dans ce chapitre 3, en consacrant un premier paragraphe au « cadrage dépolitisé de la politique à la télévision » (§1. Le « cadrage dépolitisé » de la politique à la télévision : changement de « regard » sur la politique et « centralité » de la politique à la télévision), qui développe la réflexion sur la catégorisation de la politique comme un jeu, et, permet d'envisager la nature de la contribution des médias télévisuels à la « dépolitisation » de l'espace public (A).

Comme je l'ai souligné, le « cadrage dépolitisé » ne saurait pourtant rendre compte de l'intégralité des jeux sémantiques et cognitifs sur la catégorie de l'information politique. Pour la bonne raison que, la politique étant une catégorie d'entendement centrale du monde dont les médias télévisuels ont vocation à rendre compte, elle constitue un rendez-vous obligé des médias télévisuels généralistes, et que cette « obligation » n'a pas conduit uniquement les professionnels de la télévision à épouser des formes télévisuelles « d'apolitisme ». Ce qui nécessite une démarche qui conduise à observer les formes de (re)présentation de la politique à la télévision, non plus seulement dans leur « contenu » (de la catégorisation politique comme un « jeu »), mais également en étant attentif aux formes de raisonnement sollicitées par la politique télévisée qu'autorise le recours à la notion de « cadrage ». Mais il faut alors souligner les difficultés à étudier les formes actuelles de (re)présentation de la politique, que cela soit au niveau de l'analyse des catégories pratiques (formats institués), qu'à celui des catégories intellectuelles (schèmes de perception et cadres d'interprétation), et surtout aux

⁴¹⁹ Mais on touche ici très probablement aux limites d'une analyse spécifiquement orientée vers la dimension symbolico-cognitive des recompositions de la politique télévisée. Car cette « lisibilité » et ce « discours », font l'objet de lutte entre des intérêts sociaux irréconciliables (professionnels, catégoriels...), tant des visions du monde social peuvent être diffusées par des grilles de lecture de ce monde social qui précisément, ne prétendent pas s'appuyer sur des « catégories » du discours, de la rhétorique et de l'idéologie qui sont « politiques ». Cf. supra.

relations qu'entretiennent, ces « cadres » de la pratique et ces « cadres » de la pensée, dès qu'il s'agira d'aborder la question de la politisation des messages engendrés à la télévision (B).

Puis, dans un deuxième temps, je porterai la réflexion sur les « jeux rhétoriques » de la politique télévisée pratiqués aujourd'hui, par les professionnels de la représentation (§2. Les « jeux rhétoriques » de la politique télévisée : la catégorisation télévisuelle de la politique) ; et plus particulièrement sur les jeux sémantiques et cognitifs que les médias télévisuels opèrent sur la catégorie constituée de l'information politique, en insistant sur les jeux d'inversion de présentation et de double cadrage de l'articulation conceptuelle de cette catégorie constituée et instituée. Cette réflexion permettra alors de définir l'étude du **cadrage** de la politique à la télévision comme celle des formes télévisuelles de (re)présentation et de raisonnement sur la politique. Cette définition autorise de mesurer la contribution des médias télévisuels aux « effets de cadrage », qui pèsent sur la définition des situations politiques (A).

Il sera alors temps, au total, de proposer une conception de l'information politique (B).

En analysant les jeux sémantiques et cognitifs des médias télévisuels sur la catégorie constituée de l'information politique, on peut juger des activités de catégorisation des médias télévisuels, qui classent dans des formats institués dits politiques de cette catégorie, qui doit être alors également étudiée en tant que catégorie instituée, sans être confondue avec la catégorie de « l'information politique » comme catégorie constituée. On dira que les médias télévisuels disposent d'un pouvoir de catégorisation. Car l'information politique dans cette visée praxéologique, fonctionne en tant que **dispositif de catégorisation** : elle classe dans des formats institués de la politique télévisée. En même temps cette catégorie de l'information politique est **constituée**. Ce qui justifie de l'analyser également dans une perspective épistémologique, c'est la nécessité de prendre en compte les « cadres de pensée » qui opèrent sur les procédés de disqualification de la politique, quand les professionnels de la politique classent dans des formats politiques qui pourtant ne répondent pas au point de vue politique.

L'information politique, dans ce double sens, est une « catégorie basique »⁴²⁰. Dont l'étude doit solliciter une approche qui considère les formes de raisonnement qui opèrent sur l'articulation normative et partisane de la politique (les jeux d'inversion de présentation et de double cadrage à l'oeuvre dans la politique télévisée), et pas uniquement le contenu et les formes de (re)présentation de cette catégorie.

⁴²⁰ Elle permet des raccourcis cognitifs selon un principe d'économie cognitive qui maximise l'information. Voir plus loin. KLEIBER Georges, *La sémantique du prototype. Catégories et sens lexical*, PUF, 1990.

§1/ LE « CADRAGE DEPOLITISE » DE LA POLITIQUE TELEVISEE : changement de « regard » sur la politique et « centralité » de la politique à la télévision

Quel rôle les médias télévisuels jouent-ils dans le changement de « regard » qui est porté sur la politique à la télévision ? Quelle est leur contribution à la diffusion d'un regard « dépolitisé » ?

Les médias télévisuels offrent un « nouveau » regard sur la politique, plus exactement ils intègrent ainsi un changement de regard sur la politique, en participant à **la catégorisation de la politique comme un « jeu » à la télévision (A)**. Pour aller vers une meilleure compréhension de la contribution des médias télévisuels à la diffusion d'un regard « dépolitisé », il faut en effet comprendre comment ils opèrent afin d'intégrer les perceptions restrictives et négatives de la politique en circulation dans l'espace public. Autrement dit, comment ils fournissent un « cadre moral »⁴²¹ à la politique.

Notre intérêt ira à l'étude de la « catégorisation » de la politique comme un « jeu » à la télévision. Ceci notamment afin d'entendre « la voix » des médias télévisuels dans la construction collective de la « politique télévisée dépolitisée ». Il s'agit de montrer comment les médias télévisuels, à l'instar des autres acteurs de cette « politique télévisée », raisonnent dans une « structure de monde clos », et selon « un principe de catégorisation extrêmement limité »⁴²², qui conduit à ce que la politique soit dépeinte à la télévision comme un jeu.

Il faudra cependant également comprendre comment les professionnels de la télévision parviennent à s'adresser à un auditoire, en abordant des questions « politiques ».

Car si cette nouvelle catégorisation de la politique comme un « jeu » est efficace en ce qu'elle a permis de structurer les nouvelles et l'information politique autour du « cadre du jeu », elle n'a pas permis ou difficilement, aux médias télévisuels de traiter des « enjeux politiques » ; dit d'une autre façon, de faire de la « politique télévisée », autrement qu'en sollicitant des cadres d'interprétation ou des sens restrictifs et négatifs de la politique. Car regarder la politique comme un « jeu », c'est à un moment ou à un autre, se heurter à la centralité de la politique, de son point de vue.

C'est pourquoi, si les médias télévisuels construisent la politique comme un « jeu », cette activité ne peut résumer ce qu'est leur participation au regard que la télévision porte sur

⁴²¹ BOUVIER, (1997), op. Cit.

⁴²² Idem.

la politique. Ce serait ne prendre en compte dans l'analyse, qu'une partie des jeux sémantiques et cognitifs sur la catégorie constituée de l'information politique, auxquels procèdent actuellement les médias télévisuels.

Le regard « dépolitisé » peinant à rendre compte de la réalité sociopolitique, il faudra en effet aux médias télévisuels, d'autres formes de convocation, d'autres formats pour « faire de la politique » à la télévision. La politique est une catégorie centrale du monde dont la télévision a vocation à rendre compte ; à ce titre, elle est un rendez-vous obligé des médias télévisuels. Qu'*ils* veuillent la chasser par la porte, elle reviendra par la fenêtre. La question sera précisément de savoir dans quel « état » « *elle* reviendra », c'est-à-dire si ces formes de (re)présentation et de raisonnement sur la politique adoptées (le « cadrage »), sauvegarderont l'articulation conceptuelle caractéristique de la politique (§2).

Avant d'avancer des éléments d'analyse sur ce sujet, il faudra auparavant, se pencher sur la difficulté à étudier aujourd'hui, ces formes de (re)présentation et de raisonnement, via un examen des jeux sémantiques et cognitifs sur la catégorie constituée de l'information politique. Des jeux qui sont opérés en raison d'un « âge anti-politique », caractérisé par des perceptions restrictives et négatives de la politique. Ces perceptions, dès qu'il s'agira pour les professionnels de la représentation de faire passer des messages politiques ne sauraient toutefois évacuer la centralité de la catégorie d'entendement politique. Mais cette centralité les conduira à développer des rhétoriques politiques (*politisantes* ou *concernantes*), ou bien apolitiques.

J'aborderai donc après la question du changement de regard sur la politique, celle de l'appréciation de la **visibilité et de la « centralité » de la politique à la télévision**, une appréhension essentielle pour envisager les débats se rapportant à la « politisation » des messages engendrés à la télévision (B).

A. La catégorisation de la politique comme un « jeu » à la télévision : la contribution des médias télévisuels au regard dépolitisé sur la politique

La question relative à la portée et à la nature de la contribution des médias télévisuels à la diffusion de « perceptions négatives et restrictives » de la politique est aujourd'hui très discutée par les politistes⁴²³.

⁴²³ GAXIE, (2003).

Afin de prendre la mesure de cette contribution des médias télévisuels **au changement de regard** sur la politique, il est nécessaire avant toute autre chose, de se demander **en quoi les médias télévisuels participent du regard qui est porté sur la politique à la télévision ?**

Les médias télévisuels participent au changement de regard sur la politique à la télévision en participant à la construction des « cadres médiatiques » de la politique télévisée (2).

A ce stade de la réflexion, on a établi que quand il est dit que les médias télévisuels **portent un regard** sur la politique, cela signifie qu'en s'appuyant sur un type de ressources symbolique et cognitive particulières que sont les « informations », ils fournissent à la fois des **schèmes de perception** et des **cadres d'interprétation de la politique**, c'est-à-dire que non seulement ils offrent des outils de lecture de la réalité sociopolitique, mais qu'également, ce faisant, ils engendrent des significations politiques et font passer des messages politiques.

La façon la plus répandue dans toute une partie de la littérature académique portant sur ce sujet, de présenter de manière synthétique cette alternative, consiste à dire que si les médias télévisuels participent du regard porté à la télévision sur la politique, c'est, parce qu'en prenant part à la « construction de la réalité politique »⁴²⁴, plus exactement des « **cadres médiatiques de sa formation** »⁴²⁵, ils participent à l'élaboration collective de ce *nouveau* regard. Parce qu'ils appartiennent, ainsi que les professionnels de la politique, à ces acteurs et institutions qui ont intérêt à la définition du regard qui est porté sur la politique à la télévision, les médias télévisuels **participent à la construction** des « cadres médiatiques » de la formation de la réalité politique.

1. La définition des « cadres médiatiques » de la politique à la télévision : cadres de pensée et cadres d'interprétation de la politique

Que ces cadres médiatiques soient appréhendés comme des « codages historiquement constitués et actualisés *par et pour* (une) pratique »⁴²⁶ de la politique télévisée, a pour mérite

⁴²⁴ GERSTLE, (1992 & 2004), pour une présentation des paradigmes de la communication politique.

⁴²⁵ DARRAS, (1998).

⁴²⁶ Idem.

de synthétiser dans une formule, le très vaste programme qui s'ouvre pour une étude des « media frame »⁴²⁷, on pourrait dire, à différents niveaux de construction de l'objectivité.

S'agissant d'abord de ces « codages », qu'ils soient « historiquement constitués » laisse clairement entendre semble-t-il, qu'il s'agit en l'espèce de « cadres » qui, soit peuvent prendre un caractère institué⁴²⁸, soit plus fréquemment, s'apparenter à des « cadres intellectuels », qui cependant, institués ou « de pensée », s'offrent à une analyse « historicosociologique »⁴²⁹, dès lors qu'il s'agit de « cadres », qui ont une origine historique.

Que l'on reconnaisse à des cadres intellectuels particuliers, un caractère historique et social, ne justifie pas pourtant, que l'on ignore dans l'analyse, des « cadres de pensée » plus abstraits et généraux, qui en s'imposant aux individus, « contraignent leur représentation du monde, tout en les rendant possible »⁴³⁰; autrement dit, qui permettent à des cadres intellectuels manifestement historiquement situés, d'exercer leur rôle dans la construction de l'objectivité, du sens, de la réalité.

Ce qui en conséquence, signifie qu'une partie du programme de recherche sur ces « codages », revient à se demander en quoi, les « cadres médiatiques » sont marqués par l'ensemble des significations de l'ordre politique, à savoir non seulement par une « configuration du champ politique »⁴³¹ (des rapports du champ politique au champ médiatique en particulier) comme il est légitime de l'entendre généralement, mais également, par les « pesanteurs idéelles » de « cadres », entendus comme des catégories de pensée (d'entendement), qui s'exercent sur les représentations de la politique télévisée; la télévision devant à ce titre, être perçue comme un instrument et un repère de « la normativité politique ». On pense bien entendu ici à la « catégorie d'entendement » politique.

S'agissant maintenant de « l'actualisation » de ces « cadres médiatiques » *par et pour* la pratique de la politique télévisée, on a dit qu'ils sont actualisés de manière stratégique dans la pratique par des acteurs et institutions qui y ont intérêt, notamment parce qu'ils cherchent à peser sur la définition des situations politique, à engendrer des significations politiques. Cette

⁴²⁷ Pour une présentation synthétique du « *framing* » comme une notion renvoyant à des concepts variables de « catégorisation cognitive » dans le monde académique anglo-saxon : SCHEFEULE, (1999), « Framing as a theory of media », *Journal of communication*, winter.

⁴²⁸ Ces cadres peuvent éventuellement revêtir un caractère institué, pour peu qu'on les considère comme des « formats » médiatiques.

⁴²⁹ BOUVIER, op. Cit.

⁴³⁰ Idem.

⁴³¹ DARRAS, op. Cit.

pratique est affectée par les transformations sociales, qui touchent les facteurs organisationnels et structurels du système médiatique, essentiellement pour ce qui concerne les professionnels des médias télévisuels, « les positions et les trajectoires des producteurs inégalement dotés »⁴³² de la politique télévisée, que sont les journalistes (politiques), les « animateurs » en particulier.

Si ces cadres médiatiques sont des « codages » historiquement constitués et présentent donc une nature « historico sociologique », dans une perspective de sociologie politique, il ne faut donc pas négliger des « **cadres de pensée** » plus généraux et abstraits que sont les schèmes de perceptions ou les points de vue politiques qui relèvent de la **catégorie d'entendement politique**. En effet même si l'on ne souhaitait pas en passer par cette visée épistémologique, privilégier l'étude de « l'actualisation de ces *cadres* médiatiques, par et pour une pratique du journalisme » (et en conséquence, l'analyse de formats médiatiques institués), ne permettrait pas de comprendre -comme en a fait largement l'expérience à travers l'analyse du corpus de programmes télévisés mobilisés- les procédés de disqualification de la politique à l'œuvre à la télévision.

Mais, il est vrai, ces « cadres médiatiques » sont plutôt perçus dans les analyses de la communication politique, comme des **cadres interprétatifs, de nature symbolico-cognitive et axiologique**, des **cadres d'interprétation**. Des analyses qui sollicitent à cette fin, comme on va le voir, les options « interactionnistes » et « argumentativiste »⁴³³ afin d'étudier comment ces cadres se construisent dans la « dialectique argumentative » de la politique télévisée.

Quoi qu'il en soit, qu'on les considère plutôt comme des « cadres d'interprétation » ou bien plutôt comme des « cadres de pensée », les médias télévisuels ne sont pas autonomes dans la construction de ces cadres médiatiques de formation de la réalité politique, c'est-à-dire la dans participation des médias télévisuels au regard qui est porté sur la politique.

D'abord parce que le regard que ces cadres d'interprétation permettent de porter sur la politique s'apparente à un « **effet de composition symbolique** », résultat des interactions du monde politico-médiatique. Il est « le résultat de configurations particulières, ni voulues, ni

⁴³² Idem.

⁴³³ BOUVIER, op. Cit.

prévues»⁴³⁴, que nul (y compris donc les médias) ne peut prétendre contrôler, la politique médiatisée étant le « produit de prises de parole multiples et multiformes ».

Ensuite parce que les « cadres de pensée » que sollicite la politique télévisée, sont déterminés par « **l'ordre politique** ».

Dans cette perspective, l'étude des cadres médiatiques doit par conséquent, s'inscrire dans celle de « cadres » ou de « catégories » sociologiques et historiques plus larges (les idéologies, le discours, les rhétoriques politiques), qui seuls permettent de prendre la mesure de la contribution des médias, à un changement du regard sur la politique, tel qu'il est mis en œuvre à la télévision. Qu'il y ait un processus de généralisation de l'usage de formats « non-politiques » pour aborder des questions politiques traduit l'état du débat « politique » et « idéologique », dans la mesure où les discours politiques mais aussi ceux d'information (politique) peinent à user de catégories politiques ou idéologiques⁴³⁵, pour articuler des visions du monde social à des projets partisans. Pour faire vite, si en mettant face à face deux adversaires politiques, les professionnels de la télévision, à travers la restitution et le traitement journalistique de leurs discours politiques, parvenaient à articuler des « enjeux politiques » aux positions politiques défendues par les représentants politiques invités, ces programmes ne manqueraient pas en effet d'être étiquetées comme « politiques », conformément à des formes télévisuelles instituées bien connues de (re)présentation de la politique.

On mesure ainsi qu'étudier le « regard dépolitisé » que portent les médias télévisuels sur la politique, c'est analyser non seulement comment, à la télévision, les médias télévisuels fournissent des grilles de lecture de la politique, mais également comment ils construisent la réalité politique, en participant à la construction collective des « cadres médiatiques » de la politique télévisée⁴³⁶. C'est dans cette dernière direction que l'on va débiter l'examen de la participation des médias télévisuels au changement de regard sur la politique.

2. La participation des médias télévisuels au changement de regard sur la politique : la construction collective des « cadres médiatiques » de la politique télévisée

Se demander comment les médias télévisuels intègrent et participent à un changement de regard porté sur la politique, c'est en effet s'interroger sur leur contribution à l'élaboration

⁴³⁴ GERSTLE, (1992).

⁴³⁵ Pour une distinction entre ces notions de catégories idéologiques et politiques, voir plus loin.

⁴³⁶ Double dimension de l'analyse du « cadrage politique », cf. supra.

d'un nouveau « cadre de pensée » sur la politique. Dans la perspective ici adoptée, il s'agit alors d'étudier comment « une catégorisation des activités sociales devient collective », en passant par « l'adhésion à un nouveau cadre moral », « une nouvelle façon de voir les choses »⁴³⁷.

Il ne s'agit pas ici de s'interroger naturellement sur les différentes explications à ce changement historiquement et sociologiquement significatif de cadre de pensée, mais sur ses conséquences sur le travail des médias télévisuels, et sur la contribution de ceux-ci à l'entretien de ces « cadres ». L'étude du rôle des médias télévisuels dans cette construction collective amène en effet à reconnaître « l'aspect pluriel et interactif de la construction des catégories », dans la mesure où ce changement de cadre de pensée sur la politique correspond à un changement de « catégorie » ; voire son caractère « conflictuel ou dissonant », même si les médias télévisuels sont analysés dans une situation d'hétéronomie à l'égard des cadres de pensée qu'ils fournissent au public. Les médias télévisuels ne sauraient pas, à eux seuls, faire surgir un *nouveau* cadre de pensée⁴³⁸.

⁴³⁷ BOUVIER, op. Cit. *Cognition et sciences sociales*, PUF, 1997.

⁴³⁸ Ces cadres sont donc appréhendés comme des cadres « symbolico-cognitifs ». Ce qui est caractéristique dans leur étude, c'est que ces cadres ne sont pas considérés comme « des entités figées, planant au-dessus des individus », mais comme faisant l'objet d'appropriations et de réappropriations de la part des acteurs ». Leur analyse privilégie donc le niveau de l'intersubjectivité, les processus d'appropriation des cadres et les « ajustements cognitifs » se déroulant sur fond d'interaction. Cette étude s'appuie sur une conception du « **discours public** » (et singulièrement du « discours de la télévision ») qui considère les discours comme « des lieux d'accent et d'ouverture », d'où s'annonce le jeu plus ou moins certain « des renvois symboliques ». L'activité des professionnels de la re(présentation) est alors en grande partie une activité de « désignation », c'est-à-dire que les acteurs s'emploient à utiliser, de manière stratégique, « des formations discursives », afin que celles-ci « exercent leur médiation propre et renforcent éventuellement des chaînes signifiantes » plus ou moins constituées.

Cela ne signifie pas que les discours publics doivent être seulement analysés dans leur dimension **cognitive**. Il est certes nécessaire de toujours prendre en compte ce qui entre de cognitif dans l'argumentation pratique elle-même, c'est-à-dire d'étudier les cadres qu'imposent au réel les argumentations politiques ou télévisuelles. Mais les discours publics des professionnels de la politique et de la télévision sont de type **axiologique** et en tant que tels possèdent une dimension morale. Dans les argumentations politiques, le contenu notionnel est dans une argumentation pratique, toujours modalisé « déontiquement », c'est-à-dire que par exemple, si un homme politique parle de la nation, ce n'est pas seulement pour préciser sa nature, mais aussi pour dire si l'on doit la préserver ou la dépasser.

Pour un exposé de cette visée praxéologique, QUERE, « L'opinion : l'économie du vraisemblable : introduction à une approche praxéologique de l'opinion publique, in *Sociologie de la communication*, (s. dir. Beaud, Flichy, Pasquier, Quéré), CNET 1997. « L'idée même d'expression suppose l'existence d'un milieu de communication dans lequel les agents se rendent mutuellement manifestes leurs intentions, dispositions, motivations et sentiments ». « La publicisation des actions et des expressions est le processus par lequel les actions et les paroles accèdent à leur être véritable, se donne du propos, du sens, de l'intention qui les individuent, du moins s'il est vrai que l'expression publique n'est pas la simple reproduction d'une réalité déjà entièrement déterminée, mais qu'elle est le processus par lequel cette réalité s'actualise et acquiert ses traits identifiants ».

En revanche, l'étude de « la dialectique argumentative » de la politique télévisée permet d'entendre la « voix » des médias télévisuels, et, comment celle-ci se mêle à celles des autres acteurs de la politique télévisée, au premier chef, les représentants politiques.

Pour mener l'étude des recompositions symbolico-cognitives de la politique dans les médias télévisuels, il est nécessaire de solliciter « la perspective interactionniste »⁴³⁹ car cette perspective « insiste sur la nature proprement sociale de la connaissance » et « se distingue par son intérêt pour le caractère collectif de la construction » des « cadres de pensée ».

⁴³⁹ L'analyse du « discours de la télévision » (Cf. Philippe Viallon, *Que sais-je ?*, PUF, 1995.) est aujourd'hui placée, « sous le signe de l'**interactionnisme** ». Cela signifie que la recherche a pour objectif de repérer dans les programmes télévisés, « des régimes de communication télévisuelle », c'est-à-dire des « sortes d'interaction dans la structure émetteur - récepteur », qui font l'objet de « pactes », de « contrats », et qui sont soumis à des « ajustements réciproques et permanents ». Ces « situations contractuelles » dépendent pour leur « signification » de ce qui caractérise « une situation », c'est-à-dire « d'une finalité, d'une visée énonciative, de l'identité des partenaires de l'échange, des dispositifs particuliers des programmes considérés comme des circonstances matérielles de l'échange ». Dans cette perspective, les études se consacrent à l'examen de l'utilisation stratégique « des normes de la communication : situationnelles, discursives, conversationnelles et argumentatives ». Sur ce sujet : Patrick Charaudeau (op. Cit.), Dominique Mainguenu, *Analyser les textes de communication*, Nathan Université, 2002, Guy Lochard & Jean-Claude Soulages, *La communication télévisuelle*, 1998, Armand Colin.

