

Bonne Europe et mauvaise France. Les éditorialistes français interprètent la victoire du « non » au traité constitutionnel européen

Antoine Schwartz

Volume 27, numéro 2, 2008

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/019459ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/019459ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Société québécoise de science politique

ISSN

1203-9438 (imprimé)

1703-8480 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Schwartz, A. (2008). Bonne Europe et mauvaise France. Les éditorialistes français interprètent la victoire du « non » au traité constitutionnel européen. *Politique et Sociétés*, 27(2), 137–159. <https://doi.org/10.7202/019459ar>

Résumé de l'article

Le 29 mai 2005, la majorité des électeurs français ont rejeté le projet de « traité constitutionnel européen » qui leur était soumis par référendum. Que signifie ce vote ? Comment l'expliquer ? Comme après chaque scrutin, s'est engagée une lutte symbolique pour l'interprétation des résultats faisant intervenir hommes et femmes politiques, journalistes et experts. La présente contribution se propose de réfléchir à la construction médiatique de ce vote en étudiant les réactions des commentateurs au lendemain du scrutin. Ce faisant, seront exposées leurs stratégies idéologiques, ainsi que les logiques sociales qui en sont au fondement. Cette recherche interroge ainsi le rôle des médias dans la structuration du débat public.

BONNE EUROPE ET MAUVAISE FRANCE. LES ÉDITORIALISTES FRANÇAIS INTERPRÈTENT LA VICTOIRE DU «NON» AU TRAITÉ CONSTITUTIONNEL EUROPÉEN

Antoine Schwartz

Groupe d'analyse politique, Université Paris X – Nanterre

antoine_schwartz@yahoo.fr

Le 18 juin 2004, le Conseil européen réunissant les chefs d'État et de gouvernement de l'Union européenne adoptait le projet de «traité établissant une Constitution pour l'Europe», qui devait être soumis à la ratification des pays membres¹. Alors que la quasi-totalité des gouvernements choisissaient le mode de ratification par voie parlementaire, le président de la République française, Jacques Chirac, annonçait le 14 juillet 2004 sa décision de soumettre le traité à un vote du peuple français par voie référendaire. Commençaient alors une campagne politique des plus intenses, opposant deux camps – l'un favorable à l'adoption du traité, l'autre à son rejet – disposant de ressources politiques très inégales. Le vote «oui» était en effet soutenu par le gouvernement lié à la principale formation de la droite parlementaire, l'Union pour un Mouvement populaire (UMP), mais également par le premier parti de l'opposition, le Parti socialiste (PS), ainsi que par les centristes de l'Union pour la Démocratie Française (UDF) et les Verts. Le vote «non» était défendu par les organisations d'extrême-gauche (Ligue communiste, Lutte ouvrière), le Parti communiste (PCF), des minoritaires du PS et des Verts, la mouvance altermondialiste (notamment l'association antilibérale ATTAC / Association pour la Taxation des Transactions pour l'Aide aux Citoyens), ainsi que par les droites extrêmes. Le débat est apparu somme toute exceptionnel à la fois par son enjeu et par son caractère «passionné», la construction européenne n'ayant fait l'objet d'aucun débat public de fond depuis le précédent référendum sur le traité de Maastricht, en 1992. Finalement, le référendum du 29 mai 2005 s'est soldé par un rejet du traité constitutionnel européen (TCE) à près de 54,7 % des suffrages exprimés, avec un taux de participation de 69,3 % des inscrits.

1. Voir Antonin Cohen et Antoine Vauchez (dir.), 2007, *La Constitution européenne. Élités, mobilisations, votes*, Bruxelles, Presses de l'Université de Bruxelles, 298 p.

Malgré leur apparente clarté, la lecture de ces chiffres ne va pas de soi. Que signifie ce vote ? Qui a gagné ? Comment expliquer ce résultat ? Quelles leçons en tirer pour l'avenir ? Des travaux l'ont déjà souligné : les analyses d'un scrutin sont « partie prenante » d'un processus électoral qui ne se clôt pas avec la fermeture des bureaux de vote². En effet, après chaque élection s'engage une lutte symbolique dans laquelle les professionnels de la politique et les commentateurs s'autorisent, par la magie du commentaire électoral et celle de la délégation politique, à imputer à des millions de décisions individuelles des volontés politiques homogènes³. Ce phénomène illustre d'abord la force d'institution que revêt la représentation politique, puisque ce sont principalement les agents les plus consacrés du champ politique qui sont en mesure de faire prévaloir, en fonction de leurs propres enjeux, des lectures globalisantes du vote et d'énoncer des leçons générales pour l'avenir. En ce sens, explique Bernard Lacroix, « la division du travail politique entre professionnels et profanes constitue le ressort de la confiscation par les porte-parole du sens politique du vote »⁴.

Mais cette dynamique interprétative associe également d'autres agents, en particulier les spécialistes de l'exégèse électorale et du commentaire de la vie politique (éditorialistes, journalistes politiques, sondeurs, politologues, essayistes et autres « experts ») qui, bien qu'ils revendiquent généralement une position d'extériorité et de neutralité, participent activement du jeu politique et des luttes entre professionnels de la politique⁵. Dans cette lutte symbolique qui les oppose et les rassemble, les acteurs politiques doivent tenir compte du pouvoir important que détiennent « les médias », celui de contribuer à la construction symbolique des enjeux politiques et des problèmes sociaux⁶. Parce qu'ils influent sur la perception des événements politiques et sur la structuration du débat public, les différents « auxiliaires » du champ politique apparaissent comme des acteurs à part entière d'une campagne politique.

Appréhender la dynamique complexe d'assignation d'une signification sociale à un vote – précisément d'une pluralité de significations dotées de forces symboliques inégales –, et restituer les mécanismes

2. Patrick Lehingue, 2005, « Mais qui a gagné ? Les mécanismes de production des verdicts électoraux », dans *Mobilisations électorales. Le cas des élections municipales de 2001*, sous la dir. de Jacques Lagroye, Patrick Lehingue et Frédéric Sawicki, Paris, Presses universitaires de France / Centre Universitaire de Recherches sur l'Action Publique et le Politique (CURAPP), 368 p., aux p. 323-360.

3. Daniel Gaxie, 1978, *Le cens caché*, Paris, Seuil, 268 p., aux p. 10 ss.

4. Conclusion du séminaire « La ratification du traité constitutionnel européen », Master de science politique, Université Paris X-Nanterre, 31 mai 2005.

5. Patrick Champagne, 1990, *Faire l'opinion*, Paris, Minuit, 311 p.

6. Voir Erik Neveu, 2001, *Sociologie du journalisme*, Paris, La découverte, 122 p., à la p. 83.

Résumé. Le 29 mai 2005, la majorité des électeurs français ont rejeté le projet de « traité constitutionnel européen » qui leur était soumis par référendum. Que signifie ce vote ? Comment l'expliquer ? Comme après chaque scrutin, s'est engagée une lutte symbolique pour l'interprétation des résultats faisant intervenir hommes et femmes politiques, journalistes et experts. La présente contribution se propose de réfléchir à la construction médiatique de ce vote en étudiant les réactions des commentateurs au lendemain du scrutin. Ce faisant, seront exposées leurs stratégies idéologiques, ainsi que les logiques sociales qui en sont au fondement. Cette recherche interroge ainsi le rôle des médias dans la structuration du débat public.

Abstract. On May 29, 2005, the European Constitution Treaty submitted by referendum had been rejected by a majority of French voters. What does this opposition to the project of a European Constitution mean ? How can it be explained ? As after each vote, the interpretation of the results raises symbolic struggles amongst politicians, journalists, and experts. This research paper aims at analysing the media coverage of this "no" vote, especially through the study of leading columns. It deals with ideological strategies as well as structural logics. It reflects on the impact of mass media on the public sphere.

qui permettent à certains schèmes idéologiques de s'imposer dans le « champ politico-journalistique » au point de façonner l'image publique d'un vote, relèvent d'un programme de recherche qui dépasse le cadre de cette étude. Il s'agit plutôt ici de soumettre à la discussion une série de réflexions sur ce qu'il conviendrait de nommer « la construction médiatique du 29 mai 2005 », mais en restreignant notre objet essentiellement aux prises de position des éditorialistes et autres commentateurs attitrés de la vie politique.

