

## « T'en es où avec Arlette ? » : *Infotainment* et traitement des élus politiques à la télévision française

Patrick Amey et Sébastien Salerno

Volume 28, numéro 2, 2009

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/038076ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/038076ar>

[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

Amey, P. & Salerno, S. (2009). « T'en es où avec Arlette ? » : *Infotainment* et traitement des élus politiques à la télévision française. *Politique et Sociétés*, 28(2), 99–123. <https://doi.org/10.7202/038076ar>

Résumé de l'article

Alors qu'en France les rapports entre les médias et les élites politiques sont plus que jamais questionnés (recrudescence des « *soft news* », « *peoplisation* » et personnalisation du politique), il convient de prendre du recul et d'examiner comment la parole des élus politiques s'est historiquement mise en scène à la télévision ces trois dernières décennies. L'examen successif des grands entretiens politiques (« L'heure de vérité », France 2 : 1982-1995), de la vague des forums (« Médiations », TF1 : 1987-1992 ; « Du fer dans les épinards », France 2 : 1997-1998) et des *talk shows* contemporains (« Tout le monde en parle », France 2 : 1998-2006 ; « Le Grand Journal », Canal+ : dès 2004) amène à faire le constat suivant : dans le contexte d'un marché de l'audiovisuel dérégulé, de la crise du modèle de communication politique français et de la montée de l'individualisme, les récents *talk shows* nocturnes programmés sur les chaînes françaises ont contribué à une forme de relégation symbolique des élus politiques.

# « T'EN ES OÙ AVEC ARLETTE ? » : INFOTAINEMENT ET TRAITEMENT DES ÉLUS POLITIQUES À LA TÉLÉVISION FRANÇAISE

Patrick Amey  
*Département de sociologie, Université de Genève*  
patrick.amey@socio.unige.ch

Sébastien Salerno  
*Département de sociologie, Université de Genève*  
sebastien.salerno@socio.unige.ch

Les émissions télévisées à base de parole, dites « émissions conversationnelles<sup>1</sup> », ont déjà donné lieu à de nombreux travaux, privilégiant chacun des entrées particulières : analyses d'un genre (ex. : le débat, voir Nel<sup>2</sup>), de ses déclinaisons (Rouquette<sup>3</sup>), ou d'émissions de plateau (Esquenazi<sup>4</sup>). Une analyse longitudinale des émissions de plateau dans lesquelles se sont exprimés les élus politiques peut s'avérer pertinente, du moins si l'on parvient à articuler les dispositifs télévisés avec le contexte sociologique et politique dans lequel s'inscrivent les genres ou les formats télévisés. À partir d'un corpus d'émissions « symptomatiques », caractérisées par des formats de parole distincts (entretien politique, débat avec participation du public, conversation dans les *talk shows* récréatifs (*people*), nous rendrons compte de l'évolution de la légitimité et des modes de représentation de la parole des élus politiques à la télévision française.

Il s'agira, dans la première partie de l'article, de proposer un rappel historique des formats et des genres dans lesquels se sont exprimés les élus politiques à la télévision française et de traiter plus précisément des

- 
1. Guy Lochar et Jean-Claude Soulages, 1994, « Les imaginaires de la parole télévisuelle : Permanences, glissements et conflits », *Réseaux*, Centre national d'études des télécommunications, n° 63, p. 13-37.
  2. Noël Nel, 1988, *À fleurets mouchetés : 25 ans de débats télévisés*, Paris, Institut national de l'audiovisuel, La documentation française.
  3. Sébastien Rouquette, 2002, *Vie et mort des débats télévisés : 1958-1990*, Bruxelles, De Boeck, coll. « Médias Recherches ».
  4. Jean-Pierre Esquenazi, 1999, *Télévision et démocratie : le politique à la télévision française. 1958-1990*, Paris, Presses universitaires de France, coll. « Politique éclatée ».

émissions divertissantes (*talk shows* contemporains) qui ont accueilli ces élus. Même si nous privilégierons les logiques télévisuelles (formats de parole, dispositifs) qui président à l'évolution du traitement de la parole des politiques – évoquant peu les conditions de production (statuts et parcours professionnalisant des journalistes et des animateurs, modification de la structure du champ politico-journalistique) et les rapports sociopolitiques (connivence et faible autonomisation initiale des chaînes à l'égard du pouvoir politique) qu'engagent les différentes émissions analysées –, nous serons attentifs, dans la seconde partie de l'article, à l'arrière-plan politico-institutionnel et sociologique qui a accompagné la transformation des modes de représentation des élus politiques dans les émissions de plateau. Dès lors, pour expliquer les nouveaux formats de parole ayant émergé à la suite de l'ouverture du paysage audiovisuel français (PAF) à un marché concurrentiel, nous ferons référence, d'une part, à la crise du modèle français de communication politique, encore trop peu ouvert aux acteurs extérieurs au système politique, et, d'autre part, aux répercussions de l'individualisme «postmoderne» sur les stratégies de programmation des émissions de parole.

**ÉMISSIONS DE PAROLE ET ÉLUS POLITIQUES :  
UN REGARD HISTORIQUE  
L'ÂGE D'OR<sup>5</sup> DES ÉMISSIONS POLITIQUES :  
«L'HEURE DE VÉRITÉ» (FRANCE 2 : 1982-1995) ;  
«QUESTIONS À DOMICILE» (TF1 : 1985-1989)**

Promu en 1981 à la tête du service de l'actualité d'Antenne 2 par le gouvernement socialiste, François-Henri de Virieu lance une année plus tard «L'heure de vérité» qui, dès le début, devient la scène obligée où doivent paraître les élus de la République. Au bénéfice d'une audience qui restera inégalée par les émissions politiques – de 20 % à 30 % de parts de marché –, «L'heure de vérité» institue un registre dramaturgique et spectaculaire en valorisant une mise en scène théâtralisée du jeu politique (effets de tension, arrivée par les coulisses de l' élu politique), avec le verdict attendu du sondage «mesurant» en fin d'émission la prestation des acteurs politiques. Institutionnalisée dès 1985, cette pratique du sondage d'opinion instaure, tel que le souligne Patrick

---

5. Avec le libellé «l'âge d'or des émissions politiques», on désigne une période où les premières mises en scène spectaculaires du politique qui accompagnent l'émancipation face au pouvoir tutélaire de l'État (Loi Filloud du 29 juillet 1982) ont donné lieu à des succès d'audience dans un contexte où la télévision est installée dans presque tous les foyers. Cette période, qui s'étend du début des années 1980 aux années 1990, procède alors de facteurs endogènes (fin du monopole d'État sur le paysage audiovisuel, etc.), mais aussi exogènes (nouvelles valeurs sociétales, décrispation des relations Est-Ouest, etc.).

**Résumé.** Alors qu'en France les rapports entre les médias et les élites politiques sont plus que jamais questionnés (recrudescence des «*soft news*», «*peoplisation*» et personnalisation du politique), il convient de prendre du recul et d'examiner comment la parole des élus politiques s'est historiquement mise en scène à la télévision ces trois dernières décennies. L'examen successif des grands entretiens politiques («L'heure de vérité», France 2: 1982-1995), de la vague des forums («Médiations», TF1: 1987-1992; «Du fer dans les épinards», France 2: 1997-1998) et des *talk shows* contemporains («Tout le monde en parle», France 2: 1998-2006; «Le Grand Journal», Canal+: dès 2004) amène à faire le constat suivant: dans le contexte d'un marché de l'audiovisuel dérégulé, de la crise du modèle de communication politique français et de la montée de l'individualisme, les récents *talk shows* nocturnes programmés sur les chaînes françaises ont contribué à une forme de relégation symbolique des élus politiques.