Pour « interpréter », il est nécessaire d'adopter une posture **pragmatique**, dans le sens où l'**interprétation** des discours télévisuels et politiques se fait à partir de « critères économiques, sur la base desquels certaines suppositions sont plus intéressantes que d'autres », et en débattant des conditions qui permettent de formuler « des hypothèses interprétatives acceptables ». Prenant position contre certaines analyses « déconstructivistes » des textes littéraires, Umberto Eco (in *Les limites de l'interprétation*, Grasset et Fasquelles, 1992) insiste tout particulièrement sur l'une de ces conditions. Il s'agit en l'occurrence d'admettre que « les énoncés ont un sens littéral, celui que les dictionnaires enregistrent en premier, celui que l'homme de la rue citerait en premier, si on lui demandait le sens d'un mot donné ». Il poursuit : « aucune théorie de la réception ne peut faire l'économie de cette restriction préliminaire, tout acte de liberté du lecteur venant après et non avant ». Le sémioticien souhaite comprendre « l'animal texte » et non « l'animal homme ». Mais qu'est-ce qu'un texte pour le spécialiste du discours télévisuel ? C'est le « résultat d'un acte de langage produit par un sujet dans une situation d'échange social ». « Porteur de sens, le texte est le résultat d'une mise en scène signifiante qui inclut les effets de sens visés par l'instance médiatique et ceux, possibles, qui sont construits par la pluralité des lectures de réception, dans un rapport de co-intertextualité ».

Le sens qu'entend donner un politiste à sa recherche quand il la place dans le cadre d'une théorie interactionniste est sensiblement différent de celui que lui donne les spécialistes des sciences de l'information. Ainsi Jacques Gerstlé rappelle que « l'interaction symbolique est l'activité dans laquelle les êtres humains interprètent leurs comportements réciproques et agissent sur la base de significations conférées par cette interprétation ». L'aspect interactif qui caractérise la construction de la réalité politique à la télévision, est une autre dimension d'une approche interactionniste de la communication politique. Cet « aspect interactif produit la construction de la réalité politique, dont nul ne peut prétendre la contrôler puisqu'elle résulte des échanges de tous et s'apparente à un effet de composition symbolique ». De manière générale, l'approche interactionniste de la communication politique inspire donc l'étude des « cadres interprétatifs orientant les interprétations et les conduites ». Leur étude s'inscrit dans une perspective où le politique est envisagé « comme un univers de forces, mais aussi de signes, qui ont une efficacité sociale et pas seulement cognitive ou expressive, qui portent en eux des représentations du monde et de la réalité sociale, et qui sont donc soumis à **interprétation** ». Le terme d'interprétation désigne « le processus d'attribution du sens et son résultat ». Le processus de construction de la réalité politique est en effet riche de « mécanismes de signification et d'institutionnalisation du sens », qui grâce « à la diffusion de typifications, à la définition et à l'étiquetage de situations », orientent les schèmes de perception politique ».

Il s'agit ensuite pour le politiste de solliciter « l'option argumentativiste », en « tirant l'analyse cognitive vers l'analyse du discours et sa dimension pragmatique »: comment les médias raisonnent et construisent ces « cadres » pour un auditoire ?

Comment les différents acteurs de la politique télévisée cherchent à faire surgir de « nouveaux » cadres de pensée, afin d'imposer des définitions de la situation politique qui servent leur intérêt, en leur permettant de mobiliser des « cadres d'interprétation » de cette situation politique ? « L'intérêt d'une analyse **argumentative** est (en effet), de montrer comment « les acteurs raisonnent et construisent des catégories pour un auditoire. Mais au lieu d'envisager celui-ci simplement comme extérieur à l'argumentation proposée, de telle sorte qu'on aurait essentiellement des catégorisations différentes se faisant face et se modifiant les unes les autres progressivement, on peut montrer comment le discours argumenté efficace, anticipe toujours les objections possibles de l'autre et laisse ainsi exprimer la voie virtuelle du partenaire, de telle sorte que la construction des catégories est comme intrinsèquement collective ou sociale parce que les voix y sont toujours finalement entrelacées. Cela permet de juger comment des scénarios types les plus abstraits sont les mêmes de chaque côté du débat, des acteurs »⁴⁴⁰.

Ces perspectives interactionniste et argumentativiste, en plus d'un « intérêt descriptif certain », présentent alors l'avantage « d'insister sur la répartition de l'activité de catégorisation qui préside à la construction de ces cadres de pensée, de révéler « la nature de la construction sociale des cadres de perception », et d'autoriser alors un « débat sur le bien fondé de ces catégorisations » et argumentations⁴⁴¹.

Cette catégorisation qui constitue la contribution des médias télévisuels au regard dépolitisé sur la politique, c'est celle du « cadre du jeu », de la catégorisation de la politique comme un jeu à la télévision.

Pour offrir des outils de lecture, participer à ce nouveau regard, de cette nouvelle catégorisation de la politique à la télévision, les médias télévisuels vont s'appuyer sur des ressources symbolico-cognitives que sont les « informations », qui s'organisent dans des

⁴⁴⁰ BOUVIER, op. Cit.

⁴⁴¹ L'analyse de la dialectique argumentative permet ainsi de distinguer entre des types de catégorisations aux conséquences éthiques décisives. Elle permet également de comprendre comment les cadres ne sollicitent pas un principe moral « nouveau », mais qu'il est établi par l'argumentation, un lien déductif entre un principe accepté (dichotomisation de la et du politique), qui fait partie d'un stock (apolitisme), et sa conséquence pratique : « tous pourris ».

catégories instituées (des formats « d'information », des repères cognitifs) de la pratique médiatique. Il s'agit de mettre en valeur le fait que, « faire de la politique à la télévision » en faisant de « l'information politique », a conduit les médias télévisuels à traiter de la politique de manière cynique, au sens où les catégories instituées de cette « information politique » (formats politiques des chaînes, des journaux télévisés) ont conduit les acteurs de la politique télévisée à mobiliser le « game frame » ou le « strategic frame » qui consiste à présenter la vie politique comme un combat parmi les leaders politiques⁴⁴².

Le « cadre du jeu » est en effet amené plus ou moins à opérer selon les dispositifs télévisuels et plus largement comme je l'ai proposé selon les formes de (re)présentation de la politique qui sont retenues par les professionnels de la télévision pour aborder les sujets et les questions politiques. Or les formats institués de « l'information politique » ont largement sollicité les grilles de lecture et les cadres d'interprétation du « cadre du jeu ». A tel point que ce cadre a constitué « une structure de monde clos », dans laquelle les acteurs de la politique télévisée ont raisonné. Si l'analyse des interactions et des intertextualités de cette politique télévisée permet l'étude des « scénario-types » de la politique télévisée dite « dépolitisée », ainsi que celle de la construction de ses « séquences », l'examen des argumentaires des médias télévisuels et des acteurs politiques, montre combien la structure de ces argumentations échappe aux acteurs et à l'interaction : **quand « c'est politique », les acteurs de la politique télévisée sont contraints par les sens restrictifs et négatifs de la politique.**

Ce qui constitue **un effet de fermeture très puissant de l'espace public**, et ce que révèle l'examen du traitement télévisuel de la politique entrepris dans les deux premiers chapitres de ce travail de recherche.

Dès que les nouvelles, les informations télévisées (des journaux télévisés comme des magazines d'information) se rapportent à une actualité « politique », elles sont analysées d'un point de vue stratégique. Les professionnels de la télévision ne décrivent pas les attentes du public à l'égard d'un projet politique, mais à l'égard de leur perception des stratégies politiques. On a pu ainsi constater que dans les journaux télévisés « du soir », parce qu'une réforme gouvernementale est décrite comme en débat au Parlement, c'est un « game-oriented

⁴⁴² Afin d'offrir des « catégorisations utiles » pour analyser les contenus médiatiques, deux catégories analytiques ont été distingués (ainsi qu'une 3^{ème} « mixte ») : le cadre du jeu et de l'enjeu : le « cadre de l'enjeu » donne à voir la politique comme un espace d'enjeux, d'alternatives, de débats et des choix ; « le cadre du jeu » donne à voir la politique comme un jeu, un espace de rivalités personnelles, de compétitions et de stratégie ; cf. le codage repris par la littérature académique nord-américaine, de JAMIESON & CAPPELA, 1995, in *Spiral of Cynism*. Pour une mise au point sur ces formes de cadrage, cf. GERSTLE (2004).

reporting »⁴⁴³ qui sera mobilisé, alors que la même « actualité », dans un journal de la mi-journée donnera lieu à un « issue-based reporting », sous la forme d'une analyse des attentes du public à l'égard de la réforme ou encore de ses conséquences pour ce même public.

En montrant que c'est le conflit entre les élites politiques, qui le plus souvent structure, les « nouvelles » et « l'information politiques », et donc que le « cadre du jeu » est récurrent, il a ainsi été établi la tendance des médias à s'occuper des jeux politiques, des stratégies, à préférer un traitement cynique de la vie politique. Les études se sont à cette fin, basées sur l'examen des formats institués de « l'information politiques ». Or, comme on le montrera, les professionnels de la représentation disposent avec ces catégories instituées, de « dispositifs de catégorisation » extrêmement limités. Car ces catégories de la pratique ont été à l'origine de procédés de disqualification de la politique. De sorte que les professionnels de la télévision ne peuvent pas faire autrement, en quelque sorte, que de « faire de la politique sans le dire »⁴⁴⁴, s'ils veulent en faire. Pour aborder des « enjeux », il faut solliciter d'autres formats et dispositifs.

Mais, ce qui essentiel au-delà de cette couverture politicienne, de cette contribution des médias télévisuels à la politique télévisée dépolitisée, c'est qu'ils ont ainsi rendu cette course de chevaux inaccessible *au* politique, le cas échéant en faisant passer des messages politiques dans des catégories non-politiques, sans permettre l'articulation politique, ce qui pose alors la question d'une politique apolitique.

Car la politique est une catégorie d'entendement centrale du monde dont la télévision a à rendre compte, et pour régler symboliquement et cognitivement cette question de la centralité, tout en répondant aux conceptions restrictives et négatives de la politique en circulation dans l'espace public, la pratique médiatique a bien consisté à ne pas articuler (à double-cadrer). Cependant toutes les formes de (re)présentation et de raisonnement sur la politique n'ont pas évacué cette articulation ; il y a aussi des formes de cadrage « politique », qui préservent cette articulation, et qui s'inscrivent également en partie dans les jeux sémantiques et cognitifs opérés par les médias télévisuels sur la catégorie constituée de l'information politique.

⁴⁴³ Sur ce vocabulaire et une analyse de la diffusion du « cadre du jeu » au traitement de l'information politique en dehors des périodes électorales traditionnellement concernées par ce type de couverture journalistique : Regina G. LAWRENCE, « Game-Framing the Issues. Tracking the strategy frame in public policy news », *Political Communication*, n° 17, 2000.

⁴⁴⁴ Ce qui pose un problème, celui de « l'ajournalisme », cf. la conclusion.

C'est pourquoi il faut se donner une « méthode » pour les étudier dans un « âge antipolitique ».

B. Visibilité et « centralité » de la politique à la télévision : appréhender les dimensions symboliques et cognitives des formes télévisuelles de la politique dans un « âge antipolitique ».

Pourquoi traiter de la politique comme un « jeu » permet difficilement aux médias télévisuels de faire de la « politique télévisée », autrement qu'en sollicitant des « percepts » restrictifs et négatifs de la politique ? En raison de la centralité de la politique comme catégorie d'entendement, qui fait, que « faire passer des messages politiques » à la télévision, sans faire « d'information politique », revient à disqualifier la politique. On sait bien en effet, que si « ne plus faire de politique à la télévision » ne peut signifier que les médias télévisuels ne font pas passer des « messages politiques », cela peut signifier en revanche, qu'ils les font passer dans des catégories non-politiques, c'est-à-dire en dehors de la catégorie constituée de « l'information politique », telle qu'elle a été appréhendée dans ce travail.

Mais ce que l'on a également établi, c'est qu'aujourd'hui, dès que c'est « politique »⁴⁴⁵ à la télévision, ce sont des perceptions restrictives et négatives de la politique qui sont agitées par les médias télévisuels. Cela signifie que la politique étant un phénomène massif du social, - et, à ce titre, une catégorie incontournable de l'information et de « l'actualité » des médias télévisuels généralistes-, le point de vue politique (la catégorie d'entendement politique) triomphe, mais au détriment de *la* politique qui est alors disqualifiée : c'est, en quelque sorte, la victoire à la Pyrrhus du « point de vue politique ».

1. Quand les catégories instituées de « l'information politique » ne rendent pas compte de la diversité des formes de convocation de la politique à la télévision

On a dit que la centralité de la politique est mise à mal à la télévision en raison de la raréfaction des formats politiques et des repères cognitifs institués qui sont associés à la catégorie constituée de l'information politique. Egalement car les points de vue sollicités par

⁴⁴⁵ Voir plus loin pour une analyse de ce « politique », en fonction de la catégorisation médiatique dans des catégories linguistiques et référentielles/conceptuelles.

la politique télévisée ne sont pas « politiques », c'est-à-dire conforme à des schèmes de perception politiques⁴⁴⁶.

Le problème est pourtant bien de savoir comment on évalue cette centralité de la politique. On peut en effet la mesurer en la rapportant à l'exercice d'un « regard »⁴⁴⁷ politique dont on a dit qu'il peinerait à s'exercer sur la lecture de la réalité sociopolitique. Ou bien à l'exercice d'un cadre de pensée, général et abstrait⁴⁴⁸, qui opère parce qu'il est à l'origine de procédés de disqualification de la politique⁴⁴⁹.

L'appréciation de la centralité politique est donc fonction de la conception des « catégories » que l'on propose. Elle doit s'évaluer différemment selon qu'on identifie les catégories politiques, ces cadres intellectuels du politique, à des catégories d'entendement (des points de vue qui servent comme étalon) ou sociohistoriques (des formes de regard sur la politique qui se succèdent dans le temps), qui sont alors susceptibles ou non de reproduire l'articulation propre à la catégorie d'entendement politique, en mobilisant des rhétoriques politiques ou, à un autre niveau d'analyse, des « cadrages politiques ».

Précisément, je souhaite ici montrer que cela ne signifie pas qu'il faille en rester à cette dimension épistémologique du « cadrage », puisqu'il faudra précisément, dans une optique praxéologique, s'attarder sur les jeux de catégorisation que les médias télévisuels opèrent, afin de s'inscrire dans l'analyse des « mécanismes persuasifs de l'information » (politique). Afin d'appréhender la centralité symbolico-cognitive de la politique aujourd'hui, cela suppose de ne pas s'arrêter à l'étude de la catégorie de l'information politique comme catégorie instituée, mais comme catégorie constituée, qui peut « faire l'articulation », pour peu que l'on observe les formes de (re)présentation, et, de raisonnement, le « cadrage » politique.

Car dans ce sens, seule la non-conformité à la catégorie de pensée politique devrait dans l'analyse, servir de critère afin de juger de la dépolitisation à l'œuvre dans la politique télévisée. Et non pas les formes, notamment instituées, que peut prendre le regard politique, et

⁴⁴⁶ Cf. l'introduction.

⁴⁴⁷ La catégorie « politique » envisagée comme une catégorie sociohistorique, cf. § précédent.

⁴⁴⁸ La catégorie « politique » définie comme une catégorie d'entendement, cf. § précédent.

⁴⁴⁹ Les procédés de disqualification de la politique fonctionnent dès que sont classés dans des formats institués « politiques » de la pratique, des « objets » d'information qui ne relèvent pas de la catégorie d'entendement, du point de vue politique (voir plus loin l'analyse de la catégorisation médiatique). On a ainsi pu mesurer combien il était difficile pour les représentants politiques, en raison de ces procédés, de faire leur travail de rhétorique dans les formats politiques (chapitre 2).

qui se rapportent à des cadres historiques et sociologiques bien plus larges. Par exemple aux rhétoriques qui sont attachées à ce regard, saisies ici analytiquement, via le passage de rhétoriques « politisantes » (« en disant ce qu'est la politique, on dit qu'elle concerne les gens »), vers des rhétoriques concernantes (« pour dire ce qu'est la politique, il faut dire qu'elle concerne les gens »). Car l'expression de « politique dépolitisée » cache la dualité du regard non-politique (dépolitisé/apolitique). Un regard politique peut être « dépolitisé » par rapport à une situation historique et à une rhétorique particulière qui s'y rapportait, sans être apolitique.

Ce qui revient à dire qu'il est délicat de juger de la centralité de la politique à la télévision, sans d'une part, distinguer entre regard et point de vue politiques, et d'autre part, en mobilisant uniquement dans l'analyse, des formats institués que l'on identifie alors trop rapidement aux marqueurs d'une « centralité politique » (alors aujourd'hui disparue), pour peu que les formes de représentation de la politique qu'ils instituent, correspondent au standard d'un genre, d'un canon, d'un formatage qui traduisent habituellement, une autonomie symbolique et cognitive à la politique.

De façon plus générale, il est vrai que l'étude de la politique télévisée et/ou de la politique à la télévision, pose le problème de l'identification entre les formats de l'information politique et les points de vue politiques que ceux-ci sont censés véhiculer. Une difficulté finalement, que les jeux sémantiques et cognitifs sur la catégorie constituée de l'information politique dans les médias télévisuels, ne font que souligner. Il ne faut pas identifier formats institués et point de vue politiques : ce n'est pas parce que l'on fait moins de « politique télévisée », qu'on fait moins de « politique » à la télévision.

Si l'on peut en effet penser qu'à une époque où, finalement, « tout était politique », cela signifiait que la politique en tant que regard, était « centrale » puisqu'elle sollicitait la création de repères cognitifs qui lui étaient associée, cela ne signifiait en revanche pas, que le **point de vue politique** y opérait de facto. Et ce même si « tout » y était « politique », dans la mesure où toute « information » ou « actualité, pouvait trouver une traduction « politique » ; les professionnels de la représentation n'éprouvaient guère de difficultés à raccrocher toute actualité à de « la politique », à des identités partisans, enchantement idéologique oblige. Sans que les informations politiques alors apportées, ne permettent nécessairement de comprendre les logiques sociales qui sont propres au fonctionnement du monde politique.

Autrement dit, ce n'est pas parce qu'il y a des formats politiques que l'on fait de la politique, c'est-à-dire que du partisan est articulé à du normatif. Ce qui est vrai en revanche, c'est qu'aujourd'hui comme on l'a observé, la politique télévisée a du mal à organiser des arènes « d'information politique » dans lesquelles des oppositions politiques traduisent des visions opposées du social. La spécificité d'un âge « anti-politique » ne réside pourtant pas dans cette crise idéologique, mais bien dans la nécessité de « faire de la politique » avec des perceptions restrictives et négatives de la politique.

Comme on l'a vu avec les sujets *concernants* des journaux télévisés de la mi-journée, ou bien encore avec les dispositifs télévisuels d'un journalisme politique de traitement de la demande politique, le travail des professionnels des médias télévisuels, quand il veut bien s'écarter de la couverture des joutes politiciennes, se veut être une traduction de la situation économique et sociale, il veut montrer de l'intérieur à travers des reportages et des interviews ce que cela signifie par exemple, que d'être salarié d'une entreprise qui ferme et qui est entièrement démantelée. Et cela devient pourtant, une façon de dire qu'en France, les hommes politiques refusent de voir ou qu'ils n'ont que faire des questions centrales qui se posent à la société, au « social ». Alors que nul ne peut dire que ce travail est militant au sens où il se ferait pour une idée, une cause, un parti, un syndicat. En revanche, il est « profondément politique » car il est un espace pour traiter de ces questions sociales ou de la société, alors même que, selon le leitmotiv commun, ces questions seraient ignorées par le personnel politique. Le téléspectateur de la « France d'en bas »⁴⁵⁰ peut alors avoir le sentiment que son histoire est dite, qu'on lui restitue son importance, *en même temps* que la charge contre le couple corrupteur qu'est l'argent et la politique discrédite encore davantage le monde politique.

Au total, on peut dans un premier temps, avancer la thèse d'une centralité symbolico-cognitive de la politique à la télévision mise à mal à la fois par la diminution des repères cognitifs dits politiques et plus généralement par le recul du regard politique dans le traitement médiatique de l'information. Mais il faut alors se demander pourquoi les médias télévisuels procèdent à des jeux sémantiques et cognitifs sur les catégories constituées de l'information politique. C'est en effet précisément la centralité de la politique comme catégorie d'entendement qui commande de solliciter des jeux sémantiques et cognitifs sur des catégories instituées de l'information, afin d'organiser des repères cognitifs qui permettent de

⁴⁵⁰ Sur les rhétoriques de la « France d'en bas » dans la communication de Jean-Pierre Raffarin, cf. Christian LE BART, (2005), *Mots*, op. Cit.

faire de la politique à la télévision. Pourquoi est-ce nécessaire ? Parce que les catégories instituées de l'information politique, en raison de leur « étiquetage » politique véhiculent essentiellement des sens restrictifs et négatifs de la politique qui sont dominants dans « l'espace public ». Et qu'il s'agit alors d'éviter le triomphe à la Pyrrhus du point de vue politique.

On peut donc a contrario, avancer la thèse d'une centralité de la catégorie politique comme catégorie d'entendement⁴⁵¹, qui se traduit par les jeux sémantiques et cognitifs sur la catégorie constituée de l'information politique, des jeux qui permettent de faire de la politique à la télévision.

Car, comme on l'a observé, nombreux sont les appels médiatiques à la télévision, à des « solutions » pour « répondre aux préoccupations des gens ». Mais ceux-ci ont bien souvent pour effet de « reléguer (le personnel politique) dans des rôles subsidiaires de responsables ou de coupables et ne scandant plus que leur gesticulation, exhibée comme dérisoire »⁴⁵². Mais le problème est alors bien celui pour les professionnels de la télévision, non seulement de vouloir offrir des grilles de lectures qui rendent intelligibles le monde social, mais également de contourner la difficulté qu'ils pouvaient avoir à le faire à partir des formats institués de l'information politique⁴⁵³.

Même si, pour échapper à la centralité symbolique de la politique, dont on peut toujours à regret, penser qu'il devrait au contraire, conduire les médias télévisuels à faire toujours plus « d'information politique », ceux-ci ont massivement pratiqués ces dernières années, des jeux sémantiques et cognitifs sur la catégorie constituée de « l'information politique », non pour éviter les procédés de disqualification de la politique dont l'actualisation du point de vue politique est porteuse, mais, afin de « faire passer des messages politiques dans des catégories non-politiques ».

Cette difficulté pour lire la centralité de la politique à la télévision, est liée à un âge antipolitique dans lequel, **les catégories instituées de l'information politique ne rendent pas compte de la diversité des formes de convocation de la politique dans les médias**

⁴⁵¹ Elle le doit à son double cadrage qui autorise de penser l'articulation en même temps que la séparation de la et du politique ; cf. §2.

⁴⁵² LOCHARD & SOULAGES, op. Cit.

⁴⁵³ Ce qui invitera à penser cette catégorie de « l'information politique », en raison des relations idéelles qu'elle entretient avec le point de vue politique, comme un outil central de la politique télévisée au regard du rôle qu'elle joue dans la diffusion de cadres d'interprétation de la politique et des procédés de disqualification dont elle est porteuse ; cf. §2.

télévisuels, puisque les professionnels de la représentation ont recours à des formats « non-politiques » pour faire passer des messages politiques, et qui le cas échéant, préserve le cadrage politique de la catégorie constituée de l'information politique. Ce qui devrait conduire à utiliser une conception de l'information politique comme catégorie constituée, ouverte sur l'analyse des formes de raisonnement du « cadrage », afin d'éviter le tropisme des analyses sur les formats institués de la politique, compte tenu de ce que sont les évolutions des formes de (re)présentation de la politique dans les médias télévisuels⁴⁵⁴.

La tâche est cependant rendue difficile comme on en fait l'expérience, par la « dissolution » de la politique, de ses clivages partisans et idéologiques, dans « l'actualité » et le « vécu ». Ce qui constituait en revanche, le grand mérite des émissions politiques et de leur âge d'or, quand il s'est agit pour le personnel politique de faire preuve d'une langue de bois idéologique à toute épreuve face à des adversaires politiques et aux prestigieux interviewers politiques, chargés de la décoder.