Outre un suivi approfondi de la campagne référendaire, cette étude s'appuie sur une enquête empirique fondée sur l'observation d'une large palette de médias d'information de la presse parisienne au lendemain du scrutin⁷.

Quelles interprétations du référendum semblent s'imposer dans la presse parisienne au lendemain du scrutin ? De quelles manières les *faiseurs d'opinion* ont-ils pu peser sur les cadres symboliques qui organisaient le débat politique au lendemain du vote ? Pourquoi la victoire du « non » leur a-t-elle semblé, si ce n'est impossible, du moins impensable ?

7. Le corpus regroupe ainsi cinq quotidiens nationaux (*Le Monde*, *Libération*, *Le Figaro*, *L'Humanité*, *Les Échos*), quatre hebdomadaires (*Le Nouvel Observateur*, *L'Express*, *Le Point*, *Marianne*), les émissions d'information de trois chaînes radio-phoniques (France Inter, Europe 1 et RTL), les journaux télévisés de quatre chaînes de télévision (TF1, France 2, France 3, LCI) et trois quotidiens régionaux (*Les Dernières nouvelles d'Alsace*, *L'Est Républicain*, *La Marseillaise*). Les archives audiovisuelles ont été consultées à l'Institut national de l'audiovisuel (INA).

Cette réflexion centrée sur la dynamique interprétative de la victoire du « non » ouvre d'autres problématiques. Elle incite en effet à porter un regard critique sur le rôle des médias en démocratie, en particulier quant à la structuration du débat public⁸. Il s'agira en effet de s'interroger principalement sur les mécanismes régissant une « compétition idéologique inégale »⁹ à la défaveur des discours critiques de l'ordre économique et social et, précisément, dans le cas étudié, à l'égard de la construction européenne et de l'idéologie néolibérale. Dans cette perspective, l'analyse des réactions des commentateurs permettra de questionner *le travail d'imposition et de censure* du débat public par les agents qui dominent le champ journalistique et qui disposent, de ce fait, du pouvoir de peser sur le débat idéologique. Dans cette perspective, il sera suggéré que les représentations attachées à la « cause européenne », véritable *doxa* des élites journalistiques, s'inscrivent dans une matrice de jugement et de perception conforme aux aspirations des élites politiques et économiques favorables à la mondialisation. L'opposition entre la « bonne Europe », associée à la « modernité » et à « l'ouverture », contre la « mauvaise » France, associée au « retard » et à « l'archaïsme » de son modèle social, structure cette idéologie.

LA DISQUALIFICATION D'UN VOTE

« La presse bouleversée. Stupeur et incompréhension donnent le ton dans la presse française de ce lundi », annonce le journaliste qui tient la revue de presse matinale sur une radio privée de grande audience, RTL. Ce constat résume assez bien l'état d'esprit – une sorte d'effacement – qui est celui de la majorité des éditorialistes au lendemain du scrutin. Ce qui surprend est la brutalité inhabituelle des propos tenus. À cet égard, deux éditoriaux, alors très remarqués et très discutés, sont exemplaires et même emblématiques de l'humeur idéologique qui tend à prévaloir. D'abord celui de Serge July, directeur de *Libération*, journal réputé « de gauche », qui, dans un éditorial intitulé « Chef-d'œuvre masochiste », invoque « les cris de douleur, de peur, d'angoisse et de colère » des électeurs et présente le résultat comme « un désastre général et une épidémie de populisme qui emportent tout sur leur passage » (30 mai 2005). Ce « tout » qui se trouve emporté par cette catastrophe englobe rien de moins que « la construction européenne, l'élargissement, les élites, la régulation du libéralisme, le réformisme, l'internationalisme, [et] même la générosité ». L'autre éditorial est celui de Jean-Marie

8. Pour une critique du modèle de la sphère publique idéale, voir Anne-Marie Gingras, 1999, *Médias et démocratie. Le grand malentendu*, Québec, Presses de l'Université du Québec, 237 p.

9. Ralph Miliband, [1969] 1973, *L'État dans une société capitaliste*, Paris, Maspero, 311 p.

Colombani, directeur du *Monde*, quotidien dit « de référence », pour qui le constat n'est guère distinct : « les tenants du Non voulaient en finir avec ce qu'ils considèrent comme le mythe européen. Par nationalisme, par xénophobie, par dogmatisme ou par nostalgie, ils voulaient se débarrasser de cette Europe qui barre l'horizon, qui dérange les habitudes, qui impose des changements. » (*L'impasse*, 31 mai 2005)

Dans l'ensemble de la presse parisienne, il n'est pas rare de retrouver un pareil ton accusateur et de semblables jugements injurieux, et cela sous la plume d'éditorialistes officiant dans des entreprises de presse parfois très différentes. Dans les pages du quotidien économique *Les Échos*, la responsable de la rubrique politique affirme que « la France est devenue hier soir l'homme malade de l'Europe » (30 mai 2005). Dans les colonnes de *20 minutes*, l'un des principaux quotidiens d'information de la presse gratuite, le directeur de la rédaction explique que « c'est la France du repli, la France recroquevillée sur ses craintes qui a gagné ce référendum. Elle a succombé à des mois d'un discours social-pleurnichard dans lequel la réalité des faits avait cédé le pas à l'émotionnel collectif. » (30 mai 2005) Dans les colonnes du *Nouvel Observateur*, hebdomadaire de centre gauche, les éditorialistes parlent de « fièvre », de « rage », d'« Europe blessée », et évoquent même leur « tristesse » (2 juin 2005). C'est à qui, parmi les commentateurs, renchérit le mieux dans ces excès de langage : un éditorialiste du *Monde*, ancien directeur de la rédaction du journal, n'hésite pas à agiter le spectre d'une « révolution nationale » exprimant « une colère contre le monde et contre la démocratie » (*Le Monde* 2, 4 juin 2005). Quelques jours plus tard, un historien de renom, membre de l'Académie française, évoquera avec sérieux un « second Munich », au motif que les deux événements manifesteront un « même repli sur soi » (*Le Figaro*, 11 juin 2005).

Des schèmes interprétatifs univoques

L'étiquette d'« éditorial » recouvre des produits très divers, obéissant à des logiques de production différentes, qui varient notamment selon les propriétés du média concerné et la fonction que doit remplir le journaliste¹⁰. Le dénominateur commun de ce genre journalistique réside certainement dans le fait qu'il relève d'une forme de privilège autorisant son détenteur à émettre des jugements sur une actualité qu'il est habilité à commenter, souvent en son nom propre. Au lendemain du scrutin, on peut constater un usage du registre de l'opinion qui contraste fortement avec la relative modération de langage, attaché à l'analyse froide, dont ils font habituellement preuve – excepté une minorité dont

10. Sur les éditorialistes, on peut se référer aux travaux de Philippe Riutort, dont : *L'écriture d'un éditorial*, communication au Colloque « Genres journalistiques », IUT (Institut universitaire de technologie) de Lannion, 16-17 septembre, 2004.

le style grandiloquent et prophétique constitue une sorte de marque de fabrique. Surtout, le fait que des points de vue très proches sur le plan idéologique se retrouvent d'un organe à l'autre, et d'un chroniqueur à l'autre, rend problématique la reconstitution d'un espace des prises de position.

Pourtant de réelles divergences existent. Ainsi, dans une position marginale et à contre-courant, le quotidien communiste *L'Humanité* se réjouit du résultat – « un grand espoir » affirme son éditorialiste – et choisit de titrer, en une : « 55 % Le peuple dit NON à l'Europe libérale. » De même, *La Marseillaise*, sans doute l'un des seuls quotidiens régionaux à afficher une identité « de gauche », parle « d'inventer une politique qui sorte enfin des vieux chemins du libéralisme ». Ces titres font figure d'exceptions, car globalement la presse d'information ne partage pas ces vues, avec des nuances cependant. Si les responsables des hebdomadaires classés « à droite » (*L'Express* ou *Le Point*) tiennent des propos virulents, *Le Figaro*, grand quotidien de la droite, affiche en première page un simple « Non » en lettres géantes, plutôt neutre, comme l'est également l'analyse de son directeur qui prend seulement acte d'une « grande date historique » et s'intéresse surtout aux effets politiques de ce vote dans le camp de la droite. De même, le journal *Le Parisien* titre simplement « 55 % pour le NON, c'est énorme » et propose en guise d'analyse le point de vue d'un sondeur évoquant « un Mai 68 dans les urnes ». Hormis les éditoriaux, qui manifestent l'engagement de leurs signataires, les titres de la presse régionale affichent des comptes-rendus plus distanciés. En fait, plus les organes d'information apparaissent investis dans le débat idéologique « parisien », plus ils multiplient les « points de vue » sur le scrutin qui revêtent une couleur idéologique marquée. Et puis, c'est parmi les responsables de la presse classée au « centre gauche » que le dépit et la colère semblent les plus prégnants. Le débat référendaire ne s'était-il pas noué sur des problématiques « de gauche » ? De manière significative, *Libération* titre « Le Jour le plus NON » et *Le Nouvel Observateur* « État de choc ».