**Abstract.** While in France relations between the media and the political elite are increasingly questioned (recrudescence of soft news, “*peoplisation*,” and the personalization of politics), there is a need to examine how the words of elected politicians have been presented on television these past three decades. The successive scrutiny of political discussions (“L'heure de vérité,” France 2: 1982-1995), forums (“Médiations,” TF1: 1987-1992; “Du fer dans les épinards,” France 2: 1997-1998), and contemporary talk shows (“Tout le monde en parle,” France 2: 1998-2006; “Le Grand Journal,” Canal+: since 2004) brings us to the following conclusion: in the context of the deregulation of the French broadcasting market, the crisis of the typical French political communication model, and the rising of individualism, recent evening talk shows on French networks have participated in a symbolic relegation of the status of elected politicians.

Champagne<sup>6</sup>, la représentativité comme principal critère de légitimation pour les journalistes. Ceux-ci, parce qu'ils s'appuient sur des instruments présumés «scientifiques», s'autorisent désormais à parler au nom de l'opinion publique, contestant par là même «la prétention des hommes politiques au monopole de la parole représentative légitime<sup>7</sup>».

Faut-il préciser cependant que «L'heure de vérité» subira une déprogrammation en seconde partie de soirée dès 1990, année qui marque le début de l'essoufflement des émissions fondées sur des entretiens ou des interviews d'élus politiques (ex: «Questions à domicile»,

- 
6. Voir: Patrick Champagne, 1988, «L'heure de vérité: une émission politique très représentative», *Actes de la recherche en sciences sociales*, n<sup>os</sup> 71-72, p. 98-101; ou encore Patrick Champagne, 1990, *Faire l'opinion. Le nouveau jeu politique*, Paris, Minuit, coll. «Le sens commun».
  7. Érik Neveu, 1989, «L'heure de vérité ou le triangle de la représentation», *Mots*, vol. 20, n<sup>o</sup> 20, p. 57-73, à la p. 60.

TF1 : 1985-1989) : si les « explorations psychologiques<sup>8</sup> » des élus politiques privilégiées dans « Questions à domicile » s'opposent cependant à la solennité et aux « petites phrases » cultivées dans « L'heure de vérité », il n'en demeure pas moins vrai que ces deux émissions marquent un progressif glissement de la télévision française vers une personnalisation de la politique : une tendance qui d'ailleurs, et dans un registre différent, sera accentuée deux décennies plus tard dans les *talk shows people* (voir infra).

Rétrospectivement, cette personnalisation du jeu politique reste toutefois arrimée au prestige de la fonction : pas étonnant de constater alors que les émissions politiques des années 1980 ont accueilli tous les chefs de file des formations politiques, situés tant à droite qu'à gauche de l'échiquier politique (Jacques Delors, Michel Rocard, Valérie Giscard d'Estaing, Jean-Marie Le Pen). Dans sa recension statistique, Éric Darras<sup>9</sup> montre ainsi que ministres, secrétaires d'État et autres chefs de partis ont représenté près de 90 % des invités dans « L'heure de vérité » et « Questions à domicile », suggérant alors l'idée que c'est le capital politique – le fait d'être un homme politique de « premier rang » – qui conditionnait les logiques de recrutement des invités. Parmi les émissions politiques des années 1980, on peut encore rapidement mentionner « 7 sur 7 » (TF1 : 1981-1995), qui marque une ouverture des émissions d'actualités politiques à des acteurs non politiques. Symptomatique de la progressive « dilution du politique<sup>10</sup> », cette émission invitait chaque dimanche soir des élus, des *peoples* ainsi que des personnalités publiques, et avait pour conséquence de « discréditer le discours politique en tant que tel et de le transformer en commentaire à chaud d'évènements dont l'agenda est maîtrisé par des journalistes<sup>11</sup> » : on y observe alors une forme de moralisation de la politique et, surtout, une perte de la prérogative des élus à parler des affaires de la cité (« *res publica* »)

8. Érik Neveu, 1995, « Les émissions politiques à la télévision : les années 1980 ou les impasses du monde politique », *Hermès*, n<sup>os</sup> 17-18, Paris, 1995, p. 145-162, à la p. 150.

9. Éric Darras, 1995, « Le pouvoir médiocratique ? Les logiques du recrutement des invités politiques à la télévision », *Politix*, vol. 8, n<sup>o</sup> 30, p. 183-198, à la p. 184.

10. Neveu, « Les émissions politiques à la télévision... », p. 155.

11. Yves Chevalier, 1999, *L'expert à la télévision. Traditions électorales et légitimité médiatique*, Paris, Éditions du CNRS (Centre national de la recherche scientifique), p. 135 et 170.

**DÉBATS CIVIQUES ET FORUMS : (« MÉDIATIONS »,  
TF1 : 1987-1992 ; « DU FER DANS LES ÉPINARDS »,  
FRANCE 2 : 1997-1998)**

De 1987, année où le marché audiovisuel devient concurrentiel et soumis à dérégulation, jusqu'à la fin des années 1990, de nouveaux formats télévisuels – on pense plus particulièrement au « débat poly-logal » – accueillent les élus politiques. Lancée l'année de la privatisation de TF1, l'émission « Médiations<sup>12</sup> » traduit à cet égard la vocation participative de débats où les citoyens ordinaires sont promus interlocuteurs des élus politiques. Intersesseur entre les laissés-pour-compte et les décideurs politiques, l'animateur de « Médiations » demande réparation, enjoint les responsables politiques présents à s'engager, à prendre des mesures dans le contexte présumé d'un dysfonctionnement des institutions ou de l'appareil d'État (administration, service public). Ce projet d'interpellation du politique et des institutions s'inscrit dans le contexte d'une télévision interventionniste qui participe d'un renouvellement des tentatives d'autonomisation du champ journalistique par rapport à la tutelle de l'État. « Médiations » fait ainsi jouer les ressorts pathétiques d'un débat télévisé transformé en tribunal populaire de la raison commune qui « appelle à la barre les institutions<sup>13</sup> ».

Avec « Médiations », la scène télévisée advient comme espace d'intermédiation où se rejouent les rapports de force prévalant dans l'espace social, voire où se réparent les injustices sociales et politiques : s'opposent alors des individus victimisés et des institutions – notamment les politiques – accusées et tenues pour responsables<sup>14</sup>. Par son interventionnisme, cette émission annonce de fait « la double crise du modèle républicain et de l'État-providence<sup>15</sup> » et, parallèlement, un déficit de confiance envers les hommes et les discours politiques. L'émission préfigure le succès des émissions de « service relationnel » qui entendent promouvoir des causes

---

12. « La marche du siècle » et « Médiations » sont lancées en 1987 par Jean-Marie Cavada et François de Closets.

13. Rouquette, *Vie et mort des débats télévisés : 1958-1990*, p. 133.

14. On rejoint alors Luc Boltanski, Yann Darré et Marie-Ange Schiltz (1984, « La dénonciation », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n° 51, p. 3-40), pour qui toute dénonciation dans un espace public opère selon un schéma où interviennent quatre protagonistes clés : le dénonciateur, la victime, le persécuteur et le juge. S'interrogeant sur les conditions de recevabilité de la dénonciation opérée par un ou plusieurs individus, les auteurs montrent que la légitimité de la dénonciation passe *de facto* par une désingularisation des cas défendus par le plaignant et par une montée en généralité.