Si la politique relève, par définition, d'un « double cadrage », normatif et partisan, on a vécu ce double cadrage qui est constitutif du point de vue politique dans des formes qui rendaient très manifeste son articulation à nos yeux, celles des idéologies politiques qui en quelque sorte, enchantent ce « rapport ». Au prix d'une « information politique » qui, il faut l'avouer, ne garantissait pas toujours une bonne compréhension des « enjeux politiques », tels qu'on peut aujourd'hui concevoir ceux-ci, c'est-à-dire tels, qu'aujourd'hui les médias dans leur ensemble, télévisuels notamment, en proposent le « décryptage » à longueur de colonnes ou de programmes.

En ce sens, la montée du « double cadrage » que l'on a repéré à la télévision dans le traitement de la politique, est en quelque sorte mécanique, en raison du « désenchantement » des idéologies politiques. Et donc on aperçoit en effet à nouveau plus clairement, que ce qui est décisif dans la portée de la couverture politicienne ou cynique de la vie politique, ce n'est pas seulement l'instance sur « la course de petits chevaux » à laquelle se livrerait le personnel politique, mais également la banalisation d'une posture, dans laquelle la politique dépeinte comme un jeu à la télévision, est non seulement coupée de ses dimensions normative et partisane, mais aussi que ce qui fait son rapport constitutif n'est pas restitué. En raison des

⁴⁵⁴ Voir plus loin la distinction entre « faire de l'information politique » et « donner à voir la politique à la télévision ». On peut interpréter dans ce sens, l'évolution des modalités de contrôle du pluralisme politique dans les médias audiovisuels (cf. *CSA*, « Le pluralisme politique et les nouvelles modalités de son évaluation », *La Lettre*, N° 126, mars, CSA, 2000).

perceptions négatives et restrictives de la politique (antipolitisme) mais également, faute de points d'appui qui servent cette articulation.

Il faut pour comprendre ce dernier élément, prendre conscience de ce que sont les fonctions du discours, de la rhétorique et des idéologies politiques⁴⁵⁵.

Le travail des acteurs de la politique télévisée, en particulier dans les magazines d'information politique, devrait consister pourtant à trouver une traduction militante ou en terme de cause, à des enjeux, des sujets du débat public, en les rapportant avec des visions antagonistes du social. Pourtant, à la différence de la politique télévisée de « la langue de bois » des idéologies politiques, c'est celle du « vécu » qui fait maintenant le succès des formats non politiques et non plus celui des formats politiques. Car c'est l'absence de « contenu politique »⁴⁵⁶ des programmes qui attire pour faire passer des messages politiques à la télévision. **Cette absence de contenu politique des programmes télévisuels semble rendre plus difficile la recherche de la politique à la télévision et la lecture politique des**

⁴⁵⁵ BON, 1987, « Le langage politique », in *Traité de Science Politique*, op. Cit. Les **idéologies politiques** sont définies comme des systèmes de représentation (des « idéosystèmes ») qui organisent la perception du champ politique, structurent le discours de ses agents et plus globalement, organisent une vision du monde en fonction ou en vue de notions politiques. Pour expliquer la « viscosité » du « discours politique », il faut comprendre que ces idéologies politiques demeurent tant qu'elles sont en mesure d'interpréter les expériences auxquelles sont confrontés les acteurs politiques et d'organiser leurs pratiques. Afin de permettre de saisir quelle idéologie utilise le locuteur, il doit exister des marqueurs dans le **discours politique**, qui se présente le plus souvent comme une argumentation, à la différence du mythe qui s'exprime à travers un récit (différence formelle qui distingue la pensée sauvage de l'idéologie).

La première fonction des idéologies est d'ordonner le monde, à l'aide de notions élémentaires qu'elles manipulent et qui sont le produit de taxinomies, de classifications qui s'organisent autour d'oppositions binaires dont la combinaison permet de générer un nombre considérable de catégories. Ces catégories que produisent les taxinomies idéologiques, se manipulent au moyen d'opérateurs intellectuels et de règle de transformation qui relève de la **rhétorique politique**. Les idéologies politiques assignent à la rhétorique des fonctions différentes, mais la principale consiste à ce que les figures du discours mettent en contact les catégories idéologiques avec celles de la pensée commune pour permettre leur diffusion et leur manipulation. Elles visent le même objectif : rendre compréhensible et manipulable par la pensée commune des notions complexes et abstraites, au besoin en surchargeant ces notions de connotations affectives, et en toute circonstance, articuler l'expérience sociale sur l'expérience vécue la plus intime.

La *crise* des idéologies politiques pèse donc sur le discours politique, parce qu'elle handicape sérieusement le passage entre l'identification d'un Bien commun et la formalisation d'un langage qui via des principes de vision et de division du monde, les traduise en objectifs, programmes, définitions d'adversaires et d'alliés.

Pour emporter l'adhésion, la rhétorique politique est à la recherche d'opérateurs intellectuels et de raccourcis cognitifs qui permettent d'articuler dans le discours, l'expérience sociale sur l'expérience individuelle. Les idéologies politiques, ces systèmes de représentations du monde social, offrent au rhéteur des instruments de lecture, des théories, un lexique grâce auxquels les catégories de la pensée commune sont mises en relation avec des notions politiques. Les formes rhétoriques aujourd'hui sollicitées par les médias télévisuels, consistent à prendre en considération les préoccupations et les perceptions du public. Par un effet de métonymie, on désigne la politique par son effet souhaité, sans mentionner que la politique est la conciliation d'intérêts sociaux qui sont antagonistes.

⁴⁵⁶ LEROUX & TEILLET, 2004, « L'Europe en creux. Médias nationaux et territoires contre l'Europe », in MARCHETTI D. (s. dir.), *En quête d'Europe, Médias européens et médiatisation de l'Europe*, Rennes, PUR, Res Publica.

contenus médiatiques, partant l'appréhension de l'activité de politisation des médias télévisuels.

Les médias télévisuels, ordinairement, font attention à ce que leurs messages ne soient pas dictés ou récupérés par les acteurs politiques, ce qui est particulièrement remarquable à l'occasion de certaines « situations politiques », en période électorale notamment. Comment ce contrôle de la politisation de leurs messages, se manifeste-t-il dans les jeux rhétoriques de la politique télévisée, en particulier ceux qui sont opérés sur la « catégorie » de l'information politique ? Pourquoi faire cette acrobatie qui consiste à réserver l'étiquette politique aux rivalités entre les hommes et les partis pour ne pas songer à en faire usage pour désigner des « enjeux » politiques, tout en sachant pourtant que cette distinction ne rend pas compte de la centralité du politique ? Pourquoi les médias télévisuels ont massivement fait passer des messages politiques en s'appuyant sur des rhétoriques au « motif » *concernant* ? Certainement parce que l'intérêt des professionnels de la télévision consiste à se présenter comme des « médiateurs » en reconnaissant à leur activité « une portée politique générale », tout en usant de procédés de disqualification de la politique dès qu'il s'agit de traiter des offres, du discours, de la parole politiques, afin d'en anticiper la réception. Mais également parce que les rhétoriques de la politique télévisés, afin « d'articuler l'expérience sociale sur l'expérience la plus intime »⁴⁵⁷, vont chercher dans le discours, à utiliser toutes les formes de raisonnement possibles. Y compris celles qui sont liées au traitement télévisuel de sujets d'information dits *concernants*, comme ceux des journaux télévisés de la mi-journée et qui permettent un cadrage politique.

Seulement s'il y a bien des « universaux de l'argumentation »⁴⁵⁸ qui opèrent en toute circonstance, les procédés de dichotomisation du lien logico-cognitif de la politique à l'œuvre dans les formats « apolitiques », interdisent à ces formes de raisonnement de prendre la forme **d'une argumentation politique**. Ce qui permet alors d'expliquer, la familiarité de certaines « grilles idéologiques » qui, précisément, « font passer des messages politiques dans des catégories non-politiques » avec les jeux de double cadrage de la politique. Et pourquoi ces formats, au travers d'une *information concernante*, se trouvent incapables d'aborder des

⁴⁵⁷ BON, op. Cit., en note.

⁴⁵⁸ C'est-à-dire des « cadres logiques » et des « procédures cognitives » qui sont universels, autrement dit indépendants des contenus de l'argumentation relatifs à la nature des fins, au moyen mis en œuvre et à la nature des conséquences effectives ; sur ce point, ainsi que sur la définition de l'argumentation comme des « procédés qui ont pour but de faire adhérer » et non de « comprendre », et sur la sophistique comme une argumentation dans laquelle les choix des procédures cognitives comme celui des cadres axiologiques ne vont pas être discutés mais imposés, BOUVIER Alban, « Les catégorisations de l'action dans les argumentations politiques », *L'année sociologique*, N°44, 1994.

questions « politiques », en faisant de « l'information politique », comme le montre l'analyse du « 13h » de *TF1*.

2. La politisation des significations politiques engendrées à la télévision et la dépolitisation de la « politique télévisée »

Quand ils travaillent avec les professionnels de la politique, il faut que les professionnels des médias « fassent la part du feu »⁴⁵⁹.

Car, pour reprendre les termes de Jacques Lagroye, si « les transgressions de la distinction institutionnalisée et vécue entre ordres d'activité prennent des formes variées (...), la plus éprouvée est celle que les acteurs perçoivent comme un détournement de finalités et de dispositifs sociaux de l'action », autrement dit à chaque fois que les professionnels des médias télévisuels joueraient des jeux partisans. Et, c'est à ce moment-là que l'emploi du terme de politisation suscite alors la réprobation de tous ceux qui sont attachés à maintenir la séparation, ou la séparation fonctionnelles des ordres d'activité⁴⁶⁰. C'est pourquoi, ces professionnels ne désirent pas dans les situations ordinaires, la requalification de leurs objectifs et de leurs pratiques en objectifs et en pratiques politiques. Ce qui n'exclue pas également « des tentatives de dépassement des limites assignées par la sectorisation à certains types d'activités », quand les professionnels des médias télévisuels veulent être des « médiateurs », ils « prennent alors conscience de la portée politique de leur activité ». Alors, « même déniées », les entreprises de politisation correspondent bien à une « découverte de l'artificialité des catégories objectivées de classement des activités ». Et de ce fait, « modifient les enjeux affichés de l'action politique, incitent les acteurs à adopter de nouveaux comportements ».

En participant à la construction collective de la « réalité politique », de ses cadres d'interprétation, des « cadres médiatiques » de la politique télévisée, en fournissant des grilles de lecture de la politique, qui présente cette activité comme une lutte concurrentielle pour le

⁴⁵⁹ LAGROYE, 2003.

⁴⁶⁰ Comme le souligne en effet Jacques Lagroye, la difficulté avec ces notions, c'est que les jugements portés sur la politisation (ou la dépolitisation) font de ces termes « des catégories normatives », et que « la question récurrente de la légitimité des pratiques de politisation rend malaisée toute tentative d'en donner une définition qui soit axiologiquement neutre ». Aussi il propose d'y parvenir en considérant que la politisation est « une requalification des activités sociales les plus diverses, requalification qui résulte d'un accord pratique entre des agents sociaux enclins, pour de multiples raisons, à transgresser ou à remettre en cause la différenciation des espaces d'activité ».

pouvoir, les professionnels des médias sont bien des acteurs de telles « modifications ». Les professionnels disposent pour ces « entreprises », d'un pouvoir de hiérarchisation de l'information, de sélection des thèmes dignes d'attention, de cadrage de la signification des événements, d'amorçage des perceptions induites par leur récit⁴⁶¹.

Or ce que traduisent les recompositions symbolico-cognitives de la politique à la télévision, c'est que, pour ces différentes opérations, les professionnels de la télévision se sont en particulier appuyés sur la ressource de **l'actualité télévisée**, celle des journaux télévisés, également celle des formats **d'information « non-politique »**, qui à la différence des formats institués de « l'information politique », ne sont pas « censés porter le message partisan d'une communauté contrôlée par une source partisane particulière »⁴⁶².

L'influence de ce type d'information télévisée, de manière générale, a pour mérite de « relancer l'inventaire des contenus et signifiés mis en circulation par la télévision, le travail sur les mythe qui démonte et discute les partis pris, les enjeux idéologiques et politiques de mis en scène du monde social », puisqu'il s'agit de ne pas « ignorer la montée en puissance d'idéologies plus diffuses moins cristallisées théoriquement, que celles fondées sur une vision du monde liées aux groupes sociaux, mais tout aussi efficaces dans leur capacité à diffuser des visions du monde »⁴⁶³. « La plasticité idéologique » de ces contenus télévisuels, « le mouvement protéiforme de valorisation des témoins des émissions de plateaux », expliquent alors « l'inadéquation des grilles d'analyse inventées pour la compréhension d'autres entreprises ou contextes politiques, à l'interprétation des produits médiatiques actuels⁴⁶⁴ ».

Il est en effet difficile de pratiquer une lecture politique des contenus informatifs des médias à l'aide de « grilles de lecture politiques », car la plasticité des représentations sociales véhiculées par les contenus médiatiques traitant de la « politique », rend impossible l'inscription de ces représentations dans des clivages politiques/idéologiques hérités d'autres périodes et donc, une lecture « politique » des programmes télévisuels, en particulier ceux qui relèvent de « l'information médiatisée ». Car « le malentendu » serait bien de supposer des lectures politiques de ces formats médiatiques, à propos de programmes attirant précisément par leur **absence** de contenu politique. Mais « la politique de l'apolitique » ne signifie pas que des messages politiques ne soient pas émis. C'est précisément parce qu'il y a une absence de contenu politique dans ces programmes médiatiques, qu'ils « attirent » et qu'ils permettent aux professionnels de la politique télévisée d'engendrer des significations politiques.

⁴⁶¹ GERSTLE, 2002, « Agenda, télévision et élection », in *Dossiers de l'Audiovisuel*, op. Cit.

⁴⁶² GERSTLE Jacques, « La persuasion de l'actualité télévisée », *Politix*, N° 37, 1997.

⁴⁶³ FRANCOIS & NEVEU, 1997.

⁴⁶⁴ LEROUX & TEILLET, 2004.

Ce qui suppose dès qu'il s'agira de les étudier de distinguer, d'un point de vue notionnel, comme le propose Jacques Gerstlé⁴⁶⁵, d'abord, entre deux types de « ressources » : **idéologiques** (les représentations), **symboliques** (les signes). Puis une troisième, **cognitive**⁴⁶⁶. « Triple dimension » des « représentations sociales » qu'établissent également les spécialistes de l'analyse du discours (politique) : dimensions cognitive (organisation mentale de la perception), symbolique (interprétation du réel) et idéologique (attribution de valeurs jouant le rôle de normes sociétales)⁴⁶⁷. Car la difficulté est bien de procéder à une analyse de la politique télévisée, en particulier de « l'information politique », à partir de produits médiatiques dont la spécificité est un travail symbolico-cognitif qui consiste à échapper à toute catégorisation politique (que l'on puisse coder en terme de clivage partisan) et idéologique (conformément à des classifications qui organisent une vision du monde en fonction ou en vue de notions politiques⁴⁶⁸)⁴⁶⁹.

Mais s'il est vrai que de nombreux programmes de la politique télévisée sont des « lieux d'expression pasteurisée et scénarisée d'un certain nombre de tensions sociales qui n'obtiennent pas de traductions politiques », parce qu'ils ne sont pas « classables dans des clivages idéologiques » et ne sont pas « susceptibles d'aboutir à des mobilisations collectives ou à des prises de conscience », peut-on dire qu'ils ne relèvent pas d'une « politisation explicite » ? Il s'agit certes dans ces programmes, de « la déclinaison médiatique d'un fond de valeur », (« il n'y a pas de création d'une disposition nouvelle au sein du public »⁴⁷⁰) mais d'un « ajustement d'images et de messages émis aux attentes des récepteurs ». Pourtant, comment ignorer la persuasion de cette « actualité » télévisée, son efficacité symbolico-

⁴⁶⁵ GERSTLE, « Les campagnes présidentielles depuis 1965 » ; in *Les élections présidentielles en France*, s. dir. Pierre BRECHON, Les élections présidentielles en France. 40 ans d'histoire politique, La documentation française, 2002.

⁴⁶⁶ GERSTLE, « Les effets d'information en politique », op. Cit.

⁴⁶⁷ CHARAUDEAU, *Le discours politique. Les masques du pouvoir*, Vuibert, 2005.

⁴⁶⁸ Que l'on pense à la catégorie du « libéralisme ». Si l'ère du libéralisme n'est pas celle de la fin du politique, mais celle de son déguisement pour reprendre une formule de J.-P. Esquenazi, ce vocable traverse la communication politique, quitte à faire occurrence à l'occasion de certaines situations politiques, comme par exemple lors du débat public sur les enjeux de la ratification du Traité de Constitution Européen.

⁴⁶⁹ D'où des approches renouvelées du lien analytique entre idéologie et discours politiques, par exemple, celle de Patrick Charaudeau (op. Cit.). A une époque marquée 1/par des « effets de brouillage des médias » sur l'opinion publique, qui font que l'attention citoyenne est plus que jamais tournée vers les symptômes et non vers les causes des problèmes sociaux, les médias traitant des sujets les plus visibles et les plus menaçants ; 2/ par un déplacement des « imaginaires sociétaux », « de vérité » lié à la désacralisation du discours politique (car l'Etat ne rend plus possible l'énoncé : « *je travaille pour l'avenir de mes enfants* ») l'auteur propose la notion d'imaginaire socio-discursif. Il s'agit d'un système de pensée repérable par des énoncés langagiers qui sont produits sous différentes formes, mais sémantiquement regroupables – ils sont discursifs-, comme ils circulent à l'intérieur d'un groupe social, ils s'instituent en normes de références pour les autres – ils sont sociaux.

⁴⁷⁰ LEROUX & TEILLET, op. Cit.

cognitive ? D'où la nécessité d'aborder également la dimension **persuasive** de l'information télévisée.

Ce qui invite alors également à repenser l'hypothèse de la dépolitisation de la politique télévisée, sinon à la penser sur d'autres ou plus exactement sur toutes ses bases, c'est-à-dire celles de logiques qui sont tout autant imputables à l'univers politique qu'à l'univers médiatique. Dans quelle mesure peut-on parler d'une « politique dépolitisée » ? Au motif que les médias télévisuels font massivement passer des messages politiques dans des catégories non-politiques ?

Il convient d'abord de revenir brièvement sur le constat qui semble avoir conduit à un questionnement sur la « dépolitisation » de la politique télévisée⁴⁷¹, et de mettre en valeur les deux types d'approches⁴⁷² qui ont éclairé cette question de la dépolitisation de la politique télévisée, celle de l'analyse du désarmement symbolique de la politique à la télévision et celle des mécanismes persuasifs de la politique médiatisée.

D'abord, le statut marginal de la « politique » à la télévision : il y a peu de formats politiques. De manière générale, les médias parlent peu de la politique au sens d'un « système d'institutions et de rôles spécialisés et comme activité réglée de compétition pour le contrôle de ces positions. »⁴⁷³ Puis, quand les médias télévisuels parlent de « politique », il ne s'agit pas « véritablement » de politique. C'est-à-dire que : 1) la politique n'y apparaît pas comme « un ordre désireux de proposer un changement des rapports sociaux » ; elle n'apparaît pas non plus comme étant « au fondement de l'ordre social », ne faisant au mieux, que le « refléter ou le préserver » : on lui a « ôté sa dimension normative »⁴⁷⁴ ; et 2) on prive la politique de son identité partisane. Autrement dit, si l'on peut parler de dépolitisation de la politique télévisée, ce serait « parce qu'on ne parle pas beaucoup ou moins de politique à la télévision », car les repères cognitifs que constituent les formats politiques font défaut, et parce que quand on en parle, on le fait à l'aide de grilles de perception, de points de vue non-politiques.

⁴⁷¹ Cf. l'Introduction.

⁴⁷² Cf. l'Introduction, approches généalogique et analytique.

⁴⁷³ COLLOVALD & NEVEU, 2001, « La critique politique du néo-polar », in BRIGUET J.-L. & GARRAUD P. (s. dir.), *Juger la politique. Entreprises et entrepreneurs critiques de la politique*, PUR.

⁴⁷⁴ NEVEU, 2003, « De l'art et du coût d'éviter la politique, la démocratie du talk show version française (Ardisson, Drucker, Fogiel) in *Réseaux*, « La politique saisie par le divertissement », n° 118, Paris, Hermès Science Publications.

C'est bien ce que le sens commun aurait tendance à nous suggérer : « on ne fait de plus de politique à la télévision » car « il y a de moins en moins d'émissions politiques », car l'emblématique journal télévisé de Jean-Pierre Pernaut est un journal télévisé dans lequel, « il n'y a pas d'information politique ». Or s'il y a certes peu « d'information politique » dans ce journal, comme « à la télévision », cela signifie pas, on en conviendra, que des messages politiques n'y soient pas émis.

La question de dépolitisation de la politique télévisée peut alors être reformulée : peut-on parler de dépolitisation de la politique télévisée, si cela doit signifier que quand on fait de la politique télévisée, on en fait principalement dans des catégories d'entendement et des catégories de la pratique sociale qui n'offrent pas à la politique ses autonomies symboliques et cognitives, en permettant de penser cette activité comme une activité différenciée et autonome ? Au motif que la politique télévisée ne permet pas l'expression d'identités partisans, ainsi qu'une visée normative, qu'on ne peut donc la penser « politiquement », est-il souhaitable, d'un point de vue heuristique, de parler de « dépolitisation » ?

La réponse apportée à cette interrogation dépend de la perspective de recherche dans laquelle on s'inscrit : celle de la compréhension des mécanismes de persuasion de la politique télévisée ou bien celle de l'étude de l'activité des médias télévisuels en matière d'équipement en outil de lecture de cette activité. Deux types d'approches qu'il s'agirait de distinguer dès que l'on souhaite aborder l'étude de « la contribution des médias télévisuels à la diffusion de perceptions restrictives et négatives de la politique »⁴⁷⁵. Car l'enjeu est d'adopter une position de recherche qui permette de comprendre ce que sont les recompositions, les réaménagements symbolico-cognitifs de la politique à la télévision, ce qui demande de ne pas faire usage de conceptions figées de certaines formes de politisation de l'espace public -en particulier dans ce travail de l'information politique- qui prennent un caractère institué à travers des formats médiatiques.

L'analyse proposée ici sur les formes de représentation et de raisonnement sur la politique à la télévision, propose d'articuler les façons que ces perspectives de recherche ont de poser le débat, en appréhendant **les transformations de la catégorisation télévisuelle de la politique.**

Il est ainsi vraisemblable que les évolutions de la « politique télévisée » ne contribuent pas à apporter aux téléspectateurs les moins politisés, ce qui leur fait défaut dans la perception du politique, à savoir une « connaissance des mécanismes objectifs du champ politique, ainsi

⁴⁷⁵ GAXIE, 2003.

que des instruments politiques de perception des enjeux politiques »⁴⁷⁶. En même temps, l'étude des « mécanismes persuasifs » de par son intérêt pour la rhétorique politique (il s'agit bien d'analyser des formes de persuasion), offre des outils analytiques pour comprendre comment des significations politiques vont être engendrées, sans « apposer ou n'imposer du politique », ou plutôt une « définition du politique ». Ce que semblent faire « parfois les études de science politique, en trouvant le politique « où il n'est pas » ; mais aussi « en refusant le politique où il peut se trouver ».⁴⁷⁷ Ce qui signifie qu'il ne s'agit pas alors d'aller chercher le politique là où on pense qu'il ne se trouve pas « officiellement », pour en définitive rapporter un matériau chèrement acquis à une matrice, à un étalon « politique » qui ne permettrait pas dans ce cas, de saisir les transformations dans la catégorisation médiatique de la politique à la télévision.