Toutefois, au-delà des divergences de ce type, c'est surtout la similitude des schèmes interprétatifs qui mérite d'être soulignée. Sauf exception (*L'Humanité*), tous les commentateurs s'accordent à considérer le résultat du référendum comme une mauvaise nouvelle et un « échec ». Il n'est jamais évoqué comme un événement positif, une expression de la souveraineté populaire appelé à faire date dans l'histoire. Le rejet du traité représente au contraire une calamité pour l'Union européenne. L'idée qu'il puisse être renégocié de manière bénéfique n'est pas envisagée. Pis, le résultat signifie la perte d'une chance historique pour la France. Comme l'illustre parfaitement le dessin en une du *Monde*, les Français donneraient l'image de se chamailler sur l'île France, tandis que le bateau Europe, lui, suit son cours, avec à son bord des passagers qui ne comprennent pas cette coutume si locale et désuète (31 mai 2005).

Ensuite, de nombreux commentateurs s'accordent à présenter le « vote non » comme une protestation nationaliste et conservatrice exprimant un rejet de « l'Europe ». Tout le contraire des partisans du « non » dans le camp de la gauche qui lui attribuent un sens politique critique, appelant à une réorientation de la construction européenne dans une optique plus « progressiste ». Cette désignation d'un vote « contre l'Europe » n'est pourtant pas sans contredire une autre affirmation, souvent réitérée, selon laquelle « les Français » auraient moins rejeté le traité constitutionnel en tant que tel (c'est un texte aride, qui leur aura échappé, explique-t-on) qu'ils n'ont exprimé leur mécontentement à l'égard du gouvernement ou leur « ras-le-bol » général (« ce que les électeurs ont rejeté avec violence, c'est d'abord dix ans de chiraquisme », précise *L'Est Républicain*). Dans cet optique, le texte n'aurait servi que de « bouc émissaire » : « L'Europe a eu le tort de se trouver au mauvais moment là où il ne fallait pas : à portée de vote » résume un éditeur de *Nouvel Observateur* (2 juin 2005).

Enfin, on peut également observer, selon ce tropisme bien connu du journalisme politique, la récurrence des analyses centrées sur les effets immédiats sur le jeu politique et les tactiques des compétiteurs. Chez tous les éditeurs, particulièrement ceux qui sont les moins portés au prophétisme ampoulé, les spéculations sur les recompositions politiques et les coups à venir (échec du président, changement du premier ministre, leadership au sein des partis etc.) occupent la majeure partie du commentaire. De manière significative, les rédactions des journaux télévisés du soir des deux plus grandes chaînes (TF1 et France 2) choisissent de faire l'ouverture sur le probable changement de premier ministre. Le référendum, loin d'être présenté comme événement politique majeur, se trouve finalement réduit à ses conséquences strictement politiques, c'est-à-dire « politiciennes ».

Censures visibles et invisibles

Dans cette perspective, un autre phénomène mérite l'attention. La dynamique interprétative du scrutin repose sur une double dépossession : non seulement ce sont les hommes et les femmes politiques (du moins les plus consacrés d'entre eux) et les « experts » en tout genre qui sont amenés à « dire la vérité » de millions de voix, mais ces professionnels de la représentation qui peuvent s'exprimer dans les grands médias sont dans la majorité des cas ceux qui défendaient l'adoption du traité constitutionnel. Le caractère uniforme des discours qui dominent les interprétations de l'après-29 mai résulte ainsi de la concordance des schèmes de perception et de jugement, à la fois politiques et sociaux, des commentateurs et, plus généralement, des acteurs de la campagne conviés à en analyser les enjeux.

Ainsi, au lendemain du 29 mai, sur les plateaux de télévision comme dans les studios de radio ou les colonnes de la presse, ce sont les partisans du « oui » qui sont conviés à expliquer la victoire du « non ». Dans la presse écrite, les points de vue des opposants du traité apparaissent en effet nettement moins représentés que ceux de leurs adversaires, surtout si l'on inclut l'ensemble des commentateurs. De manière significative, *Le Nouvel Observateur* propose par exemple, dans son numéro « spécial 29 mai » (2 juin 2005), six éditoriaux signés par des journalistes de l'hebdomadaire et sept autres « opinions » de personnalités extérieures. Sur l'ensemble de ces éclairages, on compte seulement deux points de vue favorables à la victoire du « non », un éditorialiste et une personnalité (le fondateur d'ATTAC). À la radio, le lundi 30 mai au matin, Europe 1 reçoit neuf invités, huit personnalités politiques et un chroniqueur au magazine *Le Point*. Parmi ces intervenants, sept ont soutenu l'adoption du projet de Constitution et seulement deux ont pris position pour son rejet. Au même moment, sur RTL, après la chronique économique puis celle politique, déplorant toutes deux le résultat (« le grand gagnant c'est George Bush, explique le journaliste économique [...] Dans ce référendum l'Europe a été prise en otage »), le présentateur interroge deux responsables politiques ayant soutenu le « oui ». S'engage ensuite un débat entre spécialistes, faisant intervenir trois éditorialistes et le président du Conseil européen, tous les quatre favorables au traité. L'espace de quelques minutes seulement, une représentante du « non » de droite a pu se faire entendre.

Le soir du 30 mai, sur France 2, la directrice de l'information de la principale chaîne publique présente une émission spéciale : « Pourquoi les Français disent non ? ». Le plateau, censé figurer « la société civile », compte aux côtés de trois représentants syndicaux (deux syndicalistes de la Confédération générale du travail / CGT et le secrétaire général de Confédération française démocratique du travail / CFDT), un ministre de la Culture du gouvernement, un ancien ministre socialiste, figure de l'humanitaire (également compagnon d'une présentatrice de la télévision), un énarque président d'Emmaüs France, un cinéaste et écrivain engagé, le président d'une association de médecins (également chroniqueur), une élue des Verts dans un arrondissement cosu de Paris (également écrivaine), un ancien porte-parole des Verts (également animateur à la radio), le président de l'Union des Industries Textiles (un syndicat patronal) et enfin un comédien renommé (également le compagnon d'une présentatrice du Journal télévisé de TF1). Au total : huit partisans du « oui » pour quatre soutiens du « non ». Pour compléter le tableau de cette émission spéciale, France 2 a choisi d'interroger un ancien ministre de droite célèbre pour son orthodoxie libérale, puis de convier un publicitaire et deux « experts », un journaliste de *l'International Herald Tribune* (« Je trouve que le discours en France est de plus en plus gauchiste ») et le chroniqueur « Économie » du

Monde, dont le dernier article publié avant le référendum s'intitulait «La France sociale n'est plus capable d'exporter autre chose que ses échecs» (29-30 mai 2005).

Pour expliquer le résultat, les responsables des médias ne convoquent pas seulement les perdants politiques de la veille : ils font également appel à des « experts », présentés comme « neutres », généralement des journalistes politiques ou des politologues, et de nombreux sondeurs. Car pour détailler « ce que pensent les électeurs », la presse recourt abondamment aux sondages. Contraintes de respecter une image de scientificité qui leur impose une certaine neutralité partisane, les analyses des sondeurs peuvent toutefois, dans l'exposition de la nature et des raisons du vote, rejoindre les conclusions formulées par les autres commentateurs – d'où notamment la récurrence de l'idée de « peur » pour référer les motifs du vote « non ». Ainsi, sans doute de manière un peu caricaturale, le quotidien *Libération* consacre deux pages au décryptage des « ressorts du non », à partir d'un « sondage exclusif ». Le spécialiste résume ces ressorts : « Peur de l'avenir et peur de l'ailleurs, telles sont les deux principales explications du vote de crise de dimanche. » Éclaircissements dont on peut douter de la pertinence puisque ces deux dimensions n'apparaissent dans aucun des tableaux du sondage commandé par le journal... Au contraire, les « motivations du non » qui arrivent en premier dans cette enquête sont : « permettre de renégocier le traité ; refuser une Europe trop libérale ; exprimer un ras-le bol » (*Libération*, 31 mai 2005).