15. Henry Boyer et Guy Lochard, 1995, *Notre écran quotidien : une radiographie du télévisuel*, Paris, Dunod, p. 80.

d'utilité publique (ex. : «Téléthon», «Les Restos du cœur»), résoudre des litiges entre personnes (ex. : «Sans aucun doute», TF1 : 1994-) ou dénouer des conflits familiaux (*reality shows*).

Mais c'est au milieu des années 1990 qu'apparaissent en France les premiers essais de télé-démocratisation du débat politique. Ce mouvement de programmation prend forme dans les forums et autres débats avec participation du public («L'hebdo», Canal+ : 1994-1997 ; «Français si vous parliez», FR3 : 1991-1994 ; et «Du fer dans les épinards», France 2 : 1997-1998), dont l'ambition est de confronter épistémès profanes et savants et, surtout, d'initier un dialogue entre élus politiques, experts et citoyens ordinaires. On notera que, contrairement aux débats et aux interviews politiques classiques, qui inscrivent les élus au centre d'un dispositif scénographique clivé, avec une mise en opposition entre la scène de débat et celle occupée par un «public-auditoire» révérencieux, cette nouvelle génération de forums table sur des espaces agorisés et éclatés. Dans ceux-ci, l'animateur, généralement debout, est l'épicentre d'un studio dans lequel tous les invités, quel que soit leur statut, occupent une scène commune (les gradins de l'amphithéâtre). Enregistrés dans des studios qui renvoient à des lieux de délibération du politique (assemblée parlementaire) ou de partage du savoir (amphithéâtre), ces forums cultivent un «imaginaire de parole démocratisée<sup>16</sup>», où prévaut la symbolique d'une «égalité de condition» entre invités<sup>17</sup>, puisque public, élus et experts occupent une même scène et bénéficient, en principe, d'un même droit à la parole.

Formatée sur les *talk shows* diffusés déjà à l'époque avec succès aux États-Unis et en Grande-Bretagne (ex. : «Oprah Winfrey Show», «Phil Donahue, Kilroy»), «Du fer dans les épinards» est lancée en 1997 par Christophe Dechavanne. Emblématique des forums qui entendent permettre à «tout le monde d'intervenir et de s'exprimer sans aucun préjugé<sup>18</sup>», cette émission montrera ses limites : au regard d'abord de la forte dissymétrie<sup>19</sup> dans la répartition des ressources de parole, avec des citoyens ordinaires effacés au profit d'experts davantage sollicités et pour qui la maîtrise de l'expression orale dans les débats publics est plus familière ; au regard ensuite de l'inégalité *du statut participatif* des invités, puisque le dispositif technique de prise de parole (quelques rares micros

16. Lochard et Soulages, «Les imaginaires de la parole télévisuelle...», p. 28.

17. Une égalité de condition au sens où chaque participant est désormais un «ayant droit» susceptible de prendre la parole.

18. «Christophe Dechavanne en guerre contre les idées reçues», *Télé-loisirs*, 13 septembre 1997.

19. À l'écoute des épisodes de l'émission «Du fer dans les épinards» consacrés à l'énergie nucléaire («Le nucléaire est-il propre?», FR2 : 18 juin 1998) et à la malbouffe («Toxico bouffe», FR2 : 15 novembre 1997), on constate que moins d'une trentaine d'intervenants (respectivement 26 et 22), soit à peine plus de 15 % de l'ensemble des participants, sont parvenus à prendre la parole.

à disposition des 200 participants), la gestion chaotique de la parole sur demande des invités et la présence d'un animateur-vedette, partie prenante du débat, font de «Du fer dans les épinards» une arène difficile à conquérir pour les profanes. Ce dernier constat est par ailleurs historiquement établi en France, puisque la plupart des émissions de parole ne reflètent pas, loin de là, la structure et la répartition de la population dans les catégories socioprofessionnelles (CSP) : si l'arène télévisée n'a jamais été démocratique en France, c'est aussi parce que les catégories populaires y ont toujours été largement sous-représentées<sup>20</sup>. Même dans un genre aussi ouvert que l'ont été les forums, le temps de parole des profanes apparaît toujours proportionnellement inférieur à la représentativité des acteurs sur les plateaux. Dès lors, loin de renverser les inégalités du champ et de la structure sociale, ces débats agorisés n'ont fait que reproduire les «automatismes des rapports de force<sup>21</sup>» entre acteurs, alors que leurs concepteurs clamaient haut et fort vouloir les déjouer.

Rétrospectivement, le format «débat polylogal» en vigueur dans «Du fer dans les épinards» et dans nombre de forums (dont «Français si vous parliez», France 3 : 1991-1994 ; ou «L'hebdo», Canal+ : 1994-1997) est resté lettre morte en France, et ce, contrairement aux plateaux des *talk shows* anglo-saxons, toujours ouverts à un public populaire. Si, comme le note Paddy Scannell, les *talk shows* britanniques et américains traduisent un «ethos populiste et démocratique<sup>22</sup>», privilégiant le format «conversation» et valorisant la parole des profanes au détriment de celle des experts et des politiques (voir Livingstone et Lunt<sup>23</sup>), il apparaît en revanche qu'en France l'accessibilité des profanes dans les émissions traitant de la chose publique n'a jamais été un fait avéré, malgré les essais de la fin des années 1990. La réticence des chaînes du PAF à concéder au téléspectateur lambda un statut d'interlocuteur légitime face aux experts et aux élus politiques tient alors en grande partie aux caractéristiques du système institutionnel et politique français : en effet, à la faveur d'un système majoritaire et d'une faible ouverture institutionnelle, la France

20. Même en 1997, année de l'explosion des forums et des *débats avec participation du public*, les agriculteurs, les exploitants agricoles et les ouvriers n'occupent (voir le recensement statistique de Sébastien Rouquette dans *L'impopulaire télévision populaire. Logiques sociales, professionnelles et normatives des palabres télévisées (1958-2000)*, Paris, L'Harmattan, 2001, p. 123), respectivement, que 3,8 % et 7,9 % du temps d'antenne, alors qu'ils représentaient 15,4 % et 32 % de la répartition en CSP au sein de la société française. À l'opposé, les cadres et les professions intellectuelles supérieures (7 % à 10 % de la population active de 1975 à 1990) ont toujours été surreprésentés, leur proportion oscillant de 46 % à 53 % des invités dans les émissions à base de parole, tous genres confondus.

21. *Ibid.*

22. Paddy Scannell, 1991, *Introduction : the Relevance of Talk, Broadcast Talk*, London, Sage, p. 10.

23. Sonia Livingstone et Peter K. Lunt, 1994, *Talk on Television : Audience Participation and Public Debate*, London, Routledge.



est le cas idéal-typique d'un État centralisé et jacobin. Pierre Birnbaum explique ainsi que «l'État qui s'est construit en France fait figure d'État fort car, tout au long de son histoire, il a renforcé son institutionnalisation en brisant la résistance des périphéries. De l'absolutisme monarchique au gaullisme, on a assisté au renforcement de l'emprise de l'État sur l'ensemble de la société et à l'affirmation de sa souveraineté et de son indépendance vis-à-vis de l'extérieur<sup>24</sup>». Si de plus on croise cette caractéristique institutionnelle avec les propriétés d'un système médiatique également concentré et doté d'une faible autonomie vis-à-vis de l'État<sup>25</sup>, on comprend alors que l'espace télévisuel français a traditionnellement servi l'énonciation des élites politiques, et ce, dans le contexte d'une personnalisation croissante de la vie politique.