Mais, il y a plus. Car cette approche de la catégorisation médiatique à la télévision à travers l'étude du contenu des formes de (re)présentation de la politique mais également des formes de raisonnement qu'elles autorisent sur l'articulation conceptuelle de la politique (cadrage) permet d'aider à **analyser le rapport entre des représentations sociales de la politique – des grilles de lecture, le cadre (d'interprétation) du jeu- et les « stratégies de cadrage » (et de communication) des professionnels de la politique télévisée (les rhétoriques de la politique télévisée). C'est-à-dire le lien analytique entre « faire de l'information politique » et « faire passer des messages politiques ».**

Si l'on se place dans une perspective d'analyse des mécanismes de persuasion à l'oeuvre dans la politique télévisée, il s'agit de se demander comment les médias télévisuels, à travers des formats d'information étiquetés comme politiques ou non, permettent non seulement une intelligibilité des mécanismes sociopolitiques, mais plus spécifiquement de faire passer des messages politiques, via notamment des « effets d'information »⁴⁷⁸ ? Le problème est alors celui de savoir comment les médias télévisuels et le personnel politique par le jeu des stratégies qu'ils mettent en place et les interactions qui résultent de ces jeux dans des effets (d'agenda, de cadrage et d'amorçage⁴⁷⁹) font passer et engendrent des significations politiques. Et non pas celui de savoir si l'on peut « extrapoler » de ces stratégies telles qu'elles sont « sur le papier », puis de leurs interactions, « aux perceptions des publics », en se

⁴⁷⁶ NEVEU, 1997.

⁴⁷⁷ DARRAS, 1998.

⁴⁷⁸ GERSTLE, 2001.

⁴⁷⁹ GERSTLE, 2002.

demandant si les cadres d'interprétation de la politique que sollicitent les médias, via ces différents effets, « se retrouvent chez le public de la télévision »⁴⁸⁰.

Si les médias ont adopté des points de vue et des formats « non politiques », cela ne signifie donc pas qu'ils n'aient pas traité de « politique » dans leurs programmes, mais qu'ils l'ont fait en utilisant des outils catégoriels qu'ils maîtrisent, et qui puissent s'adapter aux évolutions du regard porté sur la politique et de sorte qu'ils puissent également influencer sur la définition des situations politiques tout en échappant à l'accusation de jouer des jeux partisans.

Dans la perspective de la compréhension des mécanismes persuasifs de la politique télévisée, on dira donc qu'il est délicat de parler de **dépolitisation de la politique télévisée** puisque des messages politiques y sont massivement engendrés. Cela reviendrait à nier la possibilité pour la politique télévisée de relayer « des points d'appui », des « métalangages » ou « des principes de classement », qui, s'ils semblent émancipés de toute architecture militante ou du canevas des idéologies politiques, n'en constituent pas moins des « chaînages pour lier le particulier au général », autoriser des « montées en généralité »⁴⁸¹, c'est-à-dire servir des rhétoriques politiques.

Pourtant « tout n'est pas rhétorique »⁴⁸², et le problème sera de cerner la qualité politique, des sujets, de l'information et des rhétoriques *concernantes*.

Le fait que les médias télévisuels fassent massivement passer des messages politiques dans des catégories non-politiques, peut inviter en revanche, dans une autre perspective, à parler de dépolitisation de la politique télévisée, dans la mesure où les formes de convocation de la politique à la télévision ne confèrent pas d'autonomies symboliques à cette activité. Mais il est alors peut-être préférable cependant, de parler de « **désacralisation** » ou de « **nivellement symbolique** » de la politique à la télévision⁴⁸³, dans la mesure où l'on veut

⁴⁸⁰ GAXIE, 2003.

⁴⁸¹ CARDON & HEURTIN, 1999. Les auteurs insistent sur la mise en valeur de rhétoriques qui sont moins indexées sur des théories de la justice pouvant être constituées politiquement que sous la forme d'une moralisation du monde public. Au niveau des dispositifs médiatiques, cela se traduit par une affinité entre le système de positions énonciatives agencées par les médias (technologies de publicisation) et la structuration des ressources normatives et rhétorique du langage ordinaire. La structure des positions énonciatives que privilégient à une époque et dans des conditions données, les dispositifs de l'espace de la critique publique est en effet, solidaire des instruments de médiation qui permettent d'enregistrer, de mettre en forme et de faire circuler les objets d'indignation et les raisons de se solidariser.

⁴⁸² FRANCOIS & NEVEU, 1999.

⁴⁸³ Idem. Pas si cela doit signifier que la politique télévisée est désacralisée. Car on pourrait montrer que la politique télévisée, en quelque sorte « ne marche qu'à cela », c'est-à-dire aux fables, aux mythes, les idéologies politiques peinant à orienter ces ensembles de croyance et de valeur vers des notions, des catégories politiques, qui faisaient que d'un point de vue rhétorique, « en disant la politique, on disait qu'elle concernait les gens ».

traduire le processus d'hétéronomisation symbolico-cognitif de la politique, que j'ai souligné. Il faut en conséquence entendre par la désacralisation de la politique à la télévision, la « dévaluation de la dimension sacrée de la politique, de son statut symbolique d'institution où s'opèrent des arbitrages contraignants entre des intérêts sociaux irréconciliables. »⁴⁸⁴

Faut-il alors utiliser l'expression de « politique dépolitisée des médias télévisuels »⁴⁸⁵ ?

Certainement dans la mesure où il est nécessaire d'un point de vue analytique, de distinguer entre une politique dépolitisée qui est le fait d'une « information politique » qui *moque* l'articulation propre à la catégorie d'entendement politique et une politique apolitique, qui est le fait d'une « information politique » qui nie le point de vue politique en ne restituant pas l'articulation propre à la catégorie de pensée politique.

Quand on envisage la question de la dépolitisation de la politique télévisée et celle de la politisation des messages qui sont engendrés aujourd'hui, on n'a alors pas tort d'opposer la politique de l'information politique (catégorie constituée), à la politique d'une *information concernante* qui n'articule pas des enjeux et des offres politiques. **On aurait en revanche tort, de penser que l'une permet de faire passer des messages politiques et pas l'autre.**

Mais il ne s'agit pas alors de penser que toute information télévisée est *concernante*, en quelque sorte parce qu'en raison de la logique des vases communicants, « l'information politique » du « journalisme politique » a disparu de la télévision pour n'être ainsi étiquetée que pour désigner la couverture des « coulisses politiques ».

De fait on est alors amené à se poser à nouveau la question du regard « non politique » que les médias télévisuels porteraient. Il faut alors trouver une méthode pour distinguer dans ce regard non politique ce qui relève du dépolitisé et ce qui relève de l'apolitique. Car toutes les « rhétoriques » de la politique télévisée ne sont certes pas « politiques » ; cela dépend du « cadrage » de la politique à la télévision. Il faut donc s'intéresser à nouveau au travail de « catégorisation » des médias, à leur pragmatique, sinon ce serait méconnaître à la fois ce qu'est la politique et ce que sont les moyens dont disposent les médias pour en traiter à la télévision. La question sera alors celle du classement de l'information télévisée et de la catégorisation politique dans des formats politiques à partir du moment où, afin d'éviter les procédés de disqualification de la politique que servent ces formats politiques, les professionnels des médias télévisuels recourent à la double opération

⁴⁸⁴ Idem.

⁴⁸⁵ Chapitre 2.

de réduction et de non articulation (double cadrage). Tant que le recueil de la « parole politique » ne permet pas le « discours politique », quels dispositifs télévisuels pour inverser la (re)présentation politique ?

Au terme de ce paragraphe, on a vu que si c'est le « cadre du jeu » qui ne permet pas aux médias télévisuels de traiter de la réalité sociopolitique, il ne faut pas s'arrêter à cette dimension de la contribution des médias à la politique télévisée, mais considérer dans l'analyse, la totalité des jeux sémantiques et cognitifs qu'ils ont effectués afin de « faire de la politique à la télévision ». Des jeux, qu'ils ont pratiqués pour différentes raisons, d'adaptation à une « époque », de maîtrise des outils, de contraintes... On se rend compte au total que c'est la politique « elle-même » qui leur impose ces jeux, en même temps que la pratique de ces jeux ne fait que banaliser une posture dépolitisée. Pour réaliser ces jeux, les médias télévisuels peuvent s'appuyer sur leur pouvoir « paradigmatique », dire la politique (la raconter), c'est dire ce qu'elle est, et pragmatique, le « cadrage politique ».

§2/ LES JEUX RHETORIQUES DE LA « POLITIQUE TELEVISEE » : la catégorisation télévisuelle de la politique

Pour repérer ces jeux rhétoriques de la politique télévisée, j'ai utilisé cette formulation : pour faire de la politique télévisée plutôt que de « dire ce qu'est la politique », les médias télévisuels ont « dit ce qui concerne les gens ». Il s'agit de se demander dans quelle mesure les médias télévisuels ont porté un regard « non politique » sur les réalités sociopolitiques qu'ils abordent.

Pour répondre à cette question, j'ai indiqué qu'il fallait observer si les médias télévisuels articulent ou s'ils rendent conflictuel le rapport constitutif de la catégorie d'entendement « politique ». Pratiquer ces jeux rhétoriques sur la politique télévisée, c'est en effet, jouer à la télévision, de l'articulation entre les dimensions partisane et normative de la politique. Et examiner comme je l'ai proposé dans les deux premiers chapitres, comment ils ont procédé, autrement dit étudier leur pragmatique : **qu'est-ce que les formats institués de l'information politique ont permis aux médias télévisuels de faire pour aborder des questions politiques à la télévision ?**

La catégorie constituée de l'information politique, celle qui articule enjeux et offres politiques, reste la seule légitime pour faire passer des messages politiques à la télévision.

Mais les jeux sémantiques et cognitifs qui se sont exercés sur cette catégorie « basique »⁴⁸⁶ ont pu servir des schèmes de perception, ainsi que des rhétoriques politiques, à travers des formes renouvelées de (re)présentation de la politique à la télévision qui, ont, le cas échéant, assuré un « cadrage politique » de l'information télévisée. Je propose maintenant de renouveler cette approche de « l'information politique » à la télévision, en appréhendant les transformations de la catégorisation télévisuelle de la politique en (B).

Mais il faut dans un premier temps (A), mettre en valeur, via le recours à la notion de « cadrage », la dualité du regard considéré comme « non politique » de la télévision. Les médias télévisuels ont ces dernières années, participé d'une « politique télévisée dépolitisée » et/ou d'une « politique télévisée apolitique ».

A. Le cadrage télévisuel de la politique : double cadrer ou inverser la (re)présentation de la politique à la télévision

Dans cette recherche, j'ai choisi de ne pas m'arrêter à l'étude des formes de présentation et de représentation de la politique à la télévision mais de considérer également les formes de raisonnement qui opèrent à travers le traitement télévisuel, autrement dit le « cadrage » de la politique. Cette position entraîne nécessairement que l'analyse s'éloigne quelque peu des formes instituées du traitement télévisuel de la politique, des formes de (re)présentation de la politique au sein des formats institués de « l'information politique » (émissions politiques, page politique des journaux télévisés). Elle est en revanche utile, car en considérant les formes de raisonnement, on a ainsi accès aux dimensions plus spécifiquement cognitives et persuasives des formes de convocation de la politique à la télévision.

Reste sur le plan méthodologique en particulier, à établir comment on peut accéder à ces formes de convocation de la politique, qui, comme on l'a mentionné, échappent en partie aux formats pratiques de « l'information politique ». Tel que je l'ai proposé empiriquement dans cette recherche, il y a au moins deux moyens d'y accéder. On peut étudier la programmation par les chaînes, de types de formats qui questionnent le « retrait » du politique (les « rendez-vous politiques » au sens large) ou bien un « usage profane »⁴⁸⁷ de celui-ci (le « journalisme de médiation », « l'information / divertissement). Une étude des **stratégies de cadrage** qui vaut aussi pour comparer ce qu'est la traitement de l'actualité sociopolitique dans les différentes éditions d'information des journaux télévisés. On peut également, s'appuyer

⁴⁸⁶ KLEIBER, (1990) ; voir plus loin.

⁴⁸⁷ LE GRIGNOU, op. Cit.

sur l'examen des **stratégies de communication** des responsables politiques qui interviennent dans différents formats télévisés, ce qui est une façon de dire qu'entre le médiatique et le politique, c'est ce dernier qui l'emporte.

1. la dualité du regard non-politique des médias télévisuels : le *concernant* en politique

Les médias télévisuels articulent-ils ou rendent-ils conflictuel le « rapport » constitutif de la politique ?

Pour répondre à cette question, il convient de recourir à une approche « cognitive », « d'inspiration empiriste », afin de comprendre et analyser le travail des médias télévisuels. Il faut en conséquence, « s'interroger sur la forme et la structure des raisonnements et des diverses catégorisations et pas seulement sur le contenu (le « jeu ») de ces catégorisations »⁴⁸⁸. Ce qui est « une règle d'approche plus fidèle à l'exigence empirique de cerner plus étroitement les opérations de pensée effectives telles qu'on en a la connaissance dans le discours ». Cette perspective permet de relativiser la « nouveauté » de ce regard « dépolitisé » que porteraient les médias télévisuels : en rendant le double cadrage du rapport constitutif de la et du politique apparemment conflictuel, les médias télévisuels jouent des « dissonances » de la catégorie d'entendement politique, ils font apparaître une dissonance beaucoup plus grande qu'elle ne l'est réellement au niveau de la catégorie, du **cadre de pensée « politique »**. En faisant ce choix de la dissonance, grâce à leur pouvoir paradigmatique, les médias télévisuels marquent ainsi les contradictions entre « dire ce qui concerne les gens » et « dire ce qu'est la politique ». Quand on a pour objet d'étudier les recompositions symbolico-cognitives de la politique à la télévision, cette analyse de leur contribution à la vie politique paraît plus décisive que celle qui consiste à dire que les médias télévisuels, ont fait de la politique politicienne.

Mais le lien logico cognitif entre *la* et *le* politique, c'est-à-dire entre le *partisan* (des positions partisans) et le *normatif* (des visions et des projets de transformation sociale) est également au cœur de toute **rhétorique politique**, précisément car il traduit le rapport constitutif du point de vue politique. Les médias télévisuels peuvent user de rhétoriques politiques qui inversent la (re)présentation de ce lien. Ils n'opèrent alors pas à proprement parler « d'innovations catégoriales », c'est-à-dire qu'ils ne sont pas à l'origine de nouveaux

⁴⁸⁸ BOUVIER, 1997.

cadres de pensée, autonomes et distincts. Plutôt que de dire ce qu'est la politique, ils disent ce qui concerne les gens ; ils utilisent un « motif » rhétorique *concernant* et non *politisant*.

Ce motif préserve le point de vue politique même s'il est porteur d'une politique télévisée dite dépolitisée. Que les médias travaillent à l'aide d'un motif concernant ne fait pas de cette rhétorique, une rhétorique de la politique télévisée apolitique. Il faut voir ce motif comme la réponse pragmatique des médias à un contexte idéologique et « antipolitique », et à une logique industrielle des entreprises de presse du secteur de l'audiovisuel. Le « *concernant* » est ici un motif rhétorique et non une catégorie de l'information, comme elle a pu être appréhendée dans le journal de Jean-Pierre Pernaut. **Cette rhétorique concernant, c'est celle de la politique télévisée dépolitisée, telle que je l'ai appréhendée dans les stratégies de cadrages des professionnels de la télévision.**

Il n'en va pas de même s'agissant de *l'information concernant* et des procédés de double cadrage qui frappent le journalisme politique.

Si la télévision a toujours « dit ce qui concerne les gens », la question pour les médias télévisuels est bien de trouver des dispositifs télévisuels et des formes de cadrage qui leur permettent aujourd'hui de le « dire », « en disant ce qu'est la politique ». Ce qu'autorisent les rhétoriques concernantes qui garantissent le lien en inversant la (re)présentation du point de vue politique. **A la différence des rhétoriques politiques apolitiques qui usent du double cadrage, en s'appuyant sur *l'information concernant* et sur des stratégies de cadrage des chaînes en matière de programmation « politique », qui distinguent désormais, des magazines « d'information politique » consacrés aux coulisses et au décryptage de la politique, des autres formats dans lesquels les représentants politiques sont appelés à s'exprimer.**

Car le réaménagement symbolico-cognitif de la politique à la télévision ces dernières années, intègre aussi l'autre face permanente d'un regard « non politique » : l'apolitique.

Comme cela été traité dans le chapitre 1, la diffusion de *l'information concernant* du « *13h* » de Jean-Pierre Pernaut, à d'autres formats d'information, ne semble pas aller de soi⁴⁸⁹. Même si la tentation est grande de considérer que la politique étant définitivement un sujet trop sérieux pour la télévision, l'ensemble de la programmation de la télé-réalité, des talk show, voire de l'information⁴⁹⁰, relève de cette catégorie de l'information concernant⁴⁹¹.

⁴⁸⁹ J'ai déjà dit combien des sujets *concernants* labellisés comme tels par les journalistes, pouvaient donner lieu à un cadrage politique, cf. l'analyse des journaux de la mi-journée de *France 2*.

⁴⁹⁰ « L'infusion » de la post-télévision, CF. Jean-Louis MISSIKA, in *La Fin de la télévision*, op. Cit.

Mais il me paraît plus nécessaire d'observer à nouveau combien le regard que l'on porte sur l'activité des médias télévisuels est en quelque sorte faussé par l'importance que l'on est amené à apporter dans les analyses, à la « visibilité » de la politique et non pas à sa « centralité ». Si les médias télévisuels mettent tant en valeur la dissonance entre « dire ce qui concerne les gens » et « dire ce qu'est la politique », c'est faute de pouvoir solliciter des points d'appui (des dispositifs télévisuels, des formats) qui leur permettent d'intégrer l'articulation – et ce au niveau des trois dimensions des représentations sociales (symbolique, idéologique et cognitive) – que soulève cette question « politique » : **quelles solutions politiques pour régler les préoccupations des gens ?** Si l'on peut bien entendu, reprocher aux médias télévisuels de double cadrer afin de s'affranchir de ce besoin d'articulation, on ne dira probablement jamais suffisamment comment en explorant au quotidien la société, la réalité sociale, ils soulèvent ce type de question, dont la conséquence est la mise en valeur des dissonances du cadre de pensée politique. En disant la politique à la télévision, on ne dit pas ou mal, qu'elle concerne les gens. Certes on peut considérer que les médias télévisuels ont essayé de dire ce qui concerne les gens en faisant de l'information politique : il y a ces « questions jamais entendues »⁴⁹² dans des formats politiques, et plus généralement, tout le travail sur la demande politique dans les magazines d'information.

Mais les médias télévisuels ont développé un savoir-faire qui conjugué à leur position centrale dans l'espace public, qui en a fait des experts de cet « autrui généralisé que met en scène l'actualité »⁴⁹³. Par rapport à des époques où les catégories idéologiques n'étaient pas aussi délitées (représentation d'un espace social structuré autour de classes aux intérêts et aux styles de vie opposés, agencement autour du travail salarié qui assurait une continuité du social au politique), les médias télévisuels sont aux prises avec la traduction des mutations normatives qui affectent le monde social, ainsi qu'avec la dilution de repères sociaux, dans un processus qui travaille les différentes dimensions de l'expérience sociale : le travail, la famille, la vie scolaire, les loisirs, le sport, la vie locale, la valorisation et la participation de l'individu à la société, la fragilisation des repères sociaux.

⁴⁹¹ A vrai dire, la difficulté provient du fait qu'en tant que motif rhétorique, le *concernant* constituent l'horizon journalistique de bien des pratiques télévisuelles, en matière d'écriture, de formatage. D'où l'opportunité de distinguer dans le *concernant*, quand il s'agit du motif rhétorique ou quand il s'agit d'une catégorie (conceptuelle et référentielle, cf. supra) de l'information dont la vocation à s'instituer dans l'espace public, dépend d'un ensemble de logiques qui ne relèvent pas du pouvoir paradigmatique et pragmatique des médias télévisuels.

⁴⁹² NEVEU, 1997.

⁴⁹³ GERSTLE, « *Les effets d'information en politique* », op. Cit.

Ce qui pose la question de l'actualité et de l'information télévisée comme « lieux » privilégiés du cadrage politique, compte tenu des possibilités de rhétorique politique qu'offrent les formats qui y sont attachés⁴⁹⁴.

Ce que révèle la dualité du regard non politique de la politique télévisée dépolitisée et apolitique, c'est que la « crise » de la représentation de la politique à la télévision, n'est pas tant à rechercher dans une absence d'autonomie symbolique et cognitive de la politique à la télévision, que dans un défaut d'articulation du « rapport » constitutif de la politique dans les médias télévisuels. C'est pourquoi il ne faut dans l'analyse de la politique télévisée, s'appuyer sur l'étude d'une seule des « branches » de ce rapport. Ce que permettent de faire des perspectives généalogique (la politique « par le bas » ou « ailleurs ») et analytique (le « hors champ » politique).

Mais, également, une perspective plus significativement symbolico-cognitive, qui propose une approche du « cadrage politique », comme une règle de saisie de l'articulation politique. Car pour savoir si le travail des professionnels de la télévision permet de faire l'articulation, il faut savoir à quel niveau de construction de l'objectivité on observe si les médias télévisuels rendent ou non conflictuel le double cadrage caractéristique du rapport politique.

2. le cadrage politique : une règle de saisie de l'articulation conceptuelle de la politique

La notion de « cadrage » peut recouvrir un sens restreint, quand il s'agit d'étudier les « stratégies de cadrage »⁴⁹⁵ des médias télévisuels, autrement dit, comment ces médias télévisuels couvrent une « situation politique », en particulier à l'aide de quels formats, selon quels cadres interprétatifs et quelles grilles de lecture, en mobilisant alors généralement les codages analytiques du « jeu » et de « l'enjeu ». Cette notion prend un sens élargi quand elle fait référence à des « effets de cadrage »⁴⁹⁶, qui désignent alors, tous les « principes

⁴⁹⁴ Egalement la question du rôle des médias à l'égard de l'énonciation des « idéologies », et donc leur implication partisane. Sur ce sujet la notion de « civic journalism ».

⁴⁹⁵ Dans cette approche, « les cadrages désignent des systèmes de définition des sujets légitimes à aborder, des angles d'attaques sous lesquels ils peuvent être traités, des limites de ce qui relève d'une émission politique » ; NEVEU, 1997, « Des questions jamais entendues... », in *Politix*, op. Cit. L'auteur, dans cet article consacré aux « stratégies de cadrage » des chaînes à l'occasion des élections présidentielles de 1995, en appelle à une définition plus riche du cadrage afin de construire une typologie des dispositifs à la fois institutionnalisés et susceptibles d'interprétations variées qui structurent ce genre de programme (*framing* des émissions politiques) : inscriptions spatiale, structure d'interlocution, jeu d'interlocuteurs.

⁴⁹⁶ Un effet de cadrage « correspond à l'emprise d'une définition de la situation politique, que cette emprise soit stratégiquement recherchée ou générée par un effet de composition » et donc à « l'interprétation générale qui est

d'organisation qui permettent de donner sens à une situation politique ». Pour appréhender cette situation politique, il faut alors recourir à l'analyse des « mécanismes persuasifs de l'information ». Je voudrais établir que ces analyses du cadrage s'inscrivent dans l'étude **des formes de catégorisation télévisuelle de la politique**⁴⁹⁷. Ce qui justifiera alors me semble-t-il, de proposer une approche renouvelée de « l'information politique ».

Dans ce travail de recherche, **la notion de cadrage a été utile pour rendre compte de ce qu'est la catégorie constituée de l'information politique, et de l'évolution du traitement télévisuel de la politique, grâce à l'examen des jeux sémantiques et cognitifs opérés par les médias télévisuels sur cette catégorie.** Cette notion a permis d'étudier dans le chapitre 1 l'effacement de certaines formes de (re)présentation de la politique dans les journaux télévisés au profit de formes de convocation de la « politique qui ont pu préserver la catégorie constituée de l'information politique, l'articulation qu'elle fait entre des enjeux et des offres politiques, pour peu que l'on prenne en considération les formes de raisonnement qui commandent le cadrage politique. Ce qui doit nous conduire à repenser les relations qu'entretiennent des repères symbolico-cognitif avec des catégories d'entendement, et plus généralement intellectuelles. Egalement les catégories analytiques (jeu/ enjeu) qui servent à coder les contenus des messages médiatiques. Si bien que **le rapprochement de la notion « d'information politique » comme catégorie constituée, avec celle de « cadrage politique » semble s'imposer afin de mesurer les effets de la médiatisation croissante de l'activité politique qui affecte profondément les dimensions cognitives de l'activité politique.** Il y a des cadrages politiques qui reposent sur certaines formes de (re)présentation « inédites » de la politique qui aujourd'hui permettent d'aborder des questions sociopolitiques en évitant le caractère massif des procédés de disqualification de la politique.

suggérée par le traitement médiatique des problèmes ». Les « opérations de cadrage » sont des opérations de catégorisation, de (dis)qualification des conduites, de hiérarchisation des objectifs : le cadrage discrimine les objets d'information non seulement par leur sélection mais aussi par leur présentation. Une opération de cadrage se révèle particulièrement importante, c'est « l'imputation » (la désignation de celui qui doit rendre des comptes, au cœur cognitif d'un mécanisme essentiel de la démocratie représentative) car le travail de cadrage est alors directement lié à un jugement qu'il amorce. Dans cette perspective, la cognition peut en effet devenir persuasion sous 3 formes : focalisation de l'attention publique, discrimination par le cadrage et amorçage par le jugement politique. Cf. GERSTLE, 2002 notamment.