Certains de ces experts, les « bons clients » des journalistes, peuvent paraître parfois omniprésents. Ainsi, le lundi 30 mai en fin d'après-midi, le directeur de l'institut de sondages CSA (membre du CEVIPOF / laboratoire de Science Po) et le sondeur de l'institut Ipsos officient sur le plateau de « C dans l'air », une émission de débats de France 5. Le sondeur de l'institut Ipsos est aussi le même soir l'invité du journal télévisé de France 2, tandis que le représentant de l'institut TNS-Sofres intervient dans celui de TF1. Présent à l'antenne d'Europe 1 le matin, le sondeur de l'institut CSA est le soir invité sur France Inter, au côté d'un ancien directeur de la Sofres, membre du CEVIPOF. Dans les journaux d'information de France 3, il est possible d'entendre les analyses de deux politologues, tous deux membres de ce même laboratoire. L'un, qui était l'expert de la campagne référendaire pour une chaîne d'information en continu, est interviewé le même jour dans le quotidien économique *Les Échos* où il explique que « les électeurs ont dit 'non' pour partie au gouvernement mais plus fondamentalement au changement, à l'Europe, à la mondialisation » (30 mai 2005). L'autre, interrogé longuement dans *Le Monde* à la veille du scrutin, se retrouve deux jours plus tard sur le plateau de « France Europe Express » sur France 3, aux côtés d'autres « bons clients ». Inutile de préciser que tous deux étaient favorables à l'adoption du projet de Constitution.

UNE COMPÉTITION IDÉOLOGIQUE INÉGALE

Le processus social de production d'un verdict électoral (qui a gagné ?) et plus généralement d'assignation d'un sens global à un vote – ou plutôt d'une pluralité de sens concurrents – relève d'un phénomène quasi magique, à la manière des énoncés performatifs ou des prophéties « autoréalisatrices », par lequel des professionnels de la représentation, porte-parole élus ou autoproclamés de l'opinion, sont autorisés à « faire parler » des bulletins, par définition muets et anonymes, à leur place et en leur nom. Ainsi, tout se passe comme si les électeurs votaient deux fois : une première fois, explique Daniel Gaxie, « à partir de leurs propres critères de choix, qui sont extraordinairement variables et dont certains ont peu de rapports avec la logique politique qu'on leur accorde », et une seconde fois « au moment de l'interprétation des résultats, lorsque les hommes politiques et les commentateurs patentés donnent un sens politique aux chiffres globaux en prêtant une volonté politique homogène à chacun des électeurs »¹¹. En ce sens, le coup de force symbolique de tous les exercices de ventriloquie électorale consiste bien à transmuier des millions de voix, motivées par des raisons multiples et complexes – mais qui ont certainement plus à voir avec les goûts et les dégoûts sociaux « ordinaires » qu'avec la mythologie de l'électeur rationnel des politologues – en des opinions « politiques » et politiquement informées. Les divergences entre interprètes masquent généralement un accord tacite sur les règles du jeu exégétique¹².

Dans cette après-campagne, interprètes favorables au « oui » ou au « non » ont ainsi en commun de négliger, souvent même de nier, la diversité des raisons au principe de ce rejet majoritaire dans l'électorat. Dans les deux camps mobilisés, des acteurs des univers politiques et journalistiques tentent en effet de faire prévaloir des lectures du scrutin susceptibles de faire sens de l'hétérogénéité réelle des bulletins. De même que leurs adversaires présentent le résultat comme une protestation « populiste » ou un simple rejet du gouvernement en place, les porte-parole du « non » classés à gauche minimisent le caractère « nationaliste » et « conservateur » du vote et le présentent, au contraire, comme un « non de gauche » exprimant un refus clair et cohérent des politiques néolibérales. Cependant, et c'est ce sur quoi il convient d'insister, dans cette dynamique des luttes interprétatives engagée bien avant le scrutin du 29 mai 2008, toutes les stratégies interprétatives n'ont pas le même poids.

En effet, le crédit symbolique d'une interprétation dépend essentiellement des ressources dont disposent les acteurs, et tous n'ont pas la même capacité à se faire entendre. La force politique du « camp du oui » apparaît ainsi sans commune mesure avec celle du « non ». Les acteurs politiques qui entendent représenter un « non de gauche » (la minorité

11. Gaxie, *Le cens caché*, p. 12.

12. Lehingue, « Mais qui a gagné?... », p. 127.

du PS, le PCF et les partis d'extrême-gauche, divers acteurs du mouvement altermondialiste, etc.) ne disposent pas *de fait* des moyens sur les plans politique et idéologique d'imposer des schèmes de perception du résultat et des solutions pour l'avenir conformes à leurs vues. Dans cet état des rapports de force, on comprendra aisément que les lectures de l'évènement qui ont toutes les chances de s'imposer soient celles qui correspondent aux enjeux des deux grands partis (le PS et l'UMP) et du gouvernement en place et, plus généralement, celles qui satisfont les attentes des élites. Mais qu'en est-il dans l'arène médiatique ? Les médias n'ont-ils pas prétention de faire vivre le débat démocratique, d'assurer une représentation équitable des opinions, dans leur pluralité ?

Précisément, insister sur le caractère pluraliste du débat public orchestré par les médias ne devrait pas faire oublier à quel point la compétition idéologique s'est révélée structurellement inégalitaire. Ainsi, s'il est légitime de rappeler que les positions identifiées au « non de gauche » ont disposé de relais dans la presse (par exemple le quotidien *L'Humanité*, le mensuel *Le Monde diplomatique* ou l'hebdomadaire *Politis*), force est de constater que l'audience de ces organes d'information n'est en aucun cas comparable avec celle des autres titres de presse engagés (officiellement ou non) pour l'adoption du traité. De même, si les porte-parole du « non » n'ont pas été « censurés » dans les médias, leur visibilité, avant ou après la campagne, est apparue nettement moindre que celle de leurs adversaires. Enfin, on remarquera que les prises de position observées dans la grande presse au lendemain de la victoire du « non » s'inscrivent, en fait, dans la continuité du travail symbolique entrepris par « les faiseurs d'opinion » durant toute la campagne pour défendre l'adoption du projet de Constitution et « disqualifier » par avance un éventuel rejet. En ce sens, l'espace des possibles interprétations du résultat était en quelque sorte « pré-formaté » par le « cadrage symbolique » dont l'enjeu européen avait été l'objet depuis plusieurs mois.

Éditorialistes en campagne

Pendant la campagne, le traitement médiatique réservé aux arguments et aux défenseurs du « non » a fait l'objet de polémiques récurrentes. L'existence de grands déséquilibres quant aux possibilités d'expression des différents camps, à la défaveur de celui du « non », apparaît indéniable¹³. Cependant, les quelques données disponibles

13. Les études publiées ultérieurement n'ont pas contesté le fait que la visibilité des partisans du « Oui » ait été constamment supérieure à celle du « Non ». Cependant, Jacques Gerstlé et Christophe Piar (2005, Le cadrage du référendum sur la Constitution européenne : la dynamique d'une campagne à rebondissements », *Cahiers*

(temps de parole, nombre de tribunes dans la presse, nombre d'invitations dans les journaux télévisés etc.), si elles confirment de fortes inégalités, constituent seulement des *indices* qui ne permettent pas de rendre compte d'aspects de la campagne plus difficilement objectivables statistiquement¹⁴. Les représentants du « non » ont, par exemple, souvent dénoncé une certaine « agressivité » des interviewers à l'égard de leur personne, contrairement à la bienveillance dont bénéficiaient ceux du « oui ». Plus généralement, c'est certainement le vocabulaire ordinaire employé par les journalistes qui manifeste cette neutralité pour le moins discutable, que l'on songe à tous ces quasi-automatismes de langage qui les conduisaient à user couramment des qualificatifs « antieuropéens » ou « eurosceptiques » pour désigner les adversaires du traité constitutionnel, ou aux unes très engagées des quotidiens, par exemple : « L'Europe malade de la France » (*Libération*, 23 mars 2005), « La contagion du 'non' en Europe » (*Libération*, 16 mai 2005), ou « L'Europe contre-attaque pour sauver le Oui » (*Le Monde*, 20 mai 2005). Enfin, il convient de tenir compte des interventions dans le débat référendaire de toute une série d'acteurs objectivement engagés dans le processus de ratification du traité (éditorialistes, intellectuels de médias, journalistes ou « experts ») qui bénéficiaient d'une présomption de compétence, mais aussi de neutralité alors même qu'ils avaient pris position publiquement en faveur de son adoption.