## ÉMERGENCE DE L'INFOTAINMENT «À LA FRANÇAISE»

### Talk show de compagnie : «Tout le monde en parle» (France 2 : 1998-2006)

Une transition vers un nouveau type de traitement de la parole des élus politiques s'observe dans le PAF dès 1998. C'est l'année en effet où, d'une part, les «débat avec participation du public» disparaissent des grilles de programmes et où, d'autre part, le premier *talk show people* est diffusé en France («Tout le monde en parle<sup>26</sup>», France 2 : 1998-2006). Produit et animé dès 1998 par Thierry Ardisson tous les samedis en seconde partie de soirée, «Tout le monde en parle» traduit la stratégie de repositionnement du service public sur le terrain du divertissement, avec des émissions de parole récréatives, susceptibles d'être une alternative à la montée en force des jeux de télé-réalité diffusés par les chaînes privées (M6 : «Loft Story», 2001-2003 ; TF1 : «Star Academy», 2001-).

Arène mondaine, parisienne et «branchée» dans laquelle les élus sont volontiers brocardés, «Tout le monde en parle» repose sur une succession d'interviews de personnalités du *show business* (acteurs, chanteurs, humoristes), de journalistes et d'élus politiques. L'innovation de l'émission est alors de mettre en présence des invités qui ne se rencontrent pas d'habitude sur les plateaux de télévision. Dans ce parterre de «vedettes», les élus politiques apparaissent alors isolés, les producteurs n'invitant jamais plus d'un élu par émission : s'il peut s'exprimer dans des séquences

24. Pierre Birnbaum, 1982, *La logique de l'État*, Paris, Fayard.

25. Daniel C. Hallin et Paolo Mancini, 2004, *Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics*, Cambridge, Cambridge University Press.

26. «Tout le monde en parle» connaîtra un succès qui dépassera les frontières de l'Hexagone, étant adapté par exemple en 2004 au Québec par Guy A. Lepage (télévision de Radio-Canada).

«sérieuses», l'élú politique doit aussi jouer le «jeu», s'intégrer à des séquences ludiques (ex.: le *blind test* clôturant l'émission), voire déstabilisantes. Les échanges de plaisanteries parfois salaces du coanimateur Laurent Baffie – qui tient le rôle du «fou du roi» – confortent le registre ludico-ironique d'une émission où se mêlent tutoiements, attaques *ad hominem* et autres allusions sexuelles<sup>27</sup>. Pris dans une confusion générique, les politiques se doivent alors de gérer un conflit entre deux types d'attentes: celle du *contrat de parole*<sup>28</sup> de l'émission qui privilégie des interactions récréatives informelles et les pousse à relâcher leur verbe et à une maîtrise de soi; celle aussi de leur fonction institutionnelle qui les incite à se conformer aux rôles inhérents à leur statut de «professionnel de la politique». Par rapport aux premiers débats et entretiens des années 1980 («L'heure de vérité»), où ils étaient en territoire conquis, ou du moins dans une posture familière (maîtrise des thèmes de conversation relatifs à des dossiers politiques), les élus politiques qui acceptent une invitation à «Tout le monde en parle» encourent un risque non négligeable: celui de perdre leur contenance. Il y a va de ce qu'Érik Neveu appelle un certain «degré de mise en danger des invités politiques<sup>29</sup>», variable qui traduit l'idée que, en s'aventurant sur une scène incontrôlable, les élus s'engagent à voir leur «face» menacée.

Si, dans un premier temps (2001), seuls quelques députés, maires ou personnalités atypiques (ex.: le militant corse François Santoni: 16 juin 2001) étaient présents sur le plateau, des politiciens de «premier rang» ont progressivement été invités, ou du moins ont accepté l'invitation. En définitive, ce sont principalement les politiciens de l'opposition ou les «seconds couteaux» de la sphère politique qui, à vouloir gagner en notoriété, ont accepté en contrepartie de s'exposer aux dangers d'un format qui privilégie les dérapages, les excès de familiarité et d'intimité. Invité sur ces plateaux des *talk shows*, l'élú politique se doit d'être un «bon client<sup>30</sup>», à savoir un invité «qui accepte d'intervenir sur les problèmes

27. Ainsi, à titre d'exemple, Olivier Besancenot (12 juin 2006), porte-parole de la Ligue communiste révolutionnaire, subit sans coup férir l'assaut que lui lance Laurent Baffie: «T'en es où avec Arlette (Laguillier), vous êtes toujours ensemble, c'est juste un coup comme ça?». Dans le même registre, l'épisode le plus célèbre est celui avec Michel Rocard (31 mars 2001), où l'ancien premier ministre accepte de répondre à la question: «Sucer, c'est tromper?» que lui pose Thierry Ardisson.

28. On emprunte à Patrick Charaudeau (1983, *Langage et discours, éléments de sémiolinguistique*, Hachette, Paris), le terme *contrat de parole* qui «présuppose que des individus appartenant à un même corps de pratiques sociales soient susceptibles de se mettre d'accord sur les représentations langagières de ces pratiques sociales» (p. 50).

29. Érik Neveu, 2003, «De l'art (et du coût) d'éviter la politique. La démocratie du *talk show* version française (Ardisson, Drucker, Fogiel)», *Réseaux*, CNET (Centre national d'études des télécommunications), n° 134, p. 95-134, à la p. 109.

30. Neveu, «De l'art et du coût d'éviter la politique...», p. 123-124.

que les professionnels des médias définissent comme importants, sait le faire brièvement avec émotion et humour, en valorisant l'expérience, en évitant les longues tirades et les idées abstraites<sup>31</sup> : dès lors, ce sont les attributs de l'identité personnelle (subjectivité), l'idiosyncrasie<sup>32</sup> des élus et leur non-conformation à une rhétorique politicienne convenue (la langue de bois) qui sont les principaux critères de recrutement.

Il faut comprendre que les récents *talk shows people* (« On ne peut pas plaire à tout le monde », France 3 : 2000-2006 ; « On n'est pas couché », France : 2006- ; « T'empêches tout le monde de dormir », M6 : 2007-2008) imposent aux élus politiques une stylisation de leur parole qui tranche avec la contenance et la *maîtrise de soi* dont ils doivent faire preuve dans les émissions politiques classiques (débat, entretiens) : le dénominateur commun des émissions de Laurent Ruquier, de Thierry Ardisson ou de Marc-Olivier Fogiel est alors de délaisser les échanges « sérieux » et argumentés (le *logos* des échanges raisonnés), pour privilégier une parole qui « devient une simple joute oratoire dont l'enjeu principal est bien la construction d'un ethos à la fois conforme aux normes médiatiques mais aussi individualisant pour être réellement productif<sup>33</sup> ». Dans ce contexte, les élus politiques ont tout intérêt à ne pas manifester d'indignation et à se couler dans les attendus du genre : des attendus intériorisés d'ailleurs par un public-plateau « jeune », complice, tout acquis à la cause des animateurs, et qui se manifeste (applaudissements, huées) sans avoir cependant droit de cité.

### Un *talk show* « décalé » : « Le Grand Journal » (Canal+ : 2004-)

Un deuxième modèle de parole « performancielle » observable dans les *talk shows* français est incarné par « Le Grand Journal », émission quotidienne diffusée en première partie de soirée sur Canal+. Inscrit dans le prolongement de l'identité de chaîne revendiquée par la chaîne cryptée, et positionné en « décalage » par rapport aux diffuseurs

31. *Ibid.*

32. La verve et le pathos d'Arlette Laguiller, le franc-parler et la bonhomie de Claude Allègre, les dénonciations lyriques d'Olivier Besancenot contre le grand patronat ou encore l'hétérodoxie de Nicolas Dupont Aignan en rupture avec l'UMP (Union pour un mouvement populaire) sont autant de traits personnels, relationnels et parfois statutaires qui expliquent l'invitation récurrente de ces acteurs politiques sur le plateau de « Tout le monde en parle ».