⁴⁹⁷ Sans entrer dans une conception extensive du politique, il est aujourd'hui nécessaire de tenir compte de formes de présentation de l'information ou de l'actualité sociopolitiques, que l'on retrouve significativement, dans les « nouveaux » formats d'information, ceux de la presse écrite des « gratuits », par exemple. Cf. le quotidien « *Metro* » et son bandeau de tête de page, qui sollicite la réaction des « gens », quelque soit le sujet traité.

Les opérations de « double cadrage » ou « d'inversion de (re)présentation » ont été dans ce travail, **observées à travers un examen des stratégies de cadrages des professionnels de la télévision, aussi bien au niveau de la programmation d'une chaîne que d'un format.** Afin de distinguer dans les stratégies de cadrages des chaînes ce qui relève de l'information, d'un format, de sujet, de programmation qui préservent un cadrage politique⁴⁹⁸, de ce qui relève de mise en place de repères cognitifs qui revendiquent des formes de (re)présentation de la politique qui excluent des formes de raisonnement susceptibles de mobiliser des schèmes de perception politique Mais on a également raisonné au niveau des « **rhétoriques de la politique télévisée** » car il faut tenir compte de l'intégration des stratégies de communication des grands leaders politiques avec les stratégies de cadrage des grandes chaînes généralistes dans des rhétoriques concernantes qui rendent si ténue la différence en matière de traitement de l'information, entre des formats politiques et non-politiques⁴⁹⁹.

L'approche par le cadrage se justifie également car **le travail persuasif de « l'actualité télévisée », le déplacement du personnel politique dans des formats non politiques invite à dépasser l'analyse des formats politiques.**

Cette modification des cadres télévisuels de la politique s'explique car il s'agit d'éviter les procédés de disqualification de la politique qui sont liés au traitement de la parole politique. En matière d'information politique, éviter la parole politique, ce n'est pas éviter un cadrage politique qui préserve l'idée que la politique joue un rôle dans le gouvernement des sociétés. La parole politique à la télévision peut difficilement, à travers le discours politique, assurer son travail de rhétorique politique. En raison du manque d'appuis symbolico-cognitifs susceptibles de nourrir le discours politique. Ce sont en revanche, des formats d'actualité ou d'information parce qu'ils sont riches en vision du monde social et en réfraction de l'expérience sociale qui vont permettre le maintien d'une rhétorique politique.

C'est pourquoi j'ai sollicité dans l'analyse, l'information télévisée et les magazines d'information ou d'actualité, du journalisme de médiation ou des genres du talk-show et de l'infotainment, aussi bien que des formats politiques. Puisqu'il y a comme on l'a vu, un procédé de disqualification de la politique pour aborder des questions politiques dans les

⁴⁹⁸ Les formats d'information/divertissement ont ce mérite de permettre la rhétorique politique grâce à des dispositifs qui permettent de porter un regard politique sur le monde social en rendant compte de la demande politique même si les grilles de lecture peuvent être considérées comme inadéquates.

⁴⁹⁹ Ce qui justifie de considérer le *concernant* comme un motif d'une rhétorique politique, une perspective rhétorique qui fixe le lieu d'où l'on observe le cadrage politique.

formats politiques, il est nécessaire de prendre en compte dans l'analyse, des formats non politiques. Bien entendu, la télévision peut faire « passer des messages politiques » dans des séries télévisées, des films de cinéma et toutes autres sortes de formats et de genres. On s'est limité pour l'essentiel, à des formats informatifs dans la mesure où ils entretiennent de ce fait, un rapport particulier au « réel »⁵⁰⁰.

Cette définition de l'étude du cadrage comme celle des forme de représentation et raisonnement sur la politique, en ne restant pas à l'étude des formats institués de la politique (les formes instituées de l'information politique), permet non seulement de nuancer le diagnostic du regard non-politique (distinguer dans ce regard, ce qui relève du dépolitisé et de l'apolitique), mais également de contribuer à l'analyse des **mécanismes persuasifs télévisuels**. Car il s'agit de prendre en considération le traitement de la réalité sociopolitique par les médias que l'on ne peut réduire à l'entretien d'une vision de la « transparence du social » ou au seul usage de grilles de lecture en terme « d'individus » ou de « psychologie ». Il y des tensions, des recompositions qui transparaisent à travers l'objectivité du social qui se fait indirectement jour dans les opinions et les modes subjectifs de comportement dépeints à la télévision. Si comme on l'a dit le problème est en grande partie celui des systèmes de représentation politique, il faut se donner les moyens de les étudier dans la « réalité de seconde main » produite par « l'actualité » des médias télévisuels. Enfin, s'il peut s'agir d'une vision « rhétorique » de la chose, c'est parce qu'on est dans une étude des « mécanismes persuasifs » de la politique télévisée et que les problématiques du traitement télévisuel de la politique et des effets de cadrage nous semble étroitement liées, même s'il convient de respecter leur démarche propre.

Reste alors, afin de mieux rendre compte de ce que sont les recompositions de la politique à la télévision, à prendre la mesure du travail pragmatique des médias et de leur « pouvoir » en la matière. Il faut alors adopter une vision praxéologique du « cadrage » qui traduit une efficacité de la « catégorisation » sous la catégorie de l'information politique. Une position qui témoigne, comme on le voit maintenant, au final, des deux conceptions de « l'information politique », que l'on peut proposer, selon que l'on considère la dimension praxéologique ou bien plutôt épistémologique du « cadrage ». Pour cela on aura à nouveau, recours à l'analyse des jeux sémantiques et cognitifs sur la catégorie constituée de

⁵⁰⁰ On reconnaît bien volontiers que cette affirmation mérite d'être questionnée.

l'information politique. Avec pour horizon cette interrogation non dénuée d'un caractère normatif: *pourvu que les médias télévisuels en inversant la (re)présentation de la politique, parviennent à rendre compte du monde social de manière à ce qu'ils puissent cadrer politiquement « la politique » à la télévision, sinon, ils double cadreront pour répondre à la force de la catégorie d'entendement, du point de vue politiques.*

B. La catégorisation télévisuelle de la politique : faire de l'information politique et opérer un cadrage politique de l'information

Pour exercer leur pouvoir de cadrage, les médias télévisuels disposent du pouvoir de catégorisation, c'est-à-dire de classer dans des formats médiatiques. Le cadrage politique opéré par les médias télévisuels, s'apparente à un travail de catégorisation, dans la mesure où classer, dans la catégorie de l'information politique, c'est solliciter le point de vue politique et les formes de raisonnement qui y sont associées (articulation partisane et normative). Que les formats télévisuels de la « politique dépolitisée » « *moquent* » cette articulation, traduit une efficacité de la catégorisation politique : classer dans formats politiques permet de servir des cadres d'interprétation et des grilles de lecture peut-être convaincants, mais restrictifs et négatifs de la politique qui, à ce titre, sont porteurs de procédés de disqualification de la politique. Il y a donc des jeux de classement pour activer ou non, la disqualification de la politique.

La politique télévisée dépolitisée que j'ai étudiée repose sur ce type de procédés puisque, tout en revendiquant l'articulation conceptuelle de la politique, les formats télévisuels dans lesquels se sont exprimés les professionnels de la représentation ont moqué cette articulation en questionnant en permanence le lien entre les dimensions normative et partisane de la catégorie d'entendement politique. D'où les jeux sémantiques et cognitifs qui ont été opérés sur la catégorie de l'information politique. Mais les interprétations divergent quant aux intentions qui auraient animé les professionnels de la télévision, selon que l'on considère leurs ruses pour servir un « double cadrage » ou bien plutôt, des inversions de (re)présentation. On peut les accuser d'entretenir, de banaliser un double cadrage de la politique à la télévision, sachant que les médias télévisuels peuvent faire passer des messages politiques sans faire « d'information politique », c'est-à-dire sans revendiquer l'articulation. Mais on peut également regarder comment ils ont « rusé », en ne s'arrêtant pas à certains aspects de leur contribution et en étudiant le traitement télévisuel de la politique qu'ils ont effectué. Il ne faut pas voir dans toutes les formes de convocation de la politique à la

télévision des apolitismes, dès lors que le format n'est pas politique. Il peut s'agir d'inversion de (re)présentation, avec la difficulté que cette inversion suffit déjà à voir les choses différemment. **C'est pourquoi, il est nécessaire de recourir à la notion de cadrage politique, afin de disposer d'un outil analytique qui permette de se prononcer sur les recompositions symbolico-cognitives de la politique à la télévision sans s'arrêter à l'étude des formes instituées de représentation de la politique. Encore une fois, dans le double objectif de ne pas confondre visibilité et centralité de la politique à la télévision, et, pour apporter une réponse à la difficulté qui est liée au fait que les catégories instituées de « l'information politique » ne rendent pas compte (hier plus qu'aujourd'hui ?) de la diversité des formes de convocations de la politique à la télévision.** Mais il faut alors considérer la contrainte que se donnent les médias télévisuels, celle de devoir s'appuyer sur les perceptions et les significations de la « politique » qu'ils jugent dominantes dans la société, et, qui sont restrictives et négatives, celles du « cadre du jeu ».

Pour étudier la catégorisation télévisuelle de la politique, il faut envisager la mise sous le prédicat politique, à travers un examen différencié des catégories référentielles et catégories linguistiques de la politique à la télévision.

1. Le pouvoir de catégorisation des médias télévisuels : catégories référentielles et catégories linguistiques de la politique à la télévision

Quand on a à faire à un item lexical polysémique, comme le terme « politique », deux types de questions de catégorisation qui ne se recoupent pas, se posent⁵⁰¹.

Une question relative à **la catégorie linguistique politique** concerne les sens, les catégories de sens regroupés par l'item « politique ».

La question qui se pose alors est : pourquoi ce sens particulier de « politique » est regroupé par l'item « politique », dans telle ou telle occurrence médiatique ? Les catégories linguistiques « catégorisant » des sens, il faut partir à la recherche de la désignation « politique » pour repérer quels sens classe le « **classificateur** » **politique**. Les catégories linguistiques rendent compte de ce qu'un mot peut regrouper des sens différents ; elles regroupent donc des sens ou des catégories de sens. Elles sont opérationnelles pour l'étude

⁵⁰¹ KLEIBER, 1990.

des items polysémiques en fonctionnant comme des catégories de sens, d'acceptations différentes. Il s'agit alors de mobiliser une théorie de la sémantique lexicale qui décrit les relations entre différentes acceptations, donc entre les différentes catégories d'un mot. On accède ainsi à la structuration des différents sens d'un mot. La catégorie linguistique de politique privilégiée par la politique télévisée sera celle du « jeu ». Le classificateur « politique » classe des sens de « politique » autour du champ lexical du « jeu » et des relations cognitives qui les relient (métaphores et métonymies). Le jeu est ainsi un « classificateur » de « politique » et l'une de ses dénominations standard.

Le second type de questions de catégorisation qui se pose concerne non plus les catégories linguistiques mais **les catégories référentielles ou conceptuelles**. Ces catégories permettent de répondre à la question : pourquoi range-t-on l'entité particulière x dans la catégorie X ? Si on range l'entité particulière x dans la catégorie X, c'est parce qu'elle possède les traits associés à la catégorie ou au concept de X. Si cette question ne peut être pertinente pour le polysème politique dans son entier, les catégories référentielles n'opérant que sur des items monosémiques⁵⁰², elle peut en revanche s'appliquer à chacune des catégories référentielles qu'il regroupe. Pour le sujet qui nous intéresse, il s'agit de **la catégorie référentielle de « l'information politique »**, telle qu'elle s'actualise dans la « page politique » d'un journal télévisé, le « sujet politique » d'un magazine d'information ou encore dans un format d'information dit « politique » : pourquoi range-t-on l'entité particulière (une « information » ou « un sujet d'information ») dans la catégorie référentielle ou conceptuelle de « l'information politique » ? Autrement dit pourquoi qualifie-t-on l'entité particulière (une information, un sujet d'information x) de politique (X) ? Quand X est un terme polysémique comme politique, la réponse est : si x (une « information ») est politique (X), c'est parce qu'elle possède des traits associés à la catégorie ou au concept d'information politique (Y), Y étant une catégorie faisant partie des catégories regroupées par la catégorie politique.

Il faut donc distinguer une catégorie linguistique comme celle de « politique » qui regroupe des sens ou des catégories de sens différents, et celle « d'information

⁵⁰² Cette différence entre catégories linguistique et référentielle est d'importance et réside dans une différence fondamentale d'utilité et de fonctionnement. Les catégories référentielles (ou conceptuelles) sont ouvertes, génériques, elles rassemblent des occurrences factuelles, virtuelles et contrefactuelles, à la différence des catégories linguistiques qui, dans l'hypothèse où l'on conçoit les items polysémiques comme des catégories regroupant des sens, sont des catégories fermées, ne rassemblant que des sens attestés et existants et ne disposant de ce fait d'aucun pouvoir de classer des éléments nouveaux, des sens ou des catégories comme appartenant à leur catégorie.

politique », qui constitue une catégorie référentielle en ce qu'elle regroupe non des sens, mais des membres ou des référents⁵⁰³.

Si cette distinction est d'importance c'est parce qu'elle permet de rendre compte des jeux sémantiques et cognitifs sur l'information politique.

Que les nouveaux formats politiques à la télévision, notamment ceux mis en place pour la campagne présidentielle 2007, prétendent non plus être des « magazine politiques » mais des « magazines d'information politique », signifie que ce sont dans ce cas, des jeux de catégorisation non plus **sémantiques** qui opèrent, mais **conceptuels ou référentiels** : le format n'est plus « politique » mais « d'information politique », et, à ce titre il va catégoriser des objets d'informations qui relèvent de cette catégorie, c'est-à-dire de celles des coulisses, du journalisme d'état-major, des jeux stratégiques.

Les jeux de catégorisation sémantique, sans proposer ici une analyse systématique des catégories linguistiques de l'item politique à la télévision, les professionnels de la politique télévisée s'y sont livrés à longueur de formats télévisuels de la politique télévisée dépolitisée, car il s'agit de faire avec le fait que les sens ou les catégories de sens que classifie la désignation politique sont des sens ou des catégories de sens très restrictifs et négatifs du polysème politique. Si l'on se place dans la perspective d'une analyse des catégories linguistiques de la politique, on comprend sans difficulté que quand un acteur de la politique télévisée dit « (c'est) politique », la dénomination « politique » sert des sens restrictifs et négatifs de la politique, car, d'une part **les catégories linguistiques ne servent que des sens attestés et existants** de l'item politique et d'autre part, les médias télévisuels ne véhiculent que des **sens qui sont socialement dominants**.

Seulement, comme on l'a étudié, dans **les formats politiques**, c'est-à-dire dans les repères cognitifs de la **catégorie référentielle ou conceptuelle de l'information politique**, ces usages télévisuels conduisent à ce que les référents (les objets d'information que classe cette catégorie) soient catégorisés dans ces formats institués sans répondre au **concept de la catégorie constituée de l'information politique** : ce sont des procédés de disqualification de la politique qui sont donc engendrés par la politique télévisée. Dans cette situation, ce sont **les**

⁵⁰³ Le fait qu'il s'agit dans les deux cas d'un item lexical ne suffit pas à parler de catégorie de la même façon pour les deux ; la différence entre les deux est irréductible. L'item polysémique *politique* peut être considéré comme une catégorie, mais comme une catégorie de sens, d'acceptions différentes. Ce qui signifie que la description de l'organisation interne de cette « catégorie » n'est pas celle du concept *politique*, de la catégorie *politique* mais uniquement de celle de la structuration des différents sens ou catégories de sens que classifie précisément *politique*. L'item non polysémique *information politique* renvoie à une catégorie de référents.

catégories référentielles qui sont donc amenées à évoluer : on ne parle plus de « magazine » ou d'« émission politiques » mais de « magazine d'information politique »... ou bien alors les formats télévisuels ne seront plus « politiques »... et il faudra alors recourir à l'étude des formes de (re)présentation et de raisonnement sur la politique pour savoir si un cadrage politique opère, et si donc, le format peut finalement, relever de la catégorie constituée de l'information politique.

2. la catégorie de l'information politique comme catégorie basique

Si l'on en revient à ce que classer dans la catégorie de l'information politique signifie, on s'aperçoit que « faire de l'information politique », ce n'est pas faire de la « politique télévisée ». C'est solliciter le point de vue politique. Et c'est essentiel si l'on juge important de ne pas « déconnecter les systèmes de pensée des pratiques sociales qu'elles organisent »⁵⁰⁴.

Il n'est ainsi pas surprenant que les professionnels des médias télévisuels ne fassent plus ou pas davantage « d'information politique » dans un âge anti-politique. Car cela peut être très contraignant sur un plan symbolico-cognitif, pour certains formats.

Pour répondre au regard désenchanté de leurs téléspectateurs, il doivent faire, dans le monde « antipolitique » qu'ils construisent, du « dépolitisé » et risquent alors d'être critiqués pour « dire du mal des politiques ». Ce qui explique le « sursaut républicain » incarné par les formats de réhabilitation de la parole politique. Mais il est peut-être alors préférable de s'abstenir de revendiquer l'articulation de l'information politique entre des enjeux et des offres politiques, et faire comme l'apolitique « 13h » de *TF1*, un journal apolitique plutôt qu'antipolitique. S'agissant des chaînes et de leur programmation en matière de politique à la télévision, d'adopter des stratégies de double cadrage pour contourner cette même difficulté. Des stratégies qui vont différencier des formats de décryptage de la politique dans un journalisme d'état-major, de formules de recueil de la parole politique⁵⁰⁵. Le problème est alors celui d'une politique télévisée qui n'est plus dépolitisée mais apolitique. D'où, il me semble, **la nécessité de conserver des formats télévisuels « politiques », qui même**

⁵⁰⁴ QUERE, 1994.

⁵⁰⁵ Une dichotomie que la période électorale de 2007 ne devrait pas manquer d'illustrer, sur un modèle nord-américain de communication politique : « publicité politique » d'un côté, « *negative reporting* » de l'autre, Cf. la conclusion et C. RESTIER-MELLERAY, « La proximité dans les médias : retour sur une loi » in *La proximité en politique*, op. Cit. : « Les débats soulevés à la fin de l'été 2003 par le projet de mise en place d'un dispositif de proximité médiatique (les émissions de *politique-réalité* par la chaîne TF1) attestent encore une fois du fait que la France découvre tardivement, avec un décalage d'une dizaine d'années, les modes de fonctionnement des médias américains et les transformations de leur relations avec le champ politique ».

« dépolitisés », maintiennent l’articulation, qui « disent ce qui concerne les gens » en faisant de la politique. Mais surtout du renouvellement des formes de (re)présentation de la politique à la télévision, dans les journaux télévisés, les magazines d’information...

On peut se demander, in fine, si cette catégorie de l’information politique est un outil central de la politique télévisée, dans la **visée praxéologique de la catégorisation télévisuelle de la politique**, c’est-à-dire en observant si le classement dans la catégorie de l’information politique est un outil central de la politique télévisée. Il faut à cette fin, observer dans quelle mesure la catégorie de l’information politique permet de fournir des cadres d’interprétation efficaces et convaincants de la politique, qui s’adaptent aux jugements portés sur cette activité. Mais il est également nécessaire d’observer quels sont les objets d’information (entités) qui sont sélectionnés, et, quelles descriptions (propriétés) de ces objets, l’information politique autorise.

Cette catégorie est un outil central de la politique télévisée car elle permet de solliciter avec des percepts restrictifs et négatifs, des cadres d’interprétation efficaces et convaincants (jeu). Mais la centralité de la politique (enjeu) oblige à en faire « ailleurs » et « par le bas »⁵⁰⁶. **Car les professionnels des médias sont à la recherche de ressources symboliques qui leur permettent de faire passer des messages politiques et « l’information politique », dans un certain sens, ne le peut pas.** Cette catégorie a donc été efficace dans des « stratégies de cadrage » de la politique télévisée qui ont porté des procédés de disqualification de la politique, en classant dans la catégorie de « l’information politique » sans répondre à ses principes de sélection. Même si certains médias télévisuels ont bien essayé « d’articuler » dans cette catégorie de l’information. Cependant, comme on l’a vu, dès que les professionnels de la représentation mettent sur l’agenda (politique), « c’est stratégique ». Ce qui invite à se demander pourquoi ils peuvent avoir quelques intérêt et avantage à « cadrer » ainsi.

Que certains acteurs politiques soient par exemple tentés d’aller « au secours » de certains formats politiques⁵⁰⁷, d’autres de mettre en place dans les « grands » médias télévisuels des rhétoriques politiques *concernantes*, témoigne du fait, qu’il faut dans l’analyse,

⁵⁰⁶ Sur l’utilisation de ces approches dans l’étude des « usages » de la politique à la télévision ; LE GRIGNOU, 2003, *Du côté du public*. Usages et réceptions de la télévision. Economica.

⁵⁰⁷ Cf. les discussions publiques autour de l’arrêt de l’émission de Karl Zéro (*Le Vrai Journal*) diffusée sur Canal +.

mettre en valeur les stratégies de communication politique qui se mettent en place autour de ces jeux de classement⁵⁰⁸.

Sur un plan conceptuel⁵⁰⁹, cela signifie que cette catégorie de l'information politique est une « **catégorie basique** » : elle permet des raccourcis cognitifs selon un principe d'économie cognitive qui maximise l'information : « **les politiques se battent entre eux plutôt que de changer le monde** » !

Car dans une visée épistémologique, cette catégorie constitue bien « un dépôt de significations » qui sont « décontextualisées ». C'est une « grille supra contextuelle », car elle est liée au point de vue politique. Elle est une catégorie constituée, qu'on ne peut réduire à ses formes instituées et à des logiques de classement dans une classe d'appartenance, même si on ne peut alors, comprendre les procédés de disqualification et de jugement qu'elle opère, si on n'envisage pas ces procédés de catégorisation dans des formes instituées⁵¹⁰.

Dans ces conditions, qu'attendre des médias télévisuels en matière de traitement de l'information politique ?

Qu'ils traduisent la réalité de l'articulation, du rapport constitutif, normatif et partisan, de la politique ? Sont-ils vraiment loin de le faire au quotidien ? La télévision *concernante*

⁵⁰⁸ Des jeux qui alimentent ainsi les stratégies médiatiques des candidats à la présidentielles 2007, en fonction de la couverture « politique » que sont susceptibles d'offrir les stratégies de cadrage, les formats des différents médias télévisuels. Sur ce point par exemple, D. SCHNEIDERMAN, « 2007 : l'élection cyberprésidentielle », *Libération*, 25 août 2006 : « Si Ségolène Royal est si populaire, c'est parce qu'elle n'hésite pas à inclure le cancer du sein dans les problèmes dignes d'être évoqués dans une campagne présidentielle. Que les journalistes politiques traitent son discours selon leurs critères habituels (privilégiant les manœuvres politiciennes) contribue à entretenir un débat politique à deux étages : celui des grands médias télévisuels, irréel et décroché de la réalité, et l'autre. »

⁵⁰⁹ La catégorie de l'information politique fonctionne comme un « dispositif de catégorisation », car précisément, elle « dispose d'une aptitude à la catégorisation ». Dans une visée praxéologique, on est amené à considérer que cette catégorie de l'information politique ne doit pas être considéré comme une « classe d'objets » mais comme une « règle de procédure » qui permet d'opérer des catégorisations, via ses formats institués. Elle constitue un « dispositif de catégorisation » à la disposition des « stratégies de cadrage » des acteurs. Le cadrage est cette règle de procédure qui permet de « réduire la polyphonie sémantique » de la politique télévisée, car ses acteurs savent qu'il y a « des conjonctions sémantiques a priori des concepts » et des « liens de familiarité pratique avec les domaines sociaux qu'ils organisent ». Le cadrage peut alors être défini comme « l'acte de déterminer » car il « sélectionne la règle de procédure de composition, d'analyse, de combinaison », en opérant avec le langage et des mots. Cf. QUERE, 1994.