En particulier, et alors même que l'on a pu parler d'une sorte de « déclin de l'éditorial », du fait notamment de la démonétisation de la posture de leader d'opinion, la question du traité constitutionnel a suscité, au contraire, une mobilisation intense, et plutôt inaccoutumée, des éditorialistes. En effet, toute presse confondue, la quasi-totalité d'entre eux a pris position en faveur de l'adoption du projet de Constitution¹⁵. L'éditorialiste Alain Duhamel, une sommité de la profession, l'a d'ailleurs volontiers reconnu lors d'une interview : « Sur le sujet européen, c'est une évidence que la quasi-totalité des éditorialistes sont

du CEVIPOF, n° 42, juillet, p. 72) affirment que « c'est moins en privilégiant directement une position au détriment d'une autre qu'en focalisant l'attention d'une partie critique du public sur une situation nationale (et européenne) où les problèmes sociaux étaient omniprésents, venant ainsi valider le discours des partisans du 'Non', que l'actualité a joué contre la ratification du Traité constitutionnel européen ».

14. Pour le détail de certains comptages et de nombreux exemples de « distorsions » en tous genres, voir l'ouvrage de l'association Acrimed (Action – Critique – Médias), 2005, *Médias en campagne. Retours sur le référendum de 2005*, Paris, Syllepse, 133 p.
15. Il serait possible d'énumérer une longue liste de personnalités qui ont affiché publiquement ce parti pris, et cela dans des entreprises de presse très diverses, qu'il s'agisse des quotidiens d'information, nationaux (de *Libération*, classé à gauche, au *Figaro*, classé à droite) ou régionaux (des *Dernières nouvelles d'Alsace* à *La Provence*), des hebdomadaires généralistes (du *Nouvel Observateur*, classé

du même avis.» (« France culture », 14 mai 2005) En fait, il ne suffit pas d'indiquer que tous (ou presque) partageaient la même opinion sur le sujet, il faut préciser aussi que la plupart d'entre eux se sont réellement *engagés* en faveur du « oui ». En ce sens, on ne comprendrait pas les vives critiques dont ils ont fait l'objet durant toute la campagne si l'on ne prenait en compte la présence (et parfois l'omniprésence¹⁶) dans la presse, à la télévision (notamment dans les émissions dites de « débats ») et sur les chaînes radio (publiques aussi bien que privées) de commentateurs favorables à l'adoption du projet de traité¹⁷.

Cet engagement collectif serait incompréhensible si l'on ne percevait pas le caractère somme toute exceptionnel de cette campagne. Pas seulement parce qu'il s'agissait d'un référendum, procédure dont l'usage est assez rare et dont l'enjeu est vite apparu décisif. Pas seulement parce qu'il était question de l'Europe et que cette cause bénéficiait d'un préjugé favorable parmi les « faiseurs d'opinion ». La campagne s'est révélée surtout unique par le débat *de fond* qui s'est progressivement institué dans l'espace public, et cela dès l'automne 2004 lors du référendum interne du Parti socialiste qui devait décider de la position officielle du parti pour le référendum national. Il est possible de penser que dans une large mesure ce sont les défenseurs du « non de gauche » qui ont réussi, notamment grâce à un important travail militant sur le terrain local (l'organisation de milliers de débats publics à travers toute la France...), à *politiser* la question européenne et finalement à *imposer* dans les médias une discussion publique qui, autrement, n'aurait certainement jamais eu cette ampleur et cette physionomie – un aspect polémique, certes, mais surtout une controverse idéologique intense et soutenue, recourant à des arguments sophistiqués et non aux seuls slogans politiques.

Il semble également raisonnable d'affirmer que non seulement la campagne du « non » a été dominée par les thèses du « non de gauche », mais aussi, de manière plus générale, que c'est l'ensemble de la campagne référendaire qui a été dominé par les problématiques

à gauche, au *Point*, classé à droite) ou de la presse magazine (du « féminin » *Elle* au journal « satirique » *Charlie Hebdo* en passant par la presse économique). (Voir Acrimed, *Médias en campagne*, *op. cit.*)

16. Alain Duhamel, par exemple, est à la fois chroniqueur sur RTL, à *Libération*, dans différents quotidiens régionaux et à l'émission politique de France 2, la plus grande chaîne publique.
17. Par exemple, dans les tranches matinales des grandes radios (Radio France, Europe 1, RTL), aucun chroniqueur n'a défendu le « non » – au contraire, la plupart ont détaillé jour après jour les raisons de voter « oui ». (Acrimed, *Médias en campagne*, *op. cit.*)

de cette « gauche du non »¹⁸. En effet, sans minimiser l'importance de certaines autres thématiques (comme l'éventuelle adhésion de la Turquie à l'Union européenne), force est de constater que c'est la nature idéologique de l'Union européenne qui s'est retrouvée au centre des débats : « Quelle Europe, sociale ou libérale ? » En s'appuyant sur divers événements de l'actualité économique et sociale (notamment les délocalisations, le projet de directive européenne de déréglementation sur les services...), les porte-parole du « non de gauche » ont dénoncé le caractère néolibéral de la construction européenne et établi un lien entre, d'une part, le mécontentement et les difficultés de larges fractions de la population et, d'autre part, l'orthodoxie libérale qui régit les politiques impulsées par la Commission européenne, politiques auxquelles ils associaient le projet de Constitution, réputé « graver dans le marbre » les préceptes néolibéraux. Il nous semble que c'est précisément cette critique publique « extraordinaire » dont le consensus néolibéral a fait l'objet qui explique la vigueur de la mobilisation des élites et de leurs auxiliaires médiatiques.

Luttes idéologiques pour l'interprétation du scrutin

Avant et après le scrutin, les défenseurs du « oui » mènent une bataille principalement contre ce qu'ils considèrent être une critique « d'extrême-gauche » de l'Union européenne, puisqu'elle met en cause les règles libérales de l'économie de marché, tenues pour intangibles, si ce n'est bénéfiques. Ce point de vue comporte une connotation « sociale », sociologique, puisque, sans compter que l'Union européenne s'avère de fait très peu populaire, ce type de discours critique pose inévitablement la question des intérêts sociaux qui sont au principe du « choix européen ». Sur le plan des interprétations du scrutin, l'enjeu idéologique s'avère alors double : il concerne à la fois la traduction politique du vote et sa dimension sociale, les deux aspects étant liés.

Si de nombreux commentateurs s'attachent à discréditer les positions idéologiques du « non de gauche », c'est parce qu'elles sont porteuses de remises en cause « indésirables » et, pour ainsi dire, impensables. D'où l'importance de ne pas reconnaître à ce « non » les conséquences politiques que lui attribuent ses défenseurs situés à gauche : le rejet du traité ne peut s'apparenter à « un sursaut démocratique » contre l'Europe libérale, devant aboutir à une réorientation de l'Union européenne. Une remise en question des « réformes » menées par le gouvernement en français est tout aussi peu souhaitable. Les leçons du scrutin proposées

18. Dans l'ensemble, les analyses des observateurs proposées après le référendum ne nous paraissent pas contredire ce point. Voir par exemple, dans une revue intellectuelle classée à droite, l'article de Pierre Martin, 2005, « Le référendum du 29 mai 2005. Analyse du scrutin », *Commentaire*, n° 111, p. 701-712.

par le directeur de *L'Express* sont à cet égard exemplaires : « Il faut trancher le nœud gordien de ce mal-être politique français en cessant de croire que la mondialisation n'existe pas, que la concurrence est diabolique, que le marché n'a pas triomphé. » (30 mai 2005)

Par ailleurs, les lectures du scrutin proposées par les porte-parole médiatiques du « oui » (celui-ci serait la manifestation d'un populisme conservateur et nationaliste, etc.) tendent à écarter celles qui mettent l'accent sur les clivages sociaux. Une lecture « sociale » du vote apparaît pourtant difficilement réfutable dans un scrutin où « la sociologie des votants recoupe d'une manière particulièrement flagrante la hiérarchie sociale »¹⁹. Mais l'interprétation « culturelle » du vote, qui résume les oppositions à des conflits de valeurs (l'ouverture contre la fermeture, etc.) supposés en quelque sorte « transcender » les clivages politiques traditionnels, a précisément pour fonction de marginaliser une telle interprétation sociologique. En effet, le refus de considérer les oppositions sociales comme constitutives des oppositions politiques permet de minorer la dimension sociale constitutive du clivage gauche / droite. Et puis, en rendant visible le fondement social des prises de position des élites médiatiques, cette interprétation du vote contredit leur prétention à œuvrer dans « l'intérêt général » et non dans l'intérêt de certaines fractions privilégiées de la société. Dans la conjoncture post-référendaire, cette lutte symbolique semblera se rejouer sous une forme différente dans le champ scientifique, où s'opposeront des versions sophistiquées de cette lecture « culturelle » du vote²⁰ et d'autres qui font la part des déterminations sociales²¹.