33. Guy Lochard et Jean-Pierre Soulages, 2003, « La parole télévisée à la télévision, Du logos à l'éthos », *Réseaux*, CNET, n° 118, p. 65-95, à la p. 86.

généralistes<sup>34</sup>, «Le Grand Journal» repose sur une formule hybride, à mi-chemin entre une émission de divertissement et une émission sérieuse traitant de l'actualité du jour<sup>35</sup>.

L'élu politique présent sur le plateau du «Grand Journal» accepte alors de se plier aux règles du jeu et de s'adresser à un «public» jeune, réfractaire aux modes de présentation de l'actualité (le JT) proposés sur les chaînes concurrentes: la force de l'émission est de contraindre les politiques tantôt à s'expliquer ou à commenter l'actualité, tantôt à adopter la posture de spectateur face aux performances de l'équipe d'animateurs et de journalistes<sup>36</sup>. De fait, si «Le Grand Journal» doit sans doute sa popularité au recours à l'humour («Le Zapping») au détournement de genre (le *people* dans «le Petit Journal People») et à une forme de dérision cynique («Les Guignols»), l'émission ne verse cependant pas complètement dans l'univers récréatif et irrévérencieux de «Tout le monde en parle». Le décalage naît plutôt du jeu parodique (un *faux journal*, une rubrique météo sur-jouée), qui consiste à reprendre ou à exploiter de façon syncrétique plusieurs genres journalistiques: «Le Grand Journal» réintroduit ainsi le commentaire ou *digest* d'actualité (voir «7 sur 7»), la chronique littéraire, la revue de presse (celle de Jean-Michel Apathie), tout en proposant des séquences filmées (la rubrique «Le Petit Journal People<sup>37</sup>») qui révèlent les «ratés» ou les travers des élus politiques lors de leurs apparitions publiques.

---

34. Dans la lignée de «Nulle part ailleurs» (Canal+: 1987-2001) et de son ton irrévérencieux, «Le Grand Journal» se présente comme une alternative au mode de traitement en vigueur dans les journaux télévisés (JT) classiques, notamment celui de TF1, la chaîne repoussoir à partir de laquelle Canal+ et ce *talk show* construisent en partie une identité de chaîne.

35. À l'instar de «Tout le monde en parle», «Le Grand Journal» met en présence des élus politiques et des artistes sur un même plateau, tout en cultivant humour et ambiance «bon enfant». Pour tenir en haleine un public zappeur, l'émission repose sur une fragmentation en rubriques qui fait alterner interviews et séquences de divertissement (macrostructure mixte), dont le très attendu «Les Guignols» en fin d'émission.

36. La présence de Michel Denisot et d'un journaliste politique chevronné, Jean Michel Apathie, est un gage de crédibilité journalistique, alors que l'équipe de jeunes commentateurs décontractés incarne le versant «divertissement» de l'émission.

37. Ce détournement est manifeste dans la rubrique «Le Petit journal People» où des séquences filmées montrant les élus politiques en mauvaise posture se retrouvent ensuite sur les sites de partage en ligne de vidéoclips (YouTube, Dailymotion). Il y va de la volonté de Canal+ de thésauriser le filon *people* et d'agréger des audiences composites (jeunes, internautes notamment), tout en se distanciant de la logique d'exhibition et de révélation des scandales privilégiée par les émissions tabloïdes (voir «50 Minutes Inside», TF1 : 2007-)

Il y a un parallèle à tirer entre « Le Grand Journal » et d'autres émissions d'information « décalées », par exemple « The Daily Show » américain (Comedy Central : 1996-). Jody Baumgartner et S. Jonathan Morris<sup>38</sup> montrent que cette émission d'actualité satirique, parce qu'elle privilégie des *soft news* au détriment d'un traitement plus sérieux de l'information politique, favorise une lecture cynique et ironique du monde politique, notamment pour les publics zappeurs. Cultivant un syncrétisme télévisuel où se mêlent comédie, nouvelles et conversations politiques (« *hybrid blend of comedy, news, and political conversation*<sup>39</sup> »), « The Daily show » et « Le Grand Journal » ont pris la mesure des changements des modes de consommation (nomadisme, zapping) des programmes télévisés et des attitudes déifiantes des publics (« jeunes » notamment) à l'égard des politiques et de leur discours.

Plus généralement, la montée en puissance de ces *talk shows* a induit en France un nouveau rapport entre les politiques et le média télévisé. On peut y voir notamment une désacralisation de la fonction politique personnifiée aujourd'hui par le « style » Sarkozy, en rupture avec la figure distante et monarchique du chef d'État incarnée jadis par François Mitterrand ou Valérie Giscard d'Estaing. De la sorte, les récents *talk shows* français imposent un « art du paraître » qui explique en partie l'accession au pouvoir d'une nouvelle génération d'élus, moins portée vers le cérémoniel, plus familière avec cette culture télévisuelle que la génération qui l'a précédée. Apte à séduire les milieux populaires (les « gros » consommateurs des programmes télévisés<sup>40</sup>) et les jeunes (les publics les plus « volatiles » que cherchent à fidéliser les producteurs des *talk shows*), cette logique de proximation adoptée par les élus politiques (« je parle et suis comme vous ») s'observe bien au-delà

---

38. Jody Baumgartner et S. Jonathan Morris, 2006, « The Daily Show Effect. Candidate Evaluations, Efficacy, and American Youth », *American Politics Research*, vol. 34, n° 3, p. 341-367.

39. Geoffrey Baym, 2005, « The Daily Show : Discursive Integration and the Reinvention of Political Journalism », *Political communication*, vol. 22, n° 3, p. 259-276.

40. On peut se référer au travail de Philippe Coulangeon (2005, *Sociologie des pratiques culturelles*, Paris, Éditions La découverte, coll. « Repères ») qui relève que les « gros consommateurs » de la télévision (plus de 20 heures, voire plus de 30 heures d'écoute par semaine), ceux qui s'exposent donc à la plupart des programmes de divertissement, sont principalement dans les catégories de non-diplômés (32 % de « gros consommateurs » chez ceux qui n'ont suivi que l'enseignement primaire, pour respectivement 12 % et 10 % chez ceux qui ont obtenu un grade au premier ou au deuxième cycle de l'enseignement supérieur). La remarque vaut alors pour les CSP, puisque, en 1998, année du lancement du premier *talk show* « people », les ouvriers (1 h 59 d'écoute par jour), les chômeurs (2 h 8) et les retraités (2 h 56) constituent la grande partie de l'audience des émissions de masse, alors que les cadres (1 h 9) consomment deux à trois fois moins d'émissions de télévision que ces dernières catégories.

des frontières de l'Hexagone : plusieurs auteurs<sup>41</sup> relèvent que, sous la conjonction de l'abondance de l'offre de programmes, de la fragmentation des audiences et de la crise de la représentation politique, les nouveaux codes langagiers (plus informels, moins ritualisés) adoptés par les politiques répondent à la porosité qui existe entre une culture populaire – dont le média télévisé assure en partie la reproduction – et la médiatisation télévisuelle du jeu politique. Ainsi, en France, en Italie ou en Angleterre notamment, le succès du *people* et de l'*infotainment* ne fait que traduire l'intérêt marqué des publics pour la publicisation de la vie privée des élus politiques, alors qu'en contrepoint s'observe, en France notamment, un recul généralisé du nombre et de la fréquentation des émissions politiques « sérieuses<sup>42</sup> ».