⁵¹⁰ En définissant, dans une visée praxéologique de la catégorie, le cadrage politique comme un acte de procédure et pas seulement comme un objet de pensée (« contenu » de la catégorie de l'information politique), l'analyse de la catégorisation peut prendre une dimension historique et sociologique : pourquoi en âge politique, les formats politiques ne semblent pas « disqualifier » la politique ? Parce qu'il est toujours facile d'y faire entrer (de catégoriser) des objets d'information. Mais on retrouve alors la dimension épistémologique : est-ce pour autant que l'on y fait de la politique, c'est-à-dire que le point de vue politique opère ? Si tel n'est pas le cas, le procédé de disqualification est également sollicité. Ne dit-on pas que quand « tout est politique », « rien ne l'est » plus ?

doit-elle être vue, dans son cadrage de la politique, comme un moyen de faire prévaloir le traitement télévisuel des « enjeux politiques », et pas uniquement comme une « manière » (dépolitisante) d'observer le monde social, sous l'angle des préoccupations et des perceptions du public ? Quelles sont alors, à la télévision, les autonomies symboliques et cognitives qui sont quotidiennement conférées à la politique ? « Redécouvrir le pays au-delà des mots de ceux qui les gouvernent », comme le revendiquent les professionnels de la télévision, c'est (littéralement) détruire toute rhétorique politique. Mais c'est également préservé un « cadrage politique » de l'information, qui évite les procédés de disqualification liés à la couverture des « jeux » politiques.

Ce qui, peut-être, trouble en définitive le jugement que l'on peut porter sur l'activité des professionnels de la télévision en matière de traitement télévisuel de la politique, c'est que **le « regard dépolitisé » qu'offrent les médias télévisuels sur la politique, n'est pas systématiquement un élément des dispositifs médiatiques de « double cadrage » de la politique, dont la montée en puissance semble pourtant aujourd'hui, inexorable.** Certes « le cadrage par les jeux »⁵¹¹ s'est largement emparé du traitement des sujets « politiques » à la télévision. Et a ainsi laissé *le* politique au « *concernant* », sans que cela signifie que « le cadrage par les enjeux » n'opère pas. C'est cela, je crois, qui a rendu plus difficile une bonne appréhension de l'articulation que « l'information politique » en tant que catégorie constituée réalise entre des enjeux et des offres politiques. A ce titre, l'information télévisée quotidienne semble « résister » par rapport à l'information des formats labellisés comme « politiques », certainement, car elle est trop pleine « d'idéologies », c'est-à-dire de visions du monde social, dont on peut penser, qu'il reviendrait aux professionnels de la (re)présentation politique que sont ceux de la télévision, sinon de les nommer, au moins les de dire.

Au terme de ce dernier chapitre, il est nécessaire d'offrir une conclusion qui synthétise **les résultats acquis par la mise en place de cette grille interprétative et théorique.**

A la question « les médias télévisuels font-ils passer des messages politiques dans des catégories politiques », la réponse est donc différente selon que l'on considère l'étude des formes de (re)présentation de la politique dans des formats institués ou bien si l'on envisage l'examen des formes de raisonnement qui opèrent, le cadrage politique. Dans le premier cas, les professionnels de la politique télévisée ont engendré des significations politiques dans des

⁵¹¹ Cf. J. GERSTLE (2004) pour une présentation des différents types de « cadrage ».

catégories non-politiques, car dans un « âge anti-politique », caractérisé par la circulation de perceptions et de significations négatives et restrictives de la politique, faire de la politique télévisée dans des formats politiques institués, est porteur de procédés de disqualification de la politique. Dans le second cas, la réponse est donc moins rapportée à la « visibilité » de la politique à la télévision, qu'aux « mécanismes de persuasion » que son cadrage engendre. Il est alors possible de mettre en valeur des procédés de « double cadrage » de la politique à la télévision, distinguant enjeux politiques et offres politiques, et des procédés d'inversion de la (re)présentation de la politique qui préservent un « cadrage politique » de la politique, partant qui sollicitent la **catégorie constituée de l'information politique**.

Le recours à cette notion de **cadrage politique** afin de traiter des « recompositions symbolico-cognitives de la politique », et singulièrement de son « traitement télévisuel », se justifie à une époque qui est marquée par un renouvellement des formes de (re)présentation de la politique à la télévision ; ce qui invite à examiner les catégories analytiques sollicitées pour son étude. De ce point de vue si « **la politique** », le « regard » que les acteurs sociaux portent sur cette activité, ainsi que ses formes de convocation dans les médias télévisuels **changent**, elle se caractérise par une catégorie d'entendement, dont il s'agira précisément d'observer si les repères cognitifs qui lui sont associés – non réduits à des formats institués médiatiques-, sont adéquats, c'est-à-dire s'ils lui confèrent ses autonomies symboliques et cognitives.

Il s'agit par cette démarche, d'éviter le brouillage consécutif à « l'antipolitisme », qui a pour effet, si l'on reste dans l'optique d'une observation de la « politique télévisée » à partir de certaines formes de « regard » et de convocation de la politique dans les médias télévisuels, de conduire systématiquement à des conclusions en terme de cadrage dépolitisé de la politique ou bien encore de grilles de lecture inadaptées de la politique à la télévision.

C'est pour cette raison, que j'ai défini « l'information politique » comme une catégorie constituée (« basique »), dans la mesure où celle-ci répond à **l'articulation conceptuelle du rapport politique**, constitutif de la catégorie d'entendement politique. Il s'agit d'observer par la suite, les différents types de **jeux sémantiques et cognitifs** opérés par les acteurs de la communication politique, sur cette catégorie constituée. Et de mobiliser alors l'outil d'analyse du « cadrage politique ».

CONCLUSION⁵¹²

⁵¹² « Trêve de disputes : jamais l'appellation des choses n'exprime leur vraie nature (...) ; car les choses existent en dehors de nos points de vue – telles quelles ». Angel WAGENSTEIN, *Adieu Shanghai*, Roman, L'esprit des péninsules, 2004.

L'ambition de ce travail de thèse était de proposer **un cadre interprétatif original** des recompositions symbolico-cognitives de la politique dans les médias télévisuels, ainsi que des **outils d'analyse** de la « politique télévisée »⁵¹³.

Ce schéma d'interprétation ainsi que la mise en forme des propositions théoriques auxquelles il préside, a été construit à partir de l'analyse d'un corpus, qui à bien des égards, fonctionne comme un « isolat ». Non pas que ces propositions soient pure impression ou interprétation, dans la mesure où elles reposent précisément sur l'étude d'un corpus. Mais parce qu'il ne s'agissait pas, comme on l'aura compris, de prétendre décrire avec l'analyse de ce matériau, une « réalité », de rendre compte d'un ensemble défini et délimité de certaines pratiques des professionnels de la politique télévisée. Dans cette perspective de recherche, il conviendrait en effet d'explorer davantage les dimensions « interactive » et « structurelle », du « processus multidimensionnel de la communication politique »⁵¹⁴, partant des pratiques de communication des professionnels de la (re)présentation de la politique à la télévision.

Aujourd'hui, cette orientation nécessiterait en particulier, de prendre en considération d'autres sources d'information que celles offertes par les médias télévisuels généralistes dans les journaux et les magazines télévisés, à savoir celles des chaînes d'information en continu et du câble et du satellite⁵¹⁵, de l'Internet⁵¹⁶, qui conditionnent au même titre que les conversations interpersonnelles, l'écoute des formats télévisuels étudiés dans ce travail de recherche⁵¹⁷.

Un récent travail consacré aux « électeurs français et l'information télévisée »⁵¹⁸ permet d'appréhender cette question de la représentativité des chaînes hertziennes généralistes comme source d'information politique privilégiée du public de la télévision. L'écoute des journaux télévisés est ainsi extrêmement concentrée sur quelques grandes chaînes : 4 « JT » représentent $\frac{3}{4}$ des audiences des « JT ». L'étude souligne que « pour certains, le fait de

⁵¹³ Il me semble que cette « ambition » est la finalité de tout travail de recherche. Même si j'ai conscience que ce « cadre » et ces outils gagneront à se confronter encore à d'autres pensées et terrains. Afin de remplir pleinement leur vocation qui est celle de l'échange avec une communauté scientifique et un public.

⁵¹⁴ GERSTLE (2004).

⁵¹⁵ Par exemple le format politique « *Impertinence* » présenté par Bruno Masure, sur la chaîne parlementaire, « le franc parler » sur *i-télé* en partenariat avec *Le Monde* et *France Inter*, également « *ça se dispute* »... cf. les annexes pour une présentation d'une « saison très politique », in *Le Monde TV& Radio*, 17-18 septembre 2006.

⁵¹⁶ Au sujet des « contre-pouvoir d'Internet », suite à la publication dans « *l'Obs en ligne* » d'un article consacré à la popularité de Jack Lang telle qu'elle s'est réellement exprimée au Festival des vieilles charrues, Cf. D. SCHNEIDERMAN, in « 2007 : l'élection cyberprésidentielle », *Libération*, 25 août 2006.

⁵¹⁷ L'étude des « intertextualités » de la politique télévisée. Pour une approche du « discours des médias » qui insiste sur cette dimension : Norman FAIRCLOUGH, *Media Discourse*, 1995, Arnold.

⁵¹⁸ Thierry VEDEL, « Baromètre Politique Français (2006-2007) CEVIPOF-Ministère de l'Intérieur ». Près de 3 électeurs sur 4 regardent un journal télévisé régulièrement, i.e. au moins 5 jours par semaine. La télévision est la première source d'information politique en laquelle les électeurs ont dans leur ensemble le plus confiance.

suivre très peu l'information télévisée procède non pas d'une défiance à l'égard de la télévision en tant que telle, mais plutôt d'un désintérêt pour la politique » (...) alors que, « pour d'autres, il s'agit d'une défiance à l'égard du médium ». Elle insiste sur le fait que « plus on s'intéresse à la politique, moins on a confiance dans la télévision ». Ceux qui ne s'intéressent pas à la politique se tournent vers les « JT » de *TF1*, même si ces « JT » ne s'adressent pas uniquement à ceux qui ne s'intéressent pas à la politique (électeurs de l'extrême gauche, en particulier). Le « 13h » de *TF1* est le plus typé, de ce point de vue, puisque 70% de ses téléspectateurs n'ont pas ou peu d'intérêt pour la politique (« l'auditoire du 13h est le plus hostile à la ratification du TCE »).

Demeure alors **l'interrogation sur les « usages et les réceptions »**⁵¹⁹ de cette « politique télévisée » que j'ai longuement étudiée.

Dans l'ouvrage qu'elle a consacré à cette question, Brigitte Le Grignou présente les travaux expérimentaux menés par Shanto Iyengar sur le « mécanisme de cadrage », en particulier sur « l'attribution des responsabilités », étudiée à la fois comme une thématique centrale du discours politique, et, comme un outil cognitif que permet aux profanes de se forger une opinion (« réduite »)⁵²⁰. L'intérêt d'une telle approche est de rapporter ce processus d'attribution des responsabilités au contexte d'émergence et de traitement de ces problèmes dans les médias, en particulier celui des informations télévisées. Ce qui conduit le politiste à distinguer deux types de cadrages ou de modalités de traitement des sujets dans les « JT », (anecdotique et thématique). La difficulté étant que les reportages télévisés mêlent les deux types de cadrage, il est nécessaire de conduire des expériences qui consistent à exposer des participants à des sujets qui présentent un cadrage « anecdotique » ou « thématique », afin de recueillir leurs réactions et opinions sur les causes de tel ou tel phénomène ainsi que sur les solutions pour y remédier. Il convient ensuite de rapporter ce pouvoir de cadrage télévisuel aux dispositions des individus et à leurs identifications partisans.

Ce qui est en question c'est donc bien **cette hypothèse**, à discuter, selon laquelle **les différences de contenu jouent un rôle significatif dans ce que les publics apprennent dans les différents médias** (télévisuels). Elle est essentielle pour « la compréhension d'un processus qui est au centre de la recherche », le *frame-sharing* : « comment les médias de

⁵¹⁹ LE GRIGNOU, *Du côté du Public*, 2003, op. Cit.

⁵²⁰ Voir aussi J. GERSTLE (2004), pour une présentation de ce type de recherches dans le monde académique nord-américain.

l'audiovisuels arrivent à partager les mêmes catégories interprétatives que leur public ? Où se trouve la cause principale ? »⁵²¹ Cette hypothèse de recherche est également à la base de toutes les études qui suspectent que le « negative reporting » soit à la source de la défiance, voire de la crise de participation politique du public dans les démocraties. Car « plus la voix des journalistes est forte dans le traitement de la politique (...), plus c'est cynique », comme le montrent Marion Just, Ann Crigler et Tami Buhr, à l'occasion d'une étude sur la couverture médiatique de la campagne présidentielle de 1992 aux Etats-Unis⁵²².

Ces politistes procèdent à une analyse de la campagne selon les 3 axes que sont : « la voix », « la substance » et le « cynisme ». Il s'agit de mettre en valeur « the Unseen Narrator » que sont les professionnels des médias, c'est-à-dire « ceux qui parlent pour les représentants politiques » dans les informations médiatisées. Le « ton cynique » de la campagne est ainsi le fait de ces professionnels de la communication politique qui sont les plus « cyniques » ; essentiellement car ils sont responsables du fait que les sujets se rapportant à la campagne (« campaign issues ») soient abordés à l'aide de « strategic » ou de « game-oriented frame ». Si les « journalistes » ont des « mots durs » pour les responsables politiques, c'est qu'ils cherchent à faire la balance avec les reportages qu'ils sont en quelque sorte « obligés » de faire, afin de suivre « le train » des candidats et qui laissent la possibilité à ces derniers, de fortement contrôler leur message⁵²³. L'étude montre alors que la plus riche source d'information pour connaître les « positions » des candidats sont les interviews, car elles respectent « l'argumentation politique », et que les « publicités politiques » sont les plus « substantives » car ces formats permettent de diffuser le discours politique.

Comme je l'ai étudié, dans la perspective d'un traitement médiatique de la politique, le problème est que la politique est donnée à voir en dehors de toute « information politique », soit parce qu'il s'agit de « propagande » (publicité politique), c'est-à-dire sans traitement journalistique des offres politiques, soit parce que si les journalistes interviennent, ce sont des « hard balls » qui sont lancées, c'est-à-dire des attaques de la parole politique, dont on sait combien elles nourrissent des procédés de disqualification de la politique.

⁵²¹ GERSTLE (2004).

⁵²² JUST M., CRIGLER A. & BUHR T. (1999), «Voice, Substance and Cynism in Presidential Campaign Media», in *Political Communication*, N° 16, Taylor & Francis..

⁵²³ Cf. RENARD L. (2002), «Les télévisions américaines et la campagne présidentielle 2000: les évolutions de la communication politique aux Etats-unis», *Les dossiers de l'audiovisuel*, La documentation française, mars/avril. Sur cette question en particulier, « la règle de substitution de produit » développée par John ZALLER, « The rules of substitution on presidential campaign news », in *Election Studies*, What's Their Use, s. dir. E. KATZ & Y. WHARSHEL, 2001, Westview Press, Boulder.

Si l'on se tourne à nouveau vers la communication politique en France, on peut alors s'interroger sur la démarche (et les arguments) de ces professionnels de « l'information politique » qui **revendiquent la « modernité »** d'une « information politique différente », qui veut placer les politiques face à leurs contradictions »⁵²⁴, quitte à les « piéger »⁵²⁵ ? Alors que d'autres, parmi les professionnels de l'information télévisée, continuent de dresser des « **portraits de la France** »⁵²⁶, ceux de la « France avant la campagne », dans lesquels il est donné à voir au public, la famille *Lajon* - elle compte 5 filles (« âgées de 5 à 16 ans ») dont le père est employé d'usine (« avec un salaire de 2400 euros par mois »), la mère, assistante maternelle (« 1000 euros mensuels »), afin de répondre à la « première question de cette série de portraits » : « les classes moyennes et l'évolution de leur niveau de vie ». Trois minutes après avoir fait la connaissance de cette famille, et non sans avoir assisté à divers moments de sa vie quotidienne, nous saurons, que c'est le « 13^{ème} mois qui permet de prendre des vacances », et, que cette famille ne pourrait « plus se payer la maison » qu'elle occupe, observations livrées sans que les journalistes aient porté un regard misérabiliste sur la situation, mais avec un commentaire final qui soulignera toutefois, que « l'horizon social est de plus en plus bouché ».

Cet exemple témoigne clairement à nouveau, du fait que « la description des médias audiovisuels comme outils d'une extension des espaces d'expression ouverts à une prise de parole politique, largement entendue, paraît réaliste »⁵²⁷. Tant les principales « story frame » des médias – mais également celles des professionnels de la politique et du public (la défiance

⁵²⁴ Laurence Ferrari, in *Le Monde TV&Radio*, 11-18 septembre 2006, cf. Annexes.

⁵²⁵ Le « piégeage » de Dominique Strauss-Kahn, « DSK », lors de la première édition de « *Dimanche +* » consiste en ce que le candidat à l'investiture du PS a acheté devant les caméras, deux disques que son conseiller en communication venait de lui recommander d'acquérir. Or cette recommandation a été faite à l'abri des caméras, mais pas d'un micro resté « ouvert » dans la pièce où se tenaient les deux hommes. Le plus « étonnant » reste à mes yeux les échanges qui suivront entre le représentant politique et la journaliste : - « quand on joue le jeu de la communication... » (DSK) – « vous avez joué le jeu, merci. » (L. Ferrari). Le leitmotiv des protagonistes sera durant toute la suite de l'émission : « c'est le jeu ! » Un journaliste de *Télérama* (Erwan Desplanques) qui rapportera ces faits « *après coup* » (magazine daté du mercredi 4 octobre 2006, N° 2960) emploiera le lexique suivant : « Plus **émission de communication politique** que magazine de fond. Ce qui remplit déjà une partie du cahier des charges ».

⁵²⁶ Titre d'une nouvelle rubrique, mise à l'antenne pour la première fois le mardi 3 octobre 2006 dans le « 20h » de *France 2* (20h25), et qui interviendra désormais « tous les mardi », jusqu'au « début de la campagne » (David Pujadas). Et que d'autres professionnels, spécialistes de la « médiation » télévisuelle (P. Amar) convoquent des « *Etats Généraux* », pour reprendre le titre d'une nouvelle émission programmée pour la première fois le 10 octobre 2006 sur *France 5*, dans laquelle « Laurent Fabius répondra aux questions du public ». Il sera alors intéressant d'observer si, comme dans le cas américain, ces formats de « town meeting » dans lesquels les citoyens, davantage que les journalistes, sont les interlocuteurs des représentants politiques, apportent davantage d'informations « substantives » que la « horse race » des news, et ce même si 2/3 des questions du public sont des « hard balls » et que le ton est clairement celui de « l'entertainment ».

⁵²⁷ NEVEU (2000b), « De quelques incidences des médias sur les systèmes démocratiques », in *Réseaux*, N° 100, op. Cit.

à l'égard de la politique, la perte de pouvoir et d'efficacité du politique, le conflit, l'économie, l'impact humain, le changement, la moralité, les valeurs) - **composent un ensemble dont les détails s'arriment mutuellement, ont besoin l'un de l'autre, se conditionnent pour faire sens.**

C'est en cela que « l'apolitisme télévisuel » pose d'évidents problèmes de légitimité et d'éthique. Non pas tant parce qu'il témoignerait d'une incapacité, voire plus grave, d'un refus des professionnels de l'information à la télévision, pour apporter dans l'espace public, ces grilles d'intelligibilité du social qu'on leur réclame, mais parce que quand il prend les traits de « l'ajournalisme », cela signifie que les médias télévisuels n'attribuent pas les autonomies symboliques et cognitives au secteur d'activité social, **la politique**, dont ils traitent. Ils n'en rendent pas compte d'après le point de vue qui est à son fondement, qui détermine ce que sont ses rapports avec les autres sphères du social, et, qui lui confère ainsi une dimension à la fois collective et sacrée.

C'est dire combien les évolutions dans le traitement télévisuel de la politique à la télévision s'inscrivent dans un glissement plus général de ce que l'on désigne comme étant la **relation gouvernant/ gouverné**. A force que l'argument(-ation) politique tel qu'il est donné à entendre (et à voir à la télévision) par la parole politique ne soit jamais suivi d'effets, soit parce que les politiques mises en place par les gouvernants sont sans prise sur la réalité, soit parce que les orientations partisans qu'épouse le discours politique suffisent à se faire élire mais nullement à gouverner, il ne faut peut-être pas condamner l'attitude qui consiste pour les médias, à s'interroger plus largement sur **qui sont et ce que sont les gouvernants**⁵²⁸. On sait que cette position caractérise d'autres cultures politiques, probablement moins patriciennes,

⁵²⁸ Et à certaines rhétoriques politiques, prenant compte de ce que peut être la « désintermédiation » du système politique français, d'insister et de parier sur un discours de réhabilitation de la parole politique, ainsi du responsable/de la politique. Cf. les différentes prises de position dans les formats télévisuels de Ségolène Royal, par exemple dans « *Le franc parler* » (*i-télé*, le 4 septembre 2006), ou dans le « 20h » de TF1, le 5 octobre 2006. Une stratégie de communication, que les communicants disent du « désir » et qu'ils opposent à celle de « l'envie » (Cf. par exemple dans ce sens, les propos du conseiller en communication de Nicolas Sarkozy, Franck Tapiéro dans la première émission « politique » de Laurence Ferrari sur C+, le dimanche 10 septembre 2006). On pourrait alors s'agissant de la rhétorique du président de l'UMP, insister non pas sur une rhétorique de « la parole politique », mais sur une rhétorique politique de l'offre politique. Sur l'introduction par le « Ségolisme » d'une nouvelle approche, la « life politics » des Anglo-Saxons, LAÏDI Zaki, « Le véritable apport de Mme Royal », in *Le Monde*, 23 août 2006 : « Il faut prendre le ségolisme au sérieux en se déprenant de deux travers qui brouillent son appréciation sereine : la peopolisation du jugement politique qui conduit à une adhésion paresseuse à ce qui est à la mode, et son envers, sa disqualification automatique au prétexte qu'elle enfreindrait les règles du jeu politique classique. »

pour ne pas dire moins « élitistes » et plus démocratiques, ce qui a pour effet d'en modifier substantiellement les répercussions sur la communication et la vie politiques⁵²⁹.

On peut pourtant s'attendre à ce que la campagne pour les élections présidentielles de 2007 fasse aussi de ce point de vue, **bouger les lignes des pratiques de la communication politique** en France, de façon corollaire peut-être, celle de son étude.

Le détour américain s'impose alors à nouveau, afin d'identifier les éléments d'analyse qui permettent d'affirmer que la réalité ou la situation politiques, celle de la campagne, est décrite en terme de **candidats**. Il s'agit d'observer -et de mesurer⁵³⁰- si les principales sortes d'informations sur les candidats concernent plutôt ses positions, sa personnalité, sa façon de mener campagne, ou bien encore ses stratégies et enfin ses chances de gagner ; également d'évaluer quels sont les formats médiatiques qui sollicitent davantage chacun de ces types d'informations. Sans surprise, le « *game* » est pour l'ensemble des formats, dominant dans l'appréhension des candidats. Les interviews cependant laissent plus de place à l'exposé des caractéristiques des candidats (personnalité, capacité de leadership, expérience politique)⁵³¹. Mais ce qui est un marqueur de cette culture politique nord-américaine, c'est qu'y compris quand la position de ces candidats sur les enjeux politiques est abordée par les médias, elle est accompagnée de **discussions sur le caractère et la personnalité des candidats**⁵³².