-
19. La formule est de Bernard Pudal, « Politisations et comportements électoraux », *L'Humanité*, 27 juin 2005. Difficile de ne pas remarquer que, parmi les villes de plus de 20 000 habitants, c'est la ville très bourgeoise de Neuilly, dont Nicolas Sarkozy était alors le maire, qui détient le record du « oui » (82,5 %) et la ville ouvrière de Le Grand-Quevilly le record du « non » (81,2 %). Le sondage « Sortie des urnes » de l'Institut Ipsos indique que 76 % des votants qui gagnent plus de 4500 euros par mois (environ 4 fois le salaire minimum) ont voté « oui », contre seulement 37 % de ceux qui gagnent moins de 2000 euros, ou bien encore que 80 % des ouvriers ont voté « non » contre seulement 35 % des cadres et des professions libérales. Le « 29 mai » est certainement le scrutin le plus polarisé socialement depuis le déclin du « vote de classe » ouvrier à partir des années 1980.
20. Pascal Perrineau, 2005, « Le référendum français du 29 mai 2005. L'irrésistible nationalisation d'un vote européen », dans *Le Vote européen 2004-2005*, sous la dir. de Pascal Perrineau, Paris, Presses de Sciences Po, 318 p., aux p. 229-244.
21. Patrick Lehingue, 2007, « Le Non français au traité constitutionnel européen (mai 2005) », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n^{os} 166-167, p. 122-139.

LE CERCLE D'UNE ÉVIDENCE

S'il est légitime, pour des raisons déjà évoquées, d'insister sur le caractère *extra*-ordinaire du débat référendaire, rendre compte de son traitement médiatique nécessite de réinscrire l'analyse dans le cadre de la compétition idéologique inégalitaire qui régule ordinairement l'espace public. En effet, les distorsions quantitatives et qualitatives observables dans le traitement médiatique du référendum ont, en fait, essentiellement pour ressort les *logiques ordinaires* qui informent le champ journalistique et structurent le débat public. En particulier, différents travaux ont montré que des logiques structurelles puissantes régulent la sélection des agents autorisés à émettre des opinions dans les espaces médiatiques de « débats », avec pour conséquence des censures bien réelles²².

Dans le cas du référendum, les responsables de l'information, dont la fonction s'apparente à celle de *gatekeepers* capables d'influer sur la visibilité des opinions, n'ont sans doute fait, en définitive, que ratifier l'*inégalité de puissance* qui opposait les deux camps, sous à peu près tous les rapports – mais ce faisant, ils l'ont évidemment renforcée. Dans ce cas, ne faut-il pas considérer ce phénomène comme une nouvelle illustration ou confirmation de cette « subordination structurelle du champ journalistique par rapport au champ politique » constatée par certains auteurs²³ ? L'étude des prises de position des élites journalistiques au cours de la campagne référendaire permet ainsi de prendre la mesure de l'autonomie du champ journalistique. Deux questions se posent. Comment expliquer l'intensité de l'engagement des éditorialistes et l'aspect unanimiste de leur mobilisation, pendant et après la campagne référendaire ? Est-ce un phénomène circonstanciel, dû à la spécificité de l'enjeu européen, ou le produit d'évolutions structurelles ?

Interrogé sur l'uniformité des points de vue des éditorialistes sur la question européenne, un éminent journaliste se contente de répondre qu'ils « bénéficient simplement d'une meilleure information que les autres et suivent de plus près les débats – c'est leur métier »²⁴. On ne

22. Sur les invitations des hommes et des femmes politiques à la télévision ou à la radio, voir Eric Darras, 1995, « Le pouvoir 'médiacratique' ? Les logiques du recrutement des invités politiques à la télévision », *Politix*, n° 30, p. 183-198 ; sur la sélection des auteurs des tribunes de presse, voir Louis Pinto, 2002, « L'espace public comme construction journalistique. Les auteurs de 'tribunes' dans la presse écrite », *Agone*, n°s 26-27, p. 151-182 ; sur la sous-représentation systématique des catégories populaires dans les émissions de débat, voir Sébastien Rouquette, 2001, *L'impopulaire télévision populaire*, Paris, L'Harmattan, 303 p.

23. Daniel Gaxie, 2003 [4^e éd.], *La démocratie représentative*, Paris, 160 p., à la p. 73.

24. Propos tenus par Alain Duhamel en janvier 2005 sur le site [expression-publique.com].

peut se satisfaire d'une telle réponse. Si conviction européenne il y a, il est nécessaire d'interroger les ressorts d'une telle croyance. D'autres événements comparables sous plusieurs aspects – on songe en particulier à la campagne médiatique du référendum de Maastricht en 1992 ou au traitement médiatique des grèves de novembre-décembre 1995 – laissent à penser qu'il est plus pertinent de dépasser les seuls aspects « conjoncturels » du problème. Faible autonomie à l'égard du champ politique ne veut pas dire que ces prises de position puissent s'expliquer en les rapportant simplement à des partis pris politiques, du moins au sens strict du terme. Il convient plutôt de souligner certaines des logiques structurelles qui permettent de rendre compte du *légitimisme* ordinaire des élites journalistiques, de leur propension à partager les vues et les enjeux des élites politiques et économiques. En guise de réponse, nous présentons ici quelques pistes de réflexion.

Hauteur de vue

Il convient d'abord de rappeler que les médias d'information sont des entreprises ordinaires et par conséquent soumises aux lois qui régissent ce type d'organisation, en particulier aux pouvoirs et à l'influence de ses dirigeants. Certains journaux ont ainsi fait état de l'intervention directe de patrons de presse dans la ligne éditoriale des organes qu'ils contrôlent²⁵, ou bien de programmes censurés par les responsables de la télévision publique au motif qu'ils étaient susceptibles de favoriser le « non »²⁶. Toutefois, les entreprises de presse ne constituent pas des blocs monolithiques, mais bien des espaces hiérarchisés régis par des conflits et des luttes. Les rédactions semblent avoir été beaucoup plus divisées que l'engagement des responsables ne le laissait percevoir²⁷ et l'absence flagrante d'un traitement journalistique équitable des deux camps a même suscité la réaction, et parfois la mobilisation, de nombreux journalistes. Surtout, les directions éditoriales de nombreux

25. L'hebdomadaire *Marianne* (7 mai 2005) relate par exemple les pressions du patron du groupe Socpresse sur le quotidien *Le Figaro*; *Le Parisien* (20 avril 2005) indique que le président du groupe Prisma Presse souhaite inciter les responsables des journaux concernés à suivre une « contribution éditoriale pédagogique » favorable au « oui ».

26. D'après l'hebdomadaire *Télérama* (4 mai 2005), France télévision aurait annulé la diffusion de trois programmes : une émission politique avec le président de la Commission européenne ; une émission de magazine consacrée à la Turquie et enfin un documentaire sur la lutte des salariés en Moselle à la suite d'une délocalisation.

27. Sous réserve de l'absence d'une recherche plus approfondie, c'est ce qui ressort de plusieurs enquêtes journalistiques parues dans *Marianne* (26 mars 2005 et 7 mai 2005) ou dans *Le Monde* (19 mai 2005).

médias n'ont pas hésité à heurter de front une partie de leur public, malgré l'abondance des courriers de protestation et malgré les risques en termes de baisses des audiences ou des ventes²⁸. Le résultat du scrutin du 29 mai confirmera l'existence, pendant toute la campagne référendaire, d'un décalage profond entre la diversité des sensibilités de « l'opinion publique » et le caractère monochrome qui fut celui des lignes éditoriales des grands médias parisiens²⁹.