## RAISONS DE LA MONTÉE EN PUISSANCE DE L'INFOTAINMENT EN FRANCE

### Une crise de la communication politique

Malgré le succès et la longévité des émissions politiques des années 1980, succès imputable en partie à leurs dispositifs innovants, les années 1990 scellent leur déclin, incapables que furent les débats et les entretiens politiques d'obtenir une masse critique et de drainer un public populaire. Ainsi, TF1 a compris qu'une partie de son audience s'est détournée des émissions réservées aux seuls professionnels de la sphère politique et a pris l'option de ne plus proposer d'émissions politiques en dehors des périodes électorales. D'où vient alors ce désintéressement généralisé ? Si l'on suit Jean Mouchon, quatre raisons peuvent expliquer cette situation<sup>43</sup>. D'abord, la perte de crédibilité morale du personnel politique discrédité par les « affaires » et autres scandales qui ont émaillé l'actualité politique ; ensuite, le doute émis sur la valeur d'une parole monopolisée par des hommes politiques soucieux de garder la maîtrise de ce qu'ils veulent dire ou ne pas dire (notamment la langue de bois tant décriée aujourd'hui) ; puis des motifs économiques relatifs à l'audience

41. Voir par exemple le travail de Jeffrey Jones, 2005, *Entertaining Politics : New Political Television and Civic Culture*, New York, Rowman and Littlefield ; et celui de Liesbet Van Zoonen, 2005, *Entertaining The Citizen : When Politics and Popular Culture Converge*, Rowan and Littlefield.

42. Voir le décompte proposé par Aurélien Le Foulgoc, 2003, « 1990-2002 : une décennie de politique à la télévision française : Du politique divertissement », *Réseaux*, CNET, n° 118, p. 25-63.

43. Jean Mouchon, 2005, « Les nouvelles formes du débat public, prémices d'une reconfiguration de l'espace public démocratique ? », dans *Les mutations de l'espace public*, sous la dir. de Jean Mouchon, Paris, L'esprit du livre, p. 19-46.

avec un succès grandissant<sup>44</sup> des émissions de caricature des leaders politiques (la rubrique « Les Guignols de l'info » dans « Le Grand Journal »); enfin le revers subi par des émissions ambitionnant d'ouvrir le débat à des thèmes et à des acteurs marginalisés dans l'espace public.

Deux raisons supplémentaires expliquent à notre sens cette désaffection envers les émissions politiques. La première renvoie à la fin du monopole du médium télévisé comme vecteur de socialisation dans la vie des adolescents (voir l'étude de Pasquier<sup>45</sup>). Concurrencées par d'autres médias (Net), productions culturelles (films, jeux vidéo) et types d'interactions (chat, télémessage<sup>46</sup>), les émissions d'information politiques perdent de leur prestige et désintéressent de plus en plus des adolescents, pour qui la culture dominante est la culture populaire, celle qui engage des pratiques culturelles mosaïques et éclatées. De la même façon, la consommation culturelle des adultes s'insère dans le maillage des réseaux sociaux, des dispositifs médiatiques et de connexion : ainsi, la part d'audience croissante des chaînes thématiques chez les jeunes suit, certes dans des proportions inférieures<sup>47</sup>, un développement similaire chez les adultes<sup>48</sup>. La seconde raison a trait aux effets du contexte politique sur le désenchantement face à la politique et au désintérêt pour des débats traitant plus d'enjeux politiques et de luttes de pouvoir que des affaires de la cité : en France, la prise de distance de nombreux citoyens avec la politique instituée à partir de la deuxième moitié des années 1980 s'explique rétrospectivement en grand partie par le décalage ressenti entre les espoirs de changement que cristallisa la candidature de François Mitterrand et les résultats de son action comme président de la République. Au-delà de l'épisode conjoncturel, la démobilisation politique, dont les symptômes et les conséquences sont maintenant connus<sup>49</sup>, est inscrite dans les principes mêmes du gouvernement représentatif. Celui-ci, explique Manin,

---

44. Parodie de journal télévisé conçue à l'aide de marionnettes, « Les Guignols de l'info » parviennent régulièrement à agréger de 8 % à 12 % de parts de marché en France, résultat qui est loin d'être négligeable quand on sait que la diffusion de cette émission a lieu au créneau horaire où les chaînes concurrentes (TF1 et France 2 notamment) diffusent un « vrai » journal télévisé.

45. Dominique Pasquier, 2005, *Cultures lycéennes. La tyrannie de la majorité*, Paris, Éditions Autrement.

46. À titre d'exemple, entre avril 2007 et avril 2008, l'ensemble des chaînes thématiques, locales ou étrangères, a généré en France une augmentation d'audience régulière, passant de 16,5 % à 23,1 % de parts de marché (toutes catégories d'âges confondues), soit près de 40 % d'augmentation sur la période considérée. Pour des résultats détaillés, voir le site « Médiamétrie », [<http://www.mediаметrie.fr>], consulté le 13 juin 2008.

47. Rémy Rieffel, 2006, *Que sont les médias ? Pratiques, identités, influences*, Paris, Gallimard, p. 36

48. Frédérique Matonti (dir.), 2005, *La démobilisation politique*, Paris, La Dispute.

49. Bernard Manin, 1996, *Principes du gouvernement représentatif*, Paris, Champs Flammarion, p. 299 et ss.

«demeure ce qu'il a été depuis sa fondation : un gouvernement d'élites distinctes de la masse de la population par leur statut social, leur mode de vie et leur culture<sup>50</sup>.»

À partir des années 1980, les gouvernements des pays d'Europe du Sud décident de libéraliser leur marché audiovisuel. Celui de la France, on l'a vu, s'est passablement modifié avec l'arrivée de trois nouvelles chaînes privées (Canal+, La Cinq, M6) et la privatisation de la première chaîne publique (TF1). Toutefois, en France, la tradition dirigiste de l'intervention étatique a permis de limiter la «dérégulation sauvage» qu'ont connue ses voisins méditerranéens et le consensus sur le principe d'une télévision ciment de l'identité nationale s'est ossifié dans un ensemble strict de normes sur le langage et le contenu des programmes<sup>51</sup>. Ces précautions prises, le principe de profit à la base de l'économie privée a pris pour mesure la «part de marché». Indexé sur l'impératif d'audience, le paysage audiovisuel français des années 1980 a été bouleversé, les émissions politiques ayant subi d'importantes modifications concernant notamment le créneau horaire de leur diffusion (reléguées en seconde partie de soirée, supprimées ou nichées sur des chaînes plus intimistes).

Inscrite dans un mouvement de balancier, cette libéralisation contraint désormais les hommes politiques à accepter l'invitation dans des genres, *talk shows* au premier chef, qui mêlent divertissement et information. Moins coûteuses, drainant une audience supérieure aux émissions politiques, ces émissions d'*infotainment* ou de *tabloidization*<sup>52</sup> de l'information imposent à la classe politique, et notamment à la génération montante des politiciens, des compétences communicationnelles qui rappellent celles des rituels de visites de marché par les candidats en période électorale : face à un public-plateau jeune, contraints d'intervenir parmi des invités qui n'appartiennent pas à la sphère du politique (artistes, sportifs, etc.) et qui jouissent souvent d'une forte popularité, les politiques doivent désormais «faire court et imagé», répondre à tout type de questions, quitte à introduire dans leurs réponses des éléments relatifs à leur parcours biographique (vie privée, goût culturel, expériences vécues). Toutefois, les élus ne se rendent pas sur ces plateaux en victime expiatoire : dans cette économie médiatico-politique, chacun trouve son intérêt puisque, d'un côté, poussés par la logique d'audience, les diffuseurs sont tentés de renouveler les invitations des politiques qui se conforment aux règles du «jeu» et, de l'autre, les élus politiques exploitent la possibilité qui leur

50. Hallin et Mancini, 2004, *Comparing Media Systems*, *op. cit.*

51. Colin Sparks et John Tulloch, 2005, *Tabloid Tales. Global Debates Over Media Standards*, Lanham (MD), Rowan and Littlefield.