L'interrogation actuelle en France sur qui sont et ce que sont nos gouvernants conduira-t-elle à ce type de couverture de la campagne présidentielle 2007 ?

⁵²⁹ Pour mesurer le degré « d'exceptionnalité » français, cf. SORBETS C., VITALIS A. & BAUDRY P. s. dir. (2002), « La vie privée à l'heure des médias », Colloque CERVL-CEM (IEP BX / U. BX 3) 23-24 novembre 2000, P.U. Bordeaux.

⁵³⁰ De ce point de vue, on ne peut à mon avis, qu'être étonné par la très grande variété des catégories analytiques mobilisées par les études nord-américaines pour rendre compte de la couverture médiatique des campagnes en particulier, mais également des politiques publiques (Cf. R. G. LAWRENCE, op. Cit.). Ces catégories ont un intérêt descriptif certain en raison principalement des quantifications qu'elles autorisent grâce à des méthodes de codage (on utilise des catégories identiques pour examiner les messages dans chaque format : les sources du message – reporters, candidats, paraphraseurs-, l'objet du message – la personne ou le groupe discuté, le sujet du message – de campagne ou de politique publique-, le cadre d'interprétation (« frame ») mobilisé, le cynisme sur une échelle de 1 à 5) ; et le croisement « d'unités d'analyse » qui peuvent aussi bien être des « formats » (news, interviews, publicités) que des « messages » et des « phrases » afin de comparer en détail les différences dans le style et dans la substance (les messages complexes qui se réfèrent à plus d'un objet ou d'une idée étant codés séparément pour chaque objet). Comme je l'ai noté en matière de codage des « news stories » dans le « issue », le « game frame » (et une troisième catégorie « mixed »), il faut alors reconnaître et accepter que « categorizing news in this way offers rough but useful generalizations about news coverage » (R. G. LAWRENCE), ce qui a cependant pour effet de susciter parfois un grand nombre de « not surprisingly » quand il s'agit de commenter les résultats obtenus.

⁵³¹ JUST M., CRIGLER A. & BUHR T. (1999), op. Cit.

⁵³² Pour un bref aperçu des explications historiques (par *le leadership moral* de la présidence américaine) et contextuelles (la criminalisation du comportement politique aux Etats-Unis dans les années 90) du phénomène, cf. RENARD (2002).

On ne peut raisonnablement envisager de répondre à cette question sans prendre en considération ce qu'est aujourd'hui le **mode de fonctionnement des médias français** et ce que sont les transformations de leurs **relations avec le champ politique**.

Dans un article de synthèse sur les leçons de la campagne de 1996 aux Etats-Unis, Doris A. Graber distinguait le « bon », le « mauvais » et « l'épouvantable »⁵³³. Cette dernière catégorie concernait ce qui relève des « conditions qui ne peuvent changer, ou bien qui ont infiniment peu de chances de changer », c'est-à-dire précisément, selon la politiste, le « **réseau de liens systémiques et culturels de la communication politique** ».

Si les professionnels de la communication et d'abord les journalistes, « ont construit une position de surplomb des politiques, échappant au rôle de scribe et de partisan », il n'ont pas en effet pour autant « inversé le rapport de force, tranché le réseau des liens systémiques et culturels qui font d'eux des associés-rivaux, et non les représentants d'un monde social pleinement autonome »⁵³⁴. « Prisonniers d'une logique de système », ces professionnels de la (re)présentation politique « entretiennent alors une mécanique de désenchantement qu'illustre le jeu des accusations croisées sur la trivialisation de la politique, le manque d'intérêt des campagnes et le biais de leur couverture ». Un constat qui invite hier plus qu'aujourd'hui, à « ne pas dissocier communication et information, en examinant comment leur usage, conjoint ou disjoint, est en rapport avec différentes positions de pouvoir ou situations politiques »⁵³⁵.

L'interrogation sur les recompositions symboliques et cognitives de la politique à la télévision n'engage donc pas seulement un questionnement sur l'outil télévisuel, dont on peut certes juger insatisfaisantes les réponses qu'il apporte en matière de traitement de la politique, mais également une réflexion sur ce que sont les conditions de l'échange politique dans les démocraties gouvernées.

⁵³³ "The Ugly"; GRABER D. A. (1998) « Whiter Televised Election News ? Lessons from the 1996 Campaign », *Press/Politics* 3 (2).

⁵³⁴ NEVEU (2000b).

⁵³⁵ GERSTLE (2004).

BIBLIOGRAPHIE

BIBLIOGRAPHIE

- ACCARDO A. (1995), *Journalistes au quotidien, outils pour une socioanalyse des pratiques journalistiques*, Le Mascaret.
- ALBERT P. (1992), « Grande actualité, petite actualité : deux genres de journalisme », in *La communication dans l'espace régional et local*, sous la direction d'A. MABILEAU et A.- J. TUDESQ, Les cahiers du CERVL, Série Actes de Colloques, N° 3, 1992.
- ARASSE D. (2000), « Le regard de l'escargot », in *On n'y voit rien. Descriptions*, Denoël.
- ARASSE D. (1996), *Le détail. Pour une histoire rapprochée de la peinture*, Flammarion, 1996.
- ARENDT H. (1958), *The human Condition (Condition de l'homme moderne)*, Calmann-Lévy, 1961 & 1983, (1996) Pocket.
- BENNET W. L. (1996), « An introduction to journalism norms and representations of politics », *Political Communication*, N° 13, Taylor & Francis.
- BELANGER J.-A. (1995), « La communication politique ou le jeu du théâtre et des arènes », *Hermès*, N° 17-18.
- BLUMER J. G. (1997), « Origins of the crisis of communication for citizenship », *Political Communication*, N° 14, Taylor & Francis.
- BOLTANSKI L. (1993), *La souffrance à distance. Morale humanitaire, médias et politique*, Métailié.
- BON F. (1985), « Langage et politique », in *Traité de science politique*, (s. dir.) GRAWITZ & LECA.
- BON F. (1977), « Comment est faite la Demoiselle d'Avignon », *Revue Française de Science Politique*, volume XXVII, août/octobre.
- BOUVIER A. (1997), « Argumentation et cognition en sociologie morale et politique », in BOUDON R., BOUVIER A. & CHAZEL F. (s. dir.), *Cognition et sciences sociales. La dimension cognitive de l'analyse sociologique*, Paris, PUF, Sociologies.
- BOUVIER A. (1994), « Les catégorisations de l'action dans les argumentations politiques », *L'Année Sociologique*, N° 44.
- BOURDIEU P. (1996), *Sur la télévision*, Liber Editions.
- BOURDON J. (1988), « Propositions pour une sémiologie des genres audiovisuels », *Quaderni*, N° 4.
- BRANTS K. (2003), « De l'art de rendre la politique populaire...Ou qui a peur de l'infotainment ? », in *Réseaux*, N° 118.

- BRANTS K. & NEIJENS A. (1998), « The Infotainment of Politics », *Political Communication*, N° 15, Taylor & Francis.
- BRETON P. (1995), « Médias, médiation, démocratie : pour une épistémologie critique des sciences de la communication politique », *Hermès*, N° 17-18.
- CARDON D. et HEURTIN J.-P. (1999), « La critique en régime d'impuissance. Une lecture des indignations des auditeurs de France-Inter », in FRANCOIS B. et NEVEU E. (s. dir.), *Espaces publics mosaïques, acteurs, arènes et rhétoriques des débats publics contemporains*, Rennes, PUR, Res Publica.
- CAYROL R. et MERCIER A. s. dir. (2002), *Télévision, politique et élections*, Paris, INA/Documentation française, Dossiers de l'audiovisuel.
- CAYROL R. & MERCIER A. (1998), « Political Communication Scholarship in France », in *Political Communication*, N° 15, Taylor & Francis.
- CHARAUDEAU P. (2005), *Les médias et l'information. L'impossible transparence du discours*, De Boeck/INA.
- CHARAUDEAU P. (1997), *Le discours d'information médiatique, la construction du miroir social*, INA/Nathan.
- CHARAUDEAU P. & GHIGLIONE R. (1997), *Le talk-show, un genre télévisuel*, Dunod.
- CHARLAND Maurice (2003), « Le langage politique », in *La communication politique. Etat des savoirs, enjeux et perspectives*, (s. dir.) A.-M. GINGRAS, Presses de l'Université du Québec.
- CHARRON J. (1995), « Les limites du modèle de l'agenda-setting », *Hermès*, N°17-18.
- CHEVALLIER J. (1998), « Synthèse », in CURRAP, *La politique ailleurs*, PUF.
- COLLOVALD A. et NEVEU E. (2001), « La critique politique du néo-polar », in BRIGUET J.-L. & GARRAUD P. (s. dir.), *Juger la politique. Entreprises et entrepreneurs critiques de la politique*, PUR.
- COULOMB-GULLY M. (2002), « Propositions pour une méthode d'analyse du discours télévisuel », in *Mots*, N° 70.
- CSA (2000), « Le pluralisme politique et les nouvelles modalités de son évaluation », *La Lettre*, N° 126, mars, CSA.
- DARRAS B. (1993), « Faire et défaire l'image », *Mscope*, N° 6, 1993.
- DARRAS E. (1998), « Rire du pouvoir et pouvoir du rire. Remarques sur un succès politique et mondain : les *Guignols de l'info* », in CURRAP, *La politique ailleurs*, PUF.
- DARRAS E. (1998), « Pour une lecture réaliste des formes non conventionnelles d'action politique », in CURRAP, *La politique ailleurs*, PUF.

- DEBORD G. (1967), *La société du spectacle*, (Gallimard, 1967 & 1992).
- DE FRANCE C. (1993), « Le destinataire du rite et sa mise en scène filmique », in *Montrer, ne pas montrer*, Cinéma, Rites et Mythes Contemporains, Ecole Pratique des Hautes Etudes.
- DELEUZE G. (1981), *Spinoza. Philosophie pratique*, Editions de Minuit, Paris.
- Dossiers de l'audiovisuel* (1999), « La recherche en information et communication en France », N° 85, La documentation française.
- Dossiers de l'audiovisuel* (1997), « La construction de l'information télévisée », N° 76, La documentation française.
- DUPRIEZ B. (1984), *Gradus. Les procédés littéraires (dictionnaire)*, Editions 10/18.
- ECO U. (1992), *Les limites de l'interprétation*, Grasset & Fasquelles.
- ESQUENAZI J.-P. (2002), *L'écriture de l'actualité*, PUG, Grenoble.
- ESQUENAZI J.-P. (2001), « Télévision et acteurs pluriels du politique », in *Mots*, N° 67, Lyon, ENS Editions.
- ESQUENAZI J.-P. (1999), *Télévision et démocratie : le politique à la télévision française, 1958-1990*, PUF.
- ESQUENAZI J.-P. (1996), *Le pouvoir d'un média : TF1 et son discours*, Paris, L'Harmattan.
- FAIRCLOUGH N. (1995), *Media Discourse*, Arnold, Londres.
- FONNET L. (2003), *La programmation d'une chaîne de télévision*, Dixit/DESS Communication audiovisuelle Paris 1.
- FRADIN B., QUERE L. & WIDMER J. (1994), (s. dir.), « L'enquête sur les catégories », in *Raisons pratiques*, n° 5, Paris, Editions de l'EHESS.
- FRANCOIS B. et NEVEU E. (1999), (s. dir.), *Espaces publics mosaïques, acteurs, arènes et rhétoriques des débats publics contemporains*, Rennes, PUR, Res Publica.
- GAXIE D. (2003), « Une construction médiatique du spectacle politique. Réalité et limites de la contribution des médias au développement des perceptions négatives de la politique », in LAGROYE J. (s. dir.), *La politisation*, Belin.
- GAXIE D. (2001), « Les critiques profanes de la politique. Enchantement, désenchantements, réenchantements. », in BRIGUET J.-L. & GARRAUD P. (s. dir.), *Juger la politique, Entreprises et entrepreneurs critiques de la politique*, PUR.
- GERSTLE J. (2004), *La communication politique*, Colin.
- GERSTLE J. (2002), « Agenda, télévision, élections », in *Télévision, politique et élections*, CAYROL R. et MERCIER A. (s. dir.), Paris, INA/Documentation française, Dossiers de l'audiovisuel.

- GERSTLE J. (2002), « Les campagnes présidentielles depuis 1965 », in *Les élections présidentielles en France : 40 ans d'histoire politique*, s. dir. P. BRECHON, La documentation française.
- GERSTLE J. (2001a), « Agenda », in PERRINEAU P. et REYNIE D. (s. dir.), *Dictionnaire du vote*, PUF.
- GERSTLE J. (2001b), *Les effets d'information en politique*, Paris, L'Harmattan, Logiques politiques.
- GERSTLE J. (2000), « Démocratie du public et communication politique », *Cahiers Politiques*, N° 4, Université Paris/Dauphine.
- GERSTLE J. (1997), « La persuasion de l'actualité télévisée », in *Politix*, N° 37, Paris.
- GERSTLE J. (1997), «Dissolution, indifférence et rétrospection. Les vicissitudes d'une campagne de temps court », in *Le vote surprise. Les élections législatives des 25 mai et 1^{er} juin 1997*, Presses de Sciences Po.
- GERSTLE J. (1996), « L'information et la sensibilité des électeurs à la conjoncture », Communication au Vème Congrès de l'Association Française de Science Politique, IEP d'Aix en Provence, 23-26 avril 1996.
- GERSTLE J. (1992), *La communication politique*, Paris, PUF.
- GERSTLE J., DAVIS D. K. & DUHAMEL O. (1991) "Television News and the Construction of Political Reality", in *Mediated politics in two cultures. Presidential Campaigning in the United States and France*, (s. dir.) L. L. KAID, J. GERSTLE & SANDERS K. R., Praeger
- GOSSELIN A. (1995), « La communication politique : cartographie d'un champ de recherche et d'activités », « Introduction », *Hermès* N° 17-18.
- GUERMOND Y. & MATHIEU N. (1986), « De l'éclatement de l'espace à la réorganisation de l'espace », in *Espaces, jeux et enjeux*, (s. dir.) F. AURIAC & R. BRUNET, Fayard.
- Hermès*, « Communication et politique », N° 17-18, CNRS Editions, 1995.
- GRABER D. A. (1998) « Whiter Televised Election News ? Lessons from the 1996 Campaign », *Press/Politics* 3(2).
- ILDEFONSE F. & LALLOT J. (2002), *Catégories*, Seuil.
- IYNEGAR S. (1991), *It's Anyone Responsible ? How Television frames Political Issues*, The University of Chicago Press.
- JOST F. (2001), *La télévision du quotidien, entre réalité et fiction*, Ina De Boeck.
- JUST M., CRIGLER A. & BUHR T. (1999), "Voice, Substance and Cynism in Presidential Campaign Media", in *Political Communication*, N° 16, Taylor & Francis.

- KACIAF N. (2003), « Parle moi de moi. Les implications idéologiques d'un impératif de proximité : l'exemple du « 13 heures » de TF1, *Journées d'études des 18 et 19 septembre 2003 « La proximité dans le champ politique »* ; publié in *La proximité. Usages, Rhétoriques* PUR, 2005.
- KLEIBER G. (1990), *La sémantique du prototype, catégories et sens lexical*, Paris, PUF, Linguistique nouvelle.
- LANCELOT A. (1991), « 1972-1982-1992 : deux décennies de régionalisation », Conseil Régional de Picardie, *Actes du colloque*, Amiens.
- LAGRAVE R. M. (1980), *Le village romanesque*, Acte Sud.
- LAGRAVE R. M. (1988), « Relecture du village romanesque », *Etudes Rurales*, Janvier/Mars.
- LAGROYE J. (2003), « Les processus de politisation », in LAGROYE J. (s. dir.), *La politisation*, Paris, Belin.
- LAWRENCE G. (2000), « Game-Framing the Issues. Tracking the Strategy Frame in Public policy News », *Political Communication*, N° 17, Taylor & Francis.
- LE BART C. & LEFEBVRE R. (2005), (s. dir.), *La proximité en politique, Usages, rhétoriques, pratiques*, Res Publica, PUR.
- LE BART C. (2005), « La proximité selon Raffarin », in *Mots*, N° 77, mars.
- LEBLANC G. (1997), *Scénarios du réel*, l'Harmattan.
- LE FOULGOC A. (2003), « 1990-2002 : une décennie de politique à la télévision française. Du politique au divertissement », in *Réseaux*, La politique saisie par le divertissement, (s. dir.) NEVEU E., Hermès science, Paris.
- LEGAVRE J.-B. (2005), « Les journalistes politiques, des spécialistes du jeu politique », in *La démobilisation politique*, (s. dir.) Frédérique MATONTI, La Dispute.
- LE GRIGNOU B. (2003), « Citoyens du dimanche. Politique télévisée en fin de siècle », in *Argumentation et discours politique*, (s. dir.) S. BONNAFOUS et alii, PUR.
- LE GRIGNOU B. (2003), *Du côté du public. Usages et réceptions de la télévision*, Economica.
- LE GRIGNOU B. (2000), « Le rêve démocratique de la télévision : l'exemple des vox pop talk-shows », *Cahiers Politiques*, N° 4.
- LE GRIGNOU B. et NEVEU E. (1991), « Emettre la réception, préméditation et réceptions de la politique télévisée », in *Réseaux*, hors série, Paris, CNET.
- LE GUENNIC M. (2003), « Nos régions selon J.-P. Pernaut. Pétainisme ou pittoresque ? », France Europe Editions.

- LEROUX P. & TEILLET P. (2004) « L'Europe en creux. Médias nationaux et territoires contre l'Europe », in MARCHETTI D. (s. dir.), *En quête d'Europe, Médias européens et médiatisation de l'Europe*, Rennes, PUR, Res Publica.
- LEROUX P. & TEILLET P. (2001), « La politique de l'apolitique. Le « 13 heures » de TF1 », in *Mots*, N° 67, Lyon, ENS Editions.
- LEURDIJK A. (1997), « Common Sense versus Political Discourse. Debating Racism end Multicultural Society in Dutch Talk Shows », *European Journal of Communication*, Sage
- LOCHARD G. & SOULAGES J.-C. (2003), « La parole politique à la télévision. Du logos à l'Ethos », in *Réseaux*, N° 118
- LOCHARD G. (1999), « Parcours d'un concept dans les études télévisuelles. Trajectoires et logiques d'emploi », in *Hermès*, N° 25 (« Le dispositif. Entre usage et concept »).
- LOCHARD G. & SOULAGES J.-C. (1998), *La communication télévisuelle*, Colin.
- MAINGUENAU D. (2002), *Analyser les textes de communication*, Nathan Université.
- MARIN L. (1979), « Pouvoir du récit et récit du pouvoir », in *Actes de la recherche en sciences sociales*, N° 25, Janvier.
- MEHL D. (2002), « Télévision de l'intimité et espace public », in SORBETS C., VITALIS A. & BAUDRY P. s. dir., « La vie privée à l'heure des médias », Colloque CERVIL-CEM (IEP BX / U. BX 3) 23-24 novembre 2000, P.U. Bordeaux.
- MEHL D. (1996), *La télévision de l'intimité*, Paris, Le Seuil.
- MERCIER A. (2002), « Les médias en campagne », in *Le vote de tous les refus. Les élections présidentielle et législatives de 2002*, Presses de Sciences Po.
- MERCIER A. (2001), « Médias (effets) », in PERRINEAU P. et REYNIE D. (s. dir.), *Dictionnaire du vote*, PUF.
- MERCIER A. (1996), *Le journal télévisé : politique de l'information et information politique*, Paris, Presses de Sciences-Po.
- MICHEL P. (1993), « Pour une sociologie des itinéraires de sens : une lecture politique du rapport entre croire et institution », in *Archives de Sciences sociales des Religions*, N° 82, Paris, CNRS Editions.
- MISSIKA J.-L. (2006), *La fin de la télévision*, Seuil.
- NELSON J. S. & BOYNTON G. R. (1997), *Video Rhetorics. Televised Advertising in American Politics*, University of Illinois Press/ Urbana and Chicago.
- NEVEU E. (2003c), « Le chercheur et l'infotainment : sans peur mais pas sans reproche. Quelques objections à la critique d'une imaginaire orthodoxie critique », in *Réseaux*, N° 118.

- NEVEU E. (2003b), « De l'art et du coût d'éviter la politique à la télévision. La démocratie du talk-show version française (Ardisson, Drucker, Fogiel) », in *Réseaux*, La politique saisie par le divertissement, (s. dir.) NEVEU E., Hermès science, Paris.
- NEVEU E. (2003a), *Une société de communication ?*, (3^{ème} Ed.), Montchrestien.
- NEVEU E. (2001), « Une crise de la parole politique à la télévision. Echos d'un débat anglophone », in *Mots*, N° 67, Lyon, ENS Editions.
- NEVEU E. (2000a), « Imagined Academic Communities : A Critical Denunciator's Reply to Cayrol and Mercier », in *Political Communication*, N° 17, Taylor & Francis.
- NEVEU E. (2000b), « De quelques incidences des médias sur les systèmes démocratiques », in *Réseaux* n° 100, CNET/Hermès Science Publications.
- NEVEU E. (1997), « Des questions jamais entendues. Crise et renouvellement du journalisme politique à la télévision », in *Politix*, N° 37, Paris.
- NEVEU E. & COLLOVALD A. (1996), « Les Guignols ou la caricature en abîme », in *Mots*, N° 48.
- NEVEU E. (1995), « Les émissions politiques à la télévision : les années 80 ou les impasses du spectacle politique », *Hermès*, N° 17-18.
- NEVEU E. & LE GRIGNOU B. (1993), « Intimités publiques, les dynamiques de la politique à la télévision », *Revue Française de Science Politique*, N° 6.
- NORRIS P. (2000), *a virtuous circle: political communication in post-industrial societies*, Cambridge University Press, Cambridge.
- PEAN P. & NICK C. (1997), *TF1, un pouvoir*, Fayard.
- PERCHERON A. (1992), « L'opinion et la décentralisation ou la décentralisation apprivoisée », *Pouvoir*, N° 60.
- PERELMAN C. (1977), *L'empire rhétorique, rhétorique et argumentation*, Paris, J. VRIN, Librairie philosophique.
- Réseaux* (2003), « La politique saisie par le divertissement », n° 118, Paris, Hermès Science Publications.
- PUISEUX H. (1996), « Crise et espace télévisuel », in *La Licorne*, Mars.
- QUERE L. (1997), « L'opinion : l'économie du vraisemblable. Introduction à une approche praxéologique de l'opinion publique », in *Sociologie de la communication*, s. dir. BEAUD P., FLICHY P., PASQUIER D. & QUERE L., CNET.
- QUERE L. (1994), « Présentation », in « L'enquête sur les catégories », FRADIN B., QUERE L. & WIDMER J. (s. dir.), *Raisons pratiques*, N° 5, Paris, Editions de l'EHESS.

- RESTIER-MELLERAY C. (2005), « La proximité dans les médias : retour sur une *loi* », in LE BART C. & LEFEBVRE R. (s. dir.), *La proximité en politique, Usages, rhétoriques, pratiques*, Res Publica, PUR.
- RESTIER-MELLERAY C. (2005), « La mise en proximité du politique dans les *Carnets de campagne* du Monde, 19 mars–2 juin 2002, *Mots*, N° 77.
- RENARD L. (2002), « Les télévisions américaines et la campagne présidentielle 2000 : les évolutions de la communication politique aux Etats-unis », *Les dossiers de l'audiovisuel*, La documentation française, mars/avril.
- RENARD L. (1994), « Une muséographie télévisuelle : vie, mémoire et traditions des régions françaises dans le journal de Jean-Pierre Pernaut », *mémoire de DEA de science politique*, Institut d'Etudes Politiques/Université Montesquieu Bordeaux 4, (non publié).
- ROBERTS I. & GARRIGOS R. (2006), « *La bonne soupe. Comment le 13 heures contamine l'info* », Les arènes.
- ROUQUETTE S. (2002), *Vie et mort des débats télévisés, 1958-2000*, INA De Boeck Editions.
- ROSSET C. (1967), *Schopenhauer, philosophe de l'absurde*, PUF, Quadrige.
- SANSOT P. (1993), « L'imaginaire ou la capacité d'outrepasser le sensible », *Société*, N° 42, Dunod.
- SANSOT P. (1985), *La France sensible*, Champ Vallon.
- SCHEUFELE D. A. (1999), « Framing as a theory of media effects », in *Journal of Communication*, Winter 1999.
- SORBETS C., VITALIS A. & BAUDRY P. s. dir. (2002), « La vie privée à l'heure des médias », Colloque CERVL-CEM (IEP BX / U. BX 3) 23-24 novembre 2000, P.U. Bordeaux.
- SOULAGES J.-C. (2006), « Vers la fin de l'information institutionnelle ? », in *Les nouveaux dossiers de l'audiovisuel*, N° 10, mai/juin.
- SIRACUSA J. (2001), *Le JT, machine à décrire, sociologie du travail des reporters de télévision*, INA De Boeck.
- TETU J.-F. (1995), « L'espace public local et ses médiations », in *Hermès*, N°17-18.
- THEVOZ M. (1980), *L'académisme et ses fantasmes*, Editions de Minuit, 1980.
- VEDEL T. (2006), « Les électeurs français et l'information télévisée », *Baromètre Politique Français (2006-2007)*, CEVIPOF-Ministère de l'Intérieur.
- VIALON P. (1995), *Le discours de la télévision, « Que sais-je ? »*, PUF.
- VIGNAUX G. (2001), *Des jeux et des ruses. Petit traité d'intelligence pratique*, Paris, Seuil, Le temps de penser.