Au-delà du contrôle des médias par des patrons de presse favorables à la construction libérale de l'Europe, il paraît important d'évoquer la « normalisation » idéologique qui a affecté la production de l'information des médias généralistes, depuis une trentaine d'années. Cette neutralisation relative résulte du déclin spectaculaire de la presse d'opinion, en particulier celle classée « à gauche ». Le phénomène s'explique en partie par la professionnalisation des journalistes qui tend à imposer d'autres conceptions du journalisme. Mais, surtout, il n'est pas sans rapport avec l'affirmation puis la domination d'un consensus néolibéral dans le champ politique, qui correspond à l'accession de la gauche au pouvoir et à sa conversion aux logiques du marché dans les années 1980³⁰. Depuis cette époque, l'emprise de la logique économique sur le champ journalistique n'a cessé de se renforcer, à tel point que les entreprises de presse sont devenues des entreprises commerciales comme les autres, de plus en plus sous la coupe de grands groupes financiers et de l'entendement managérial³¹. D'où la naturalisation dans cet univers d'un « regard économique sur le monde », que manifeste la consécration du journalisme économique et de ses schèmes de pensée³².

Enfin, un autre facteur mérite d'être souligné. Pour comprendre le fait que la grande majorité des éditorialistes de la presse parisienne partagent, sinon toujours les mêmes opinions, au moins certaines

28. Concernant la diffusion des journaux, les effets semblent avoir été réels. (Voir *Stratégies* du 23 juin 2005.)

29. Un sondage « Sortie des urnes » réalisé par l'Institut CSA en constitue un autre indice significatif. Ainsi, 53 % des votants qui lisent *Libération* auraient voté « non », *Le Parisien* 58 %, *Le Monde* 49 % et *Le Nouvel Observateur* 45 %. (Voir « Référendum : le vote des lecteurs de journaux », *Commentaire*, n° 111, automne 2005.) Par ailleurs, 47 % des votants qui écoutent France Inter auraient voté « non », RTL 56 %, Europe 1 42 %. Le « non » l'emporterait chez tous les téléspectateurs, quelle que soit la chaîne. (France Inter, 1^{er} juin 2005)

30. Voir Philippe Juhem, 2001, « Alternances politiques et transformations du champ de l'information après 1981 », *Politix*, n° 56, p. 185-208.

31. Avec pour effet, l'influence grandissante des logiques d'audience, l'accroissement de la dépendance publicitaire et du marketing rédactionnel, la dégradation des conditions de travail, etc. (Lire Alain Accardo (dir), 1998, *Journalistes au quotidien*, Bordeaux, Le Mascaret, 258 p. ; lire aussi « Le journalisme à l'économie », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n° 131-132, mars 2000.)

32. Voir Julien Duval, 2004, *Critique de la raison journalistique. Les transformations de la presse économique en France*, Paris, Seuil, 366 pages.

représentations, voire une idéologie commune, il n'est pas pertinent ni même utile de recourir à une quelconque « théorie du complot ». Comme l'écrit Alain Accardo, « il n'est pas nécessaire que les horloges conspirent pour donner pratiquement la même heure en même temps, il suffit qu'au départ elles aient été mises à l'heure et dotées du même type de mouvement, de sorte qu'en suivant son propre mouvement chacune d'elles s'accordera *grosso modo* avec toutes les autres. La similitude du mécanisme exclut toute machination »³³. Les journalistes dominants ne sont évidemment pas des horloges, mais ils ne flottent pas non plus en apesanteur dans la société, comme ils voudraient parfois le faire croire. Ils appartiennent en réalité aux fractions les plus privilégiées de la population française, avec lesquelles ils partagent un mode de vie et des manières communes de percevoir le monde.

Même si nous ne disposons d'aucune enquête récente pour connaître de manière systématique les propriétés sociales des journalistes dominants³⁴, il paraît néanmoins raisonnable d'estimer que la proximité idéologique de cette petite minorité des journalistes avec la classe dirigeante serait inconcevable si l'on ne prenait en considération une proximité à fois sociale, géographique et culturelle, productrice d'affinités bien réelles. On peut également penser que la fréquentation entre *gens de l'élite*, partageant certaines expériences sociales et des formations souvent proches (sauf exceptions, tous les éditorialistes parisiens sont passés par l'une des écoles du pouvoir, Sciences-Po³⁵), établit un certain sentiment de solidarité et une réelle « connivence » idéologique. Divers indices confirment l'intégration de l'aristocratie de la profession au champ du pouvoir, en particulier la participation aux commissions gouvernementales et l'appartenance aux divers cercles et autres *think-tanks*, comme le *Siècle* ou feu la fondation Saint-Simon³⁶. On comprendra aisément que dans ces milieux sociaux les critiques « radicales » de l'économie de marché soient mal reçues.

Enfin, ajoutons que propriétés sociales et propriétés de position tendent à se renforcer mutuellement. La proximité sociale de ces journalistes avec les élites rejoint leur inclination à revendiquer une « hauteur

33. Alain Accardo. 2004, « Un journalisme de classe moyenne », dans *Médias et censure. Figures de l'orthodoxie*, sous la dir. de Pascal Durand, Liège, Éditions de l'Université de Liège, 243 p., aux p. 46-47.

34. Depuis celle tout à fait instructive de Rémi Rieffel, 1984, *L'élite des journalistes*, Paris, Presses universitaires de France, 220 p.

35. Sur le rôle clé de cette école dans la reproduction des classes supérieures, lire Alain Garrigou, *Les Élités contre la République. Sciences Po et l'ENA*, Paris, La Découverte, 2001, 242 p.

36. Voir Laurent Bonelli, 1997, *Le passé d'une fondation. Projet intellectuel, groupes mobilisés et conditions sociales de la naissance de la fondation Saint-Simon*, mémoire pour le diplôme d'études approfondies de science politique, Université de Paris X-Nanterre.

de vue», admirative des changements initiés par les «grands de ce monde», et à tenir éloignées les considérations «mesquines» si ce n'est «irresponsables»³⁷. Par sa fonction, l'éditorialiste est ainsi naturellement incliné à «coller à l'air du temps» – il se trouve même contraint de le faire s'il ne veut perdre son crédit auprès des élites. Et puis, s'ils exprimaient des convictions qui dérogeaient trop de la «bienséance» idéologique, seraient-ils à la place qu'ils occupent ?

L'Europe comme *doxa*

«L'Europe, c'est la paix. L'Europe, c'est la liberté. L'Europe, c'est la prospérité.» Ces formules sentencieuses d'un éditorialiste réputé³⁸ expriment bien le préjugé favorable dont bénéficie la construction européenne parmi les journalistes dominants. «Il m'a semblé que la cause de l'Europe avait une dimension civilisationnelle et ne permettait ni l'indifférence ni la neutralité» a également déclaré le fondateur du *Nouvel Observateur* pour justifier son engagement (2 juin 2005). Véritable *doxa*, la référence à l'«Europe» charrie toute une série de *cela va de soi* qui l'apparente moins à une doctrine structurée qu'à un ensemble d'évidences incorporées sous forme de croyances. Seule une étude plus approfondie permettrait de comprendre comment cette «Europe», portée par le récit d'une histoire idyllique et aseptisée, est devenue une *cause* à défendre pour certains médias et certains journalistes, qui se font «entrepreneurs d'Europe»³⁹.

Si les commentateurs autorisés reproduisent les visions de ceux qui ont l'intérêt de l'Union européenne, c'est qu'elles s'accordent avec leurs propres dispositions sociales et éthiques, proches de celles des catégories sociales tournées vers l'étranger⁴⁰, et avec certaines conceptions «politiques» – dont le refus affiché de l'idéologie constitue un trait caractéristique. En effet, la consolidation d'un large consensus traversant la classe politique au sujet des modalités de la construction

37. Durant la campagne, un journaliste du *Nouvel Observateur* avait exprimé d'une manière assez «brutale» cette hauteur de vue : «Malheureusement il faut dire aux Français : oui, les problèmes sociaux, votre petit confort personnel, eh bien ! aujourd'hui ça doit passer en second.» (I-télévision, le 29 mars 2005) (Cité par Serge Halimi, 2005, «Médias en tenue de campagne européenne», *Le Monde diplomatique*, p. 14.)