52. Jean-Louis Missika, 2006, «La délibération imparfaite», *Pouvoirs*, n° 119, p. 5-14, à la p. 13.



est offerte d'être dans la séduction pure, de montrer «qu'on est proche des gens, que l'on sait rire de soi comme des autres, que l'on n'est pas si sérieux que ça, si lointain que ça<sup>53</sup>».

Il faut alors examiner les nouveaux formatages de la parole des politiques à la télévision, notamment à l'aune du modèle de la communication politique en vigueur en France. L'espace public d'un État, «couveuse démocratique» où se rassemblent État, acteurs politiques, discours et controverses, est fortement tributaire de ses institutions et de son système médiatique, et réciproquement. Attentif à ces paramètres institutionnels, Hanspeter Kriesi<sup>54</sup> montre que, pour saisir la spécificité d'un espace public, il faut articuler celui-ci avec le processus politique d'un État et que, dans l'optique d'une politique comparée, deux critères sont à retenir: la concentration du pouvoir au sein du Parlement et du gouvernement (système majoritaire contre système de consensus) et l'accessibilité institutionnelle des acteurs au processus de construction de la décision politique (faible contre grande ouverture institutionnelle). De la sorte, H. Kriesi relève que la communication politique en France a été, et continue d'être, principalement investie par les acteurs de la décision politique (*top down strategies*) et les médias (*media-centred strategies*) et non pas par ceux (associations, mouvements sociaux, etc.) qui sont étrangers au système politique (*bottom up strategies*). Historiquement, il est indéniable que l'influence des grands partis de la V<sup>e</sup> République sur la communication politique a trouvé son prolongement dans les émissions politiques programmées de la fin des années 1980 au milieu des années 1990 («L'heure de vérité», «7 sur 7»). À quelques rares exceptions près – écrivains et personnalités du monde du spectacle –, ces émissions ont restreint leurs invitations aux principaux cadres des formations politiques les plus en vue, avant que, on l'a constaté, les *talk shows* ne rejettent ces critères de recrutement. De fait, sous-représentées dans l'espace public médiatique, les organisations de la société civile qui tentent d'accéder au processus de construction de la décision politique ont développé des stratégies de protestation et revendiqué leur autonomie médiatique en se rabattant sur des canaux de diffusion dont ils ont la maîtrise (journal interne, site Internet, etc.).

Il n'en reste pas moins que la crise<sup>55</sup> du modèle français de communication politique a atteint son point d'ébullition lors de la campagne référendaire de 2005 relative au Traité constitutionnel européen (TCE).

53. Jean-Louis Missika, 2006, «La délibération imparfaite», *Pouvoirs*, n° 119, p. 5-14, à la p. 13.

54. Hanspeter Kriesi, 2004, «Strategic Political Communication», dans *Comparing Political Communication. Theories, Cases and Challenges*, sous la dir. de Barbara Pfetsch et Frank Esser, Cambridge, Cambridge University Press, p. 184-212.

55. On parle ici de crise du modèle français de communication politique au sens où ce modèle, qui subit déjà le feu nourri des critiques sur le peu d'ouverture qu'il alloue aux gouvernés, voit une partie de ces derniers lui préférer notamment des

À cette occasion, loin de susciter des échanges contradictoires entre partisans et opposants, le débat public est mort-né en raison du consensus des élites politiques à soutenir la ratification du TCE, alors que les opposants, au rang desquels figuraient les représentants des formations occupant les extrémités de l'échiquier politique, certaines organisations de la société civile et de simples citoyens, n'ont guère eu d'autre choix que de débattre dans des rassemblements publics ou sur la blogosphère<sup>56</sup>. L'échec de la campagne référendaire et le démenti apporté aux prescripteurs d'opinion par les électeurs ont servi d'ailleurs de leitmotiv à ceux qui appelèrent de leurs vœux une ouverture de l'espace public médiatique. Pour J. Mouchon, la mise à l'index des opposants au TCE, en jouant «un rôle d'accélérateur de l'insatisfaction», a provoqué «le mécontentement d'une grande partie de l'opinion, encore plus déterminée à se faire entendre<sup>57</sup>». Dès lors, à l'heure où les démarches participatives se démultiplient, notamment dans le cadre de projets locaux d'aménagement<sup>58</sup> dans lesquels les militants marqués à gauche sont très présents, et au moment où l'on assiste à un renouvellement des pratiques militantes à gauche, sous l'effet du mouvement altermondialiste notamment, c'est au sein du Parti socialiste (PS) que vont jaillir les initiatives les plus saillantes. Rappelons que lors de la campagne présidentielle de 2007, les partisans de Ségolène Royal se sont servis de l'outil de la démocratie participative pour contourner les cadres de l'appareil du PS qui lui étaient hostiles. Le premier temps de la campagne présidentielle de la candidate socialiste a ainsi été marqué par l'organisation de débats participatifs au sein des sections locales du PS, où les sympathisants ont été invités à prendre la parole sur des thèmes sélectionnés par affiches<sup>59</sup> interposées. Devant le succès de cette poussée

---

modèles de communication qui leur sont ouverts (forums de discussion, libre antenne, etc.).

56. Le médium informatisé, par l'intermédiaire de la blogosphère, a d'ailleurs joué pleinement son rôle de contre-espace public, en servant d'arène permettant de mettre sur pied des actions de sensibilisation de l'opinion publique et d'organiser le débat pour la diversité des opposants au TCE. Cette séquence, soldée par le rejet du TCE par le peuple, a marqué les dérives d'un modèle de communication politique fermé sur lui-même.
57. Jean Mouchon, à paraître, «Démocratie et usages des TIC : les leçons des dernières campagnes électorales en France». [TIC = technologies de l'information et de la communication]
58. Le législateur définit et régit le débat public CNDP (Commission nationale du débat public) dans la Loi du 27 février 2002, [www. democratie-locale.fr.], consulté le 16 janvier 2008.
59. Il faut rappeler que sur lesdites affiches on pouvait lire quelques slogans jusqu'alors improbables, tels «Impose-toi dans le débat» ou encore «Demain rien ne sera fait sans toi», qui ont souligné la vocation participative de cette campagne électorale.

de « démocratie participative<sup>60</sup> », les chaînes de télévision ont remis à l'ordre du jour des « forums » où des citoyens s'adressent directement aux candidats à l'élection présidentielle<sup>61</sup> : l'effervescence de cette séquence d'ouverture à la participation citoyenne annonce à cet égard la contestation d'un modèle de communication « fermé » aux *outsiders*, où l'opinion publique s'incarne avant tout dans les sondages. Face à ce modèle s'oppose un modèle « ouvert » aux acteurs non institutionnels, qui déborde le cadre des programmes télévisés (radio, Net) et où l'opinion publique se matérialise dans des actions de protestation (manifestations, communautés virtuelles) et dans la participation des citoyens.

### L'individualisme contemporain

Il faut encore mettre en perspective le recul des émissions politiques en France, et corollairement la recrudescence d'émissions dépolitisées, avec les forces d'individuation qui traversent la société française. L'individualisme contemporain n'est en effet pas indifférent à l'émergence de genres télévisés qui valorisent la parole d'individus ordinaires, invités moins en leur qualité de citoyens qu'en tant que personnes singulières appelées à narrer leur vie quotidienne. Toutes les émissions de parole qui reposent sur le témoignage d'individus anonymes répondent à des déterminants commerciaux<sup>62</sup> et politiques<sup>63</sup>, notamment parce que leur présence légitime les notions de souveraineté populaire et d'opinion publique, qui se déclinent sur le registre du récit de vie et non sur celui de l'engagement politique. Mais l'immixtion du téléspectateur dans des magazines, des émissions de divertissement et des *talk shows* profanes traitant de thèmes qui relèvent traditionnellement de la sphère privée

60. Loïc Blondiaux, 2008, *Le nouvel esprit de la démocratie. Actualité de la démocratie participative*, Paris, Seuil.

61. Sans toutes les citer, on mentionnera les initiatives de France 2, qui a diffusé plusieurs numéros d'« À vous de juger », où les candidats conviés à débattre devaient également répondre aux questions de citoyens ; celles de France 5 qui a retransmis la série « Je vote comme je suis », traitant de la participation politique à travers le quotidien de familles issues de strates sociales différentes ; celles de TF1, enfin, dont l'émission « J'ai une question à vous poser », qui, mettant aux prises les candidats potentiels du deuxième tour avec un panel de citoyens, a connu des records d'audience (par exemple 37 % de parts de marché pour l'épisode du 19 février 2007 avec Ségolène Royal comme invitée).

62. Détermination commerciale, puisque, en rendant visibles les profils sociologiques souhaités par les annonceurs, les producteurs s'assurent en retour l'achat d'espaces publicitaires.

63. Éric Darras, 1999, « Télévision et démocratisation. La télévision forum en France et aux É-U », dans *Espace public mosaïque. Acteurs, arènes et rhétoriques des débats publics contemporains*, sous la dir. de François Bastien et Érik Neveu, Rennes, Presses universitaires de Rennes, p. 61-84.

(sexualité, dépendance, violence domestique, etc.) est surtout débitrice d'une mutation sociologique majeure : celle d'un individualisme, entendu ici avec Pierre Birnbaum et Jean Leca comme un processus qui «dénote la multiplication et la différenciation des rôles sociaux et l'émancipation (ou la prise à distance) du "moi" par rapport aux rôle qu'il "tient", mais aussi la tendance au retrait dans la vie privée au détriment de l'engagement public<sup>64</sup>». Admettre que la politique résulte d'un construit social, c'est alors considérer que l'affirmation de l'individu dans notre société contemporaine participe du processus de politisation contre dépolitisation<sup>65</sup> et, ce faisant, explique le mode traitement de la parole politique à la télévision.

On peut alors tenter d'éclairer les nouvelles formes de médiatisation télévisuelle de la parole des politiques à la lumière du paradigme de l'individualisme et des figures contemporaines de l'individu qui s'y déploient. Précisons d'entrée que la notion d'individualisme recouvre plusieurs conventions conceptuelles et retenons d'abord les deux principales sur la base de l'inventaire complet de Georges Lavau, auquel nous empruntons ci-après la terminologie : «l'individualisme du mouvement des Lumières, qui fut la proclamation de l'émancipation de l'Homme», et «l'individualisme des utilitaristes», qui défend le droit et l'orientation naturelle de l'individu à «la recherche de son plus grand bonheur et de sa plus grande utilité<sup>66</sup>». Dans les années 1960-1970, des facteurs structurels induits par le passage d'une société industrielle à une société postindustrielle, auxquels s'ajoutent des facteurs conjoncturels (la saillance d'enjeux dramatiques comme la guerre du Vietnam par exemple), font émerger dans les travaux sur les valeurs des sociétés occidentales<sup>67</sup> un profil d'individu plus instruit, moins dépendant des partis et qui aspire à des bonheurs privés. Sentant qu'ils touchent au «nerf» de l'époque, les sociologues, à la suite d'Alain Touraine, théorisent la désinstitutionnalisation à l'œuvre dans les sociétés modernes en montrant que les institutions (famille, école, église), qui traditionnellement assuraient la reproduction et la stabilisation de la société moderne, peinent à transformer des valeurs en normes<sup>68</sup>. C'est alors vers lui-même et la conscience de soi que se

---

64. Pierre Birnbaum et Jean Leca, 1991 [2<sup>e</sup> éd.], «Présentation», dans *Sur l'individualisme*, sous la dir. de Pierre Birnbaum et Jean Leca, Paris, Presse de la Fondation nationale des sciences politiques, p. 11-24, à la p. 12.

65. Lionel Arnaud et Christine Guionnet, 2005, *Les frontières du politique*, Rennes, Presses universitaires de Rennes.

66. Georges Lavau, 1991, «L'électeur devient-il individualiste?», dans *Sur l'individualisme*, sous la dir. de Birnbaum et Leca, *op. cit.*, p. 301-329.

67. Pour une étude classique, lire notamment Ronald Inglehart, 1977, *The Silent Revolution. Changing Values and Political Styles Among Western Publics*, Princeton, Princeton University Press.

68. François Dubet et Danilo Martuccelli, 1998, *Dans quelle société vivons-nous?* Paris, Seuil.

tourne un individu sommé d'assumer la responsabilité de sa destinée (ce qui lui arrive et ce qu'il fait ne dépendent que de lui)<sup>69</sup>. Émerge, parmi d'autres, une nouvelle figure de l'individu en quête de réalisation de soi, mais confrontée, comme le relève Alain Ehrenberg<sup>70</sup>, à l'incertitude de son accomplissement, dans un contexte où la production de sens n'est plus assurée par les institutions. Cette figure contemporaine de l'individu n'existe pas en tant qu'entité unique, mais se caractérise par le devoir de s'inventer. Ainsi, sur le plan de l'engagement politique, un nouveau militantisme concurrence le modèle historique : choisi, ponctuel, méfiant envers le principe délégué, il met en jeu l'identité et s'appuie surtout sur l'action<sup>71</sup>. Si l'individualisme se réfléchit alors dans le champ politique par de nouveaux modes de participation, il s'insinue aussi dans l'intégration de nouveaux domaines ou objets de politisation, dans les discours des politiciens et des « entrepreneurs politiques », pour s'incarner enfin dans les dispositifs des émissions de plateau qui cèdent l'espace de parole à l'individu ordinaire.

Le succès pérenne d'émissions comme « Ça se discute » (France 2:1996-) et, plus récemment, « Toute une histoire » (France 2: 2007-), entièrement dévolues à la valorisation de la parole profane (témoignage, récits de vie), emblématise cet individualisme contemporain qui, pour les individus, passe désormais par une autonomisation revendiquée et un désir de reconnaissance publique. En phase avec l'évolution des mœurs qui traverse la société française depuis mai 1968, confrontées aussi à l'émergence de nouvelles pratiques et de nouveaux styles de vie, ces émissions de Jean-Luc Delarue n'offrent qu'un espace de parole dépolitisé aux téléspectateurs. Cet enfermement des profanes dans une parole testimoniale<sup>72</sup>, fondée sur des identités sociales, personnelles ou sexuelles, n'empêche pas que, sur d'autres scènes, une demande sociale en termes de participation et un désir de faire de la politique « autrement » se manifestent. Pareille revendication, que les organisations politiques de la modernité (partis et syndicats) ne peuvent encore satisfaire, prend aujourd'hui moins la forme d'un engagement dans des groupes