WILLAIME J.-P. (1993), « Les métamorphoses contemporaines du croire à la lumière d'enquête récente », in *Archives des sciences sociales des religions*, N° 82.

ZALLER J. (2001), « The rules of substitution on presidential campaign news », in *Election Studies, What's Their Use*, s. dir. E. KATZ & Y. WHARSHEL, Westview Press, Boulder.

ANNEXES

LISTE DES ANNEXES

- N° 1 : Description du **corpus** et du **matériau** de la thèse (pages 381 à 384)
- N° 2 : **Conducteur du «13h» de J.-P. Pernaut** du 19 mars 1996 (pages numérotées 1 à 26)
- N° 3 : « **Face à la crise sociale : les nouveaux médiateurs** », « *Enquête* », in *Le Monde Télévision Radio Multimédia*, 1er-2 décembre 1996 (n° 27 à 30)
- N° 4 : « **Helmut Kohl sous le regard d'Anne Sinclair** », publicité pour le magazine de *TF1* « *7/7* », in *Le Monde Télévision Radio Multimédia*, 9-10 février 1997 (n° 31)
- N° 5 : « **Public. Qui concerne le peuple pris dans son ensemble** », publicité pour « *Public* » (*TF1*), in *Le Monde Télévision Radio Multimédia*, 7-8 septembre 1997 (n° 32)
- N° 6 : « **Les 72 heures du Mans** », publicité pour un « *documentaire* » & pour le magazine « *Ripostes* » du 27 novembre 2005 (*France 5*), in *Le Monde TRM*, 27-28 nov. 2005 (n° 33)
- N° 7 : « **En attendant la présidentielle** », « *Dossier* », in *Le Monde TV & Radio*, 17-18 septembre 2006 (3 n° 34 à 36)

Liste des formats télévisuels ayant fait l'objet d'une restitution/description dans le cadre de la recherche (classés par ordre d'apparition dans le corps du texte de la thèse).

JOURNAUX TELEVISES (Chapitre 1)

- « 13h » & « 20h » (*TF1*), 8 octobre 2003
- « 13h » (*TF1*), 1^{er} septembre 2005
- « 13h » & « 20h » (*TF1*), 9 octobre 2003
- « 20h » (*TF1*), 18 mars 2005
- « 12.30 » (*F3*) et « 13h » (*TF1*), 21 mars 2005
- « 20h » (*TF1*), 24 mars 2005
- « 13h » (*F2*), 7 septembre 2004
- « 13h » (*TF1*), 23 novembre 2004
- « 13h » (*TF1*), 21-23 avril 1997
- « 13h » (*TF1*) & (*F2*), 12 mai 1997
- « 13h » (*TF1*), 23 novembre 2004
- « 13h » (*F2*), 7 septembre 2004
- « 13h » (*F2*), 21 mars 2006
- « 13h » (*TF1* & *F2*), 31 janvier 2006
- « 13h » (*TF1*), 6 février 2006
- « 13h » (*TF1*), 14 mars 2006
- « 20h » (*TF1*), 31 janvier 2006
- « 13h » (*TF1* & *F2*), 7 février 2006
- « 13h » (*TF1*), 21 mars 2006
- « 20h » (*TF1*), 14 mars 2006
- « Soir 3 » (*F3*), 19 mars 2006
- « 20h » (*F2*), 31 mars 2006

MAGAZINES TELEVISES (Chapitre 2)

Le Monde de Léa (TF1), 17 septembre 1996

C'est à suivre (F2), 17 mars 1997

Les Français s'interrogent. Le Président répond (TF1), 11 décembre 1996

Le Monde de Léa (TF1), 22 avril 1997

Emission spéciale Législatives (F2), 21 avril 1997

Franchement (F2), 14 octobre 1996

L'Hebdo (C+), 15 mars 1997

7/7 (TF1), 23 mars 1997

7/7 (TF1) & Dimanche soir (F3), 20 avril 1997

7/7 (TF1) & Dimanche soir (F3), 27 avril 1997

Public (TF1), 7 septembre 1997

7 à 8 (TF1), 3 novembre 2000

Complément d'enquête (F2), 24 avril 2003

Zone Interdite (M6), 21 septembre 2003

Capital (M6), 14 novembre 2004

On ne peut pas plaire à tout le monde (F3), 6 février 2005

Face à la Une (TF1), 24 novembre 2004.

100 minutes pour convaincre (F2), 19 novembre 2003

100 minutes pour convaincre (F2), 16 février 2004

100 minutes pour convaincre (F2), 11 mars 2004

A vous de juger (F2), 8 juin 2006

Mots Croisés (F2), 13 octobre 2003

Ripostes (F5), 18 janvier 2004

Ripostes (F5), 5 septembre 2005

Liste des formats télévisuels pris en compte dans le corpus de la recherche (l'ensemble du matériau de la thèse est disponible en cassettes vidéo VHS)

Le « 13 heures » de TF1 & les autres éditions d'information des Journaux Télévisés

L'étude de la « politique au 13 heures de TF1 » (Section 1 du premier chapitre) repose sur un matériau très ample, dont on peut dégager certaines périodes d'observation dites « test » car systématiques. Ces périodes d'observation ont pour une grande majorité des enregistrements, donné lieu à une comparaison avec l'édition de « 20h » sur la même chaîne et/ou avec celle de la mi-journée sur France 2 (Section 2, ch. 1). Sont indiqués ici uniquement ces éléments « homogènes » du matériau et non pas les nombreux enregistrements isolés⁵³⁶, effectués car étant jugés significatifs pour l'analyse du corpus⁵³⁷.

- « 13h » de TF1 (semaine du 19 au 23 février 1996)
- période des élections législatives anticipées (avril-juin 1997) :
 - . 22-24 avril (13h TF1)
 - . 12 mai (13h TF1 & F2)
 - . 22 mai (13h TF1, 20h F2 & Soir 3)
 - . 23 mai (13h TF1 & 20h F2)
 - . 25 mai (Soirée électorale 1^{er} tour TF1, F3, M6)
 - . 26 mai (13h TF1 & 20h F2)
 - . 27 mai (13h TF1, déclaration de J. Chirac F2/TF1)
 - . 28 mai (13h TF1 & F2)
 - . 29 mai (13h & 20h TF1/F2)
 - . 30 mai (13h F2 & 20h TF1)
 - . 1^{er} juin (Soirée électorale 2nd tour F2)
 - . 2 juin (13h TF1)
 - . 3 juin (13h F2)
 - . 4 juin (20h F2)
 - . 5 juin (13h TF1)
 - . 12 juin (13h F2 & 20h TF1)

⁵³⁶ Par exemple le « 13h » de TF1 du 17 novembre 1997 à l'occasion de la mort de Georges Marchais, celui du 17 février 1998 qui célèbre les 10 ans du JT de J.-P. Pernaut...

⁵³⁷ Quand ils traitent d'une actualité politique rituelle (la rentrée parlementaire, les « 14 juillet »...) ou qu'ils accueillent le chef du gouvernement, un leader politique.

.18 & 19 juin (20h F2)

.20 juin (13h TF1)

- «13h» de France 2 : semaine du 13 au 17 octobre **1997**
- «13h» TF1 & F2 : semaine du 3 au 9 septembre **1998**
- «13h» & «20h» TF1 & F2 : semaine du 6 au 10 octobre **2003**
- «le 12.50» de M6 : semaine du 23 au 27 janvier **2006**

Les « magazines télévisés »

Afin de rendre compte de cette très large catégorie, je propose de recourir à un classement à la fois chronologique et thématique. Seront ici mentionnés principalement les formats dont au moins une édition a fait l'objet d'une description dans la thèse. J'indiquerai aussi cependant, quelques autres formats qui ont été visionnés parmi ceux enregistrés, sans que ces formats aient systématiquement donné lieu à une restitution.

1996/1997/1998 : journalisme de médiation et renouvellement du journalisme politique : la fin de la « dilution » de la politique

- Formats du « **journalisme de médiation** » : « *Le Monde de Léa* » (5 émissions), « *C'est à suivre* » (3), « *L'Hebdo* » (5)
- Documentaires (portraits de représentants politiques) : « *Carnets du présent* », F3) (3)
- Magazines d'information : « *Capital* », « *Envoyé spécial* »
- Formats **politiques** : « *Franchement* » (4), « *Dimanche soir* » (4), à la rentrée de septembre 97 : « *Mots Croisés* » et « *France Europe Express* »
- Formats de « **dilution** » : « *7/7* »⁵³⁸ (5), « *Public* » (12)
- Talk-show : « *Ca se discute* » F2, « *La grande famille* » C+, « *La France en direct* », « *Le Grand Forum* » (C+)
- Formats sur la télévision et le décryptage : « *Arrêt sur Image* », « *TV+* », « *Ligne de Mire* » (F3),
- Satirique : « *Les Guignols de l'information* », « *Le vrai journal* »

⁵³⁸Devient « *Public* » à la rentrée télévisuelle de septembre 1997.

2000-2006 : « journalisme d'état-major » et « information / divertissement » : vers le « double cadrage » dans le traitement de la politique à la télévision

- « **Infotainment** » « *Vivement Dimanche* » (F2), « *On ne peut pas plaire à tout le monde* » (F3), « *En aparté* » (C+)
- « 7 à 8 » (TF1)
- Formats **politiques** : « *Mots croisés* », « *France Europe Express* », à la rentrée 2002 : « *100 minutes pour convaincre* », les « *109* » (F5), « *Ripostes* » (F5), à la rentrée 2006 : « *A vous de juger* » (F2)
- « Talk » : « *J'ai rendez-vous avec vous* » (F2), « *Ce qui fait débat* » (F3)
- documentaires politiques : « *La prise de l'Hôtel de ville* » & « *Paris à tout prix* », « *90 minutes* » *spécial* : « *Journal non autorisé d'une campagne* » (C+), « *Complément d'enquête* » (« *La France en crise* ») F2, « *Spectacle d'une élection* »
- « magazines de société / d'information » : « *Question d'actualité* » (M6), « *Zone Interdite* » (M6), « *Capital* » (M6).

TABLE DES MATIERES

TABLE DES MATIERES

SOMMAIRE	P 9
----------------	-----

INTRODUCTION	P 11
--------------------	------

§1/ L'ÉPUISEMENT OU LA CRISE du journalisme et de l'information politiques dans les médias télévisuels	P 13
---	-------------

A. La marginalisation du journalisme et de l'information politiques à la télévision	P 14
1. les évolutions du journalisme politique	P 14
2. les évolutions de « l'information politique »	P 16

B. Le regard « dépolitisé » des médias télévisuels sur la politique	P 18
1. les médias ne donnent pas à voir la politique comme une activité spécialisée	P 19
2. les médias télévisuels ne restituent pas à la politique ses dimensions normative et partisane	P 20

§2/ LE RENOUVELLEMENT des formes de convocation de la politique dans les médias télévisuels	P 22
--	-------------

A. La recherche de grilles de lecture de la politique qui répondent aux objectifs des professionnels de la télévision	P 23
1. la volonté des médias télévisuels de rendre compte des rapports insatisfaits des Français à la politique	P 23
2. le « pouvoir » des médias télévisuels : contraintes et ressources	P 25

B. Etudier la pluralité des formes de convocation de la politique dans les médias télévisuels	P 28
1. la multiplication des formats télévisuels qui disent « ce qui concerne les gens »	P 28
2. les stratégies pour découvrir la politique à la télévision	P 30

§3/ « POLITIQUE TELEVESEE », « INFORMATION POLITIQUE » & « CADRAGE POLITIQUE »	P 32
---	-------------

A. La problématique de la thèse	P 32
--	-------------

B. Le plan de la thèse	P 38
-------------------------------------	-------------

CHAPITRE 1 LA POLITIQUE À L'ÉPREUVE DES JOURNAUX TELEVISES	P 41
---	-------------

SECTION 1 : LA POLITIQUE AU « 13 HEURES » DE TFI	P 45
---	-------------

§1/ L'INVENTION DE « L'ACTUALITE DES REGIONS » : le statut symbolique et cognitif de la politique dans « le journal de Jean-Pierre Pernaut »	P 46
---	-------------

A. Une édition d'information de la mi-journée	P 47
1. Présentation du « 13 heures »	P 47
1/ un durable succès d'audience très commenté	P 47
2/ la « ligne éditoriale » du journal	P 49
2. Analyser le « 13 heures »	P 51
1/ une ethnologie participante du bureau régional de TF1 et la fabrication d'une édition du « 13 heures » à Paris	P 51
2/ analyse interne du journal	P 56
B. « L'actualité des régions » et le traitement de l'information dans le journal de Jean-Pierre Pernaut	P 57
1. « L'actualité dans les régions » : « une petite actualité » très « globale »	P 58
1/ le « Vivre en France »	P 58
2/ « l'actualité des régions » : un appel au mode de réception de la « petite actualité » pour traiter de la « grande actualité »	P 63
2. Le traitement de l'information : présentation, thématiques et temporalités	P 66
§2/ LA DISQUALIFICATION DE LA POLITIQUE : « l'information concernante » du « 13h » de TF1	P 70
A. La marginalisation de la politique dans les formes de (re)présentation de « l'information politique » : la politique comme incarnation du « système »	P 70
B. Une édition « apolitique » : « l'information concernante » du « 13 heures » de TF1	P 76
1. Comparaison d'une édition de « 13 heures » et de « 20 heures » : le 8 octobre 2003	P 77
1/ le « 13 heures » et son « vivre en France »	P 77
2/ le cadrage de la politique au « 20 heures »	P 89
2. La « politique de l'apolitique » dans le journal : les jeux sur la « catégorie » de « l'information politique »	P 93
1/ faire passer des messages politiques en dehors de la catégorie de « l'information politique » : le problème de l'étiquetage des formes de (re)présentation de la politique	P 94
2/ le dispositif concernant de l'information télévisée : des formes de (re)présentation aux formes de raisonnement sur la politique	P 96
SECTION 2 : LES JOURNAUX TELEVISES ET L'INFORMATION POLITIQUE	P 103
§1/ LE TRAITEMENT DES « JEUX » ET DES « ENJEUX » POLITIQUES DANS LES JOURNAUX TELEVISES	P 105

A. « L'information politique » dans les « JT » P 105

1. Le traitement de l'information politique dans le « 13 heures » de *TF1* :
« la rentrée » de Dominique de Villepin, le 1^{er} septembre 2005 :
la réforme fiscale à l'épreuve du climat social P 105
2. Le bilan du « *plan Aubry* » : les éditions de « 13 heures » et de « 20 heures »
du 9 octobre 2003 sur *TF1*: deux formes de « cadrage » des « 35 heures » P 109

B. « L'actualité politique » dans les journaux télévisés en période de campagne P 115

1. La campagne à l'occasion de référendum sur le Traité Constitutionnel
Européen : les « 20h » de *TF1* du 18 mars et du 24 mars 2005 P 115
1/ le « non » en tête : un « 20h » de *TF1* et deux journaux de la mi-journée
(21 mars 2005) P 115
2/ le « 20h » de *TF1* du 24 mars, invité : Jean-Pierre Raffarin P 120
2. Les législatives de 1997 dans le « 13 heures » de *TF1* et dans celui de *France 2* P 123
1/ le lancement de la campagne dans le « 13h » de Jean-Pierre Pernaut :
les 22, 23 et 24 avril 1997 P 123
2/ les enjeux des élections dans le « 13h » de *TF1* et dans celui de *France 2* :
le 12 mai 1997 P 128

**§2/ LES FORMES USUELLES DE (RE)PRESENTATION DE LA POLITIQUE
DANS LES JOURNAUX TELEVISES P 131****A. « Information politique » et/ou « information concernante » ?
L'exemple des journaux télévisés de la mi-journée P 132**

1. « *L'information concernante* » du « 13h » de *TF1* :
le 23 novembre 2004, Jean-Pierre Raffarin et les pensions de réversion P 133
2. « *L'information politique* » du « 13 heures » de *France 2* :
le 7 septembre 2004, « la rentrée » P 136

**B. Quelle « information politique » dans les journaux télévisés :
Une « treizeurisation de l'information » ? P 145**

- 1 « Question politique » et « étiquetage politique » dans les « JT » P 146
1/ le 31 janvier 2006 : séquences « *TVA, emploi et CNE* » ou
« *chômage/TVA* » P 147
2/ le 7 février : le traitement des premières manifestations de masse
dans les « 13 heures » : une « *actualité sociale* » P 153
2. « Le journalisme politique » des « JT » : entre l'exploration du monde social et
celle des « jeux » politiques P 156
1/ « *les Questions au gouvernement* » à l'Assemblée : les « 13h » et « 20h »
de *TF1*, le mardi 14 mars 2006 P 157
2/ les « *journaux télévisés du soir* » : des spécialistes de « *l'information
politique* », autrement dit des « *jeux* » politiques ? P 161

CHAPITRE 2 LA POLITIQUE DEPOLITISEE DES MEDIAS TELEVISUELS ...P 167

SECTION 1 : LE « JOURNALISME DE MEDIATION » ET LE JOURNALISME POLITIQUE : LES RENOUVELLEMENTS DU TRAITEMENT DE L'OFFRE ET DE LA DEMANDE POLITIQUES A LA TELEVISION P 176

§1/ LE « JOURNALISME DE MEDIATION » : la parole politique évitée. La politique télévisée en temps de « fracture sociale » (1996-1997) P 178

A. Le « journalisme de médiation » : « témoigner du monde et de sa propre vie » et « aller au-delà des mots de ceux qui nous gouvernent » P 179

1. La logique de perception représentative d'une « émission - médiation » :
« *Le monde de Léa* » (TF1) P 181
2. Un regard journalistique sur la réalité sociopolitique : « *C'est à suivre* » (F2) P 184

B. Le « journalisme de médiation » et la politique : une intervention télévisée de Jacques Chirac et le traitement télévisuel des élections législatives anticipées de 1997 P 194

1. « *Les Français s'interrogent. Le Président répond* » :
une intervention télévisée de Jacques Chirac P 195
2. Formats « politiques » et « non-politiques » en campagne électorale :
le cas des élections législatives anticipées de mai/juin 1997 P 202

§2/ LE JOURNALISME POLITIQUE : la parole politique attaquée. La politique télévisée au changement de siècle P 206

A. La sédimentation des formules des formats politiques P 208

1. les « émissions politiques » : l'exemple de « *Franchement* » (F2) P 209
2. la concurrence des « médiateurs » : l'exemple du magazine politique
« *L'Hebdo* » (C+) P 216

B. Un « médiateur » en politique : la disparition du « rendez-vous politique des Français » P 220

1. Le modèle de « la dilution » : « *7/7* » P 221
2. La fin du « rendez-vous politique des Français » P 225

SECTION 2 : LE TRAITEMENT TELEVISUEL DE LA POLITIQUE

A L'EPREUVE DU « JOURNALISME D'ETAT-MAJOR »

ET DE « L'INFORMATION / DIVERTISSEMENT » :

LA VICTOIRE DU « DOUBLE CADRAGE » DE LA POLITIQUE

A LA TELEVISION P 234

§1/ Le « journalisme d'état-major » et « l'information/divertissement » : la politique télévisée saisie par la « COMMUNICATION » P 235

A. Le « journalisme d'état-major » : la passion pour les jeux politiques P 235

1. L'arrivée du « journalisme d'état-major » au sein d'un magazine d'information.
L'exemple de « *7 à 8* » et des Municipales de 2001 à Paris P 236

2. Le « journalisme d'état-major » dans les magazines d'information. L'exemple de <i>Complément d'enquête</i> : « Le 21 avril : 1 an après »	P 239
---	-------

B. Le déplacement du personnel politique dans les magazines « d'information et de divertissement » : le « gouvernement de communication » à la télévision P 254

1. Se rendre dans les « magazines d'information » : Jean-Pierre Raffarin dans <i>Zone Interdite</i> et Nicolas Sarkozy dans <i>Capital</i>	P 255
2. Se rendre dans le divertissement : « Sarkozy », « chez Fogiel » (6 février 2005)	P 263

§2/ L'irrésistible montée en puissance du « DOUBLE CADRAGE » de la politique dans le traitement de la politique à la télévision P 273

A. « Le double cadrage » de la politique dans les stratégies rhétoriques de la « politique télévisée : stratégies de communication et de « cadrage » des professionnels de la représentation P 275

1. Le « double cadrage » des stratégies de communication politique : « Nicolas Sarkozy partout », et, dans un nouveau « rendez-vous politique » sur <i>TF1</i> , « Face à la une » (24 novembre 2004)	P 276
2. Formats télévisuels de « parole politique » et magazines « d'information politique » : le « journalisme politique » en proie au « double cadrage » de la politique à l'écran	P 279

B. Le « double cadrage » de la politique dans les formats politiques. L'exemple des « magazines politiques » P 286

1. « Mots croisés », (lundi 13 octobre 2003) : « communication politique » et « la question des 35h »	P 287
2. La version sophistiquée du « double cadrage » de la politique dans les « magazines politiques », par Serge Moati : « tout est combat » et « tout est méthode »	P 295

CHAPITRE 3 FAIRE DE L'INFORMATION POLITIQUE A LA TELEVISION AUJOURD'HUI P 305
--

§1/ LE « CADRAGE DEPOLITISE » de la politique télévisée : changement de « regard » sur la politique et « centralité » de la politique à la télévision P 315

A. La catégorisation de la politique comme un « jeu » à la télévision : la contribution des médias télévisuels au regard dépolitisé sur la politique P 316

1. La définition des « cadres médiatiques » de la politique à la télévision : cadres de pensée et cadres d'interprétation de la politique	P 317
2. La participation des médias télévisuels au changement de regard sur la politique : la construction collective des « cadres médiatiques » de la politique télévisée	P 320

B. Visibilité et « centralité » de la politique à la télévision : appréhender les dimensions symboliques et cognitives des formes télévisuelles de la politique dans un « âge antipolitique » P 326

1. Quand les catégories instituées de « l'information politique » ne rendent pas compte de la diversité des formes de convocation de la politique à la télévision	P 326
---	-------

2. La politisation des significations politiques engendrées à la télévision et la dépolitisation de la « politique télévisée » P 334

**§2/ Les jeux rhétoriques de « la politique télévisée » :
LA CATEGORISATION TELEVISUELLE de la politique P 342**

A. Le cadrage télévisuel de la politique : double cadrer ou inverser la (re)présentation de la politique à la télévision P 343

1. la dualité du regard non-politique des médias télévisuels :
le *concernant* en politique P 344
2. le cadrage politique : une règle de saisie de l'articulation conceptuelle de la politique P 347

B. La catégorisation télévisuelle de la politique : faire de l'information politique et opérer un cadrage politique de l'information P 351

1. Le pouvoir de catégorisation des médias télévisuels : catégories référentielles et catégories linguistiques de la politique à la télévision P 352
2. la catégorie de l'information politique comme catégorie basique P 355

CONCLUSION P 361

BIBLIOGRAPHIE P 369

ANNEXES P 379

TABLE DES MATIERES P 387