38. Jacques Julliard, «Europe : pour un oui ou pour un non», *Le Nouvel Observateur*, 7 avril 2005.

39. Dominique Marchetti (dir.), 2004, *En quête d'Europe. Médias et médiatisation de l'Europe*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, 301 p.

40. Sur cet «ethos international», lire Anne-Catherine Wagner, *Les Nouvelles élites de la mondialisation. Une immigration dorée en France*, Paris, Presses universitaires de France, 1998, 236 p.

européenne a largement contribué à constituer la construction européenne comme un enjeu relativement « neutralisé » et positif, une sorte d'utopie « consensuelle », susceptible d'appropriations par des agents qui répudient la lutte politique *stricto sensu*. On peut constater que, dans le débat public français, le caractère « idéologique » de construction européenne fait généralement l'objet d'un déni systématique, d'autant plus puissant que les instances européennes s'attachent elles-mêmes à valoriser une conception « apolitique » de leur action, notamment en faisant un usage du registre technique dans leurs discours⁴¹.

En fait, « l'Europe » s'est vue d'autant plus « naturellement » constituée comme une cause à défendre qu'elle correspondait à leurs canons idéologiques (socialement situés) de « l'ouverture » contre « la fermeture », de « la modernité » contre « l'archaïsme »⁴². Dans cette perspective, les visions positives attachées à « l'Europe », symbole de la nécessaire adaptation à l'économie mondialisée, mais également d'une vie politique « apaisée », c'est-à-dire soumise aux lois du centre, ne prennent sens que par opposition aux visions négatives attachées à l'État français, synonyme de « blocage » ou de « retard ». Elles manifestent ainsi le triomphe des conceptions néolibérales qui forment le soubassement intellectuel des croyances promues par les élites intéressées à la mondialisation, ou si l'on veut l'armature idéologique de cette « révolution conservatrice » (Bourdieu) qui entend redéfinir les politiques publiques dans le sens d'une remise en cause de l'État social et keynésien⁴³. De manière significative, la conjoncture post-référendaire verra s'affirmer une sorte de contre-offensive idéologique qui prendra la forme de la ritournelle de « l'immobilisme français », de la nécessité

41. Lire Olivier Baisnée et Andy Smith, « Pour une sociologie de 'l'apolitique' », dans Antonin Cohen, Bernard Lacroix et Philippe Riutort (dir.), *Les formes de l'activité politique. Éléments d'analyse sociologique XVIII^e-XX^e siècles*, Presses universitaires de France, 2006, 507 p.

42. L'étude d'Erik Neveu (2004, « L'Europe comme 'communauté unimaginable'. L'échec du magazine *L'Européen* (mars-juillet 1998) », dans *En quête d'Europe. Médias et médiatisation de l'Europe*, sous la dir. de Dominique Marchetti, Rennes, Presses universitaires de Rennes, 301 p., aux p. 177-201) rend bien visible l'existence de telles représentations.

43. Voir notamment : Richard Cockett, 1994, *Thinking the Unthinkable, Think-tanks and the Economic Counter-revolution, 1931-1983*, New-York, Harper Collins, 310 p. ; Serge Halimi, 2004, *Le Grand bond en arrière. Comment l'ordre libéral s'est imposé au monde*, Paris, Fayard, 620 p. ; et François Denord, 2007, *Néo-libéralisme version française. Histoire d'une idéologie politique*, Paris, Demopolis, 416 p.

des «réformes», inlassablement répétée par toute une série d'éditorialistes ou d'experts engagés dans la remise en cause du «modèle social français»⁴⁴.

Le fond de cette *rhétorique de la fatalité* consiste à présenter sous l'angle de la nécessité ce qui relève en réalité d'une construction sociale et d'une épreuve de force historique. En ce sens, l'idéologie dominante relève d'une véritable «politique de la dépolitisation» (Bourdieu), condamnant un passé «dépassé» (celui des acquis sociaux et des formes légales susceptibles de contraindre les dominants) à un avenir «inéluçtable», celui de l'adaptation aux lois de la mondialisation néolibérale. Mais la force des évidences ne tient-elle pas à l'accord social qui les fonde et assure leur solidité ?

Un vote impensable ?

Dans les jours qui suivent le 29 mai, les médias ont joué un rôle déterminant dans la structuration de l'espace symbolique des interprétations du scrutin. Bien que le résultat d'un vote procède de l'agrégation complexe de logiques multiples et hétérogènes (à la fois électorales, politiques et sociales), les commentateurs autorisés de la presse parisienne attribuent à des millions de voix un sens global et uniforme qui correspond à leur propre lecture idéologique des événements. Cette signification globale se trouve condensée dans des mots dépréciatifs, qui fonctionnent comme de véritables slogans, tel «peur» ou «rejet de l'Europe», ainsi que dans des schèmes de pensée, tel celui de «populisme», qui traduisent une vision réactionnaire des classes populaires⁴⁵. La question que pose le 30 mai au soir la directrice de l'information de France 2 à un syndicaliste, porte-parole de la fédération CGT des Cheminots, résume parfaitement cette vision du monde : «Didier Le Reste, est-ce que vous incarnez une France un peu repliée sur elle-même, qui défend ses avantages acquis, qui n'est pas ouverte aux travailleurs étrangers, ouverte à l'Union européenne ? »

En refermant ainsi l'espace des possibles politiques, les discours qui tendent à s'imposer dans l'après référendum s'apparentent à une sorte de confiscation symbolique du vote. Du point de vue de l'image publique et de la force symbolique attachées au scrutin, c'est la victoire du «non» elle-même qui apparaît comme frappée de discrédit. Non

44. En témoigne par exemple la parution à la rentrée d'une série d'ouvrages (certains bénéficiant parfois d'une promotion médiatique démesurée) dénonçant «l'immobilisme français» : *La société de la peur* du publicitaire Christophe Lambert (Plon), *Le malheur français* de l'éditorialiste Jacques Julliard (Flammarion), *Économiquement Incorrecet* du journaliste du *Monde* Éric Le Boucher (Grasset), etc.

45. Lire Annie Collovald, 2004, *Le «populisme du FN», un dangereux contresens*, Broissieux, Éditions du Croquant, 253 p.

seulement de nombreux éditorialistes de la presse parisienne stigmatisent les électeurs du « non » et les raisons supposées de leur vote, mais ils s'emploient également à délégitimer les interprétations concurrentes du résultat, en particulier celles proposées par les tenants d'un « non de gauche ». Dans un système médiatique qui institue une compétition idéologique défavorable aux opinions dissidentes, les lectures concurrentes du « 29 mai » susceptibles de remettre en cause le consensus néolibéral se sont ainsi trouvées structurellement marginalisées.

Ce phénomène est-il sans conséquences ? Trois ans plus tard la France ratifiait – mais cette fois ci par voie parlementaire – un nouveau traité (dit de Lisbonne) qui, de l'avis même de ses promoteurs, reprenait l'essentiel des dispositions du projet de constitution européenne.

Notre étude interroge ainsi les logiques au principe de cet *alignement structurel* des prescripteurs d'opinion sur les enjeux et les vues des classes dirigeantes lors de moments de « crise » de l'idéologie dominante, lorsque les politiques qui reçoivent l'assentiment des élites font l'objet d'une remise en cause publique significative. Nous avons suggéré certaines pistes d'analyse pour la compréhension de ce phénomène ; néanmoins, la nature de notre enquête – notamment le caractère étroit de notre corpus –, ainsi que la complexité des questions soulevées, nous obligent à insister sur les limites des conclusions proposées. En particulier, la confrontation avec d'autres études portant sur des événements comparables qui se sont déroulés en France ou ailleurs – on songe au référendum britannique de 1975 sur la sortie du marché commun européen ou à l'adoption aux États-Unis du traité de libre-échange signé en 1992⁴⁶ – nous conduirait à préciser et peut-être à reconsidérer certaines de nos hypothèses. Enfin, on peut penser que ce type d'approche « critique » sur le rôle des médias dans le débat public constitue un élément utile à toute réflexion sur les moyens de rendre cet espace public toujours plus conforme à l'idéal démocratique.

46. Voir David Butler et Uwe Kitzinger, 1976, *The 1975 Referendum*, London, MacMillan Press, 315 p. ; et John MacArthur, 2000, *The Selling of Free Trade. Nafta, Washington, and the Subversion of American Democracy*, Hill & Wang, 388 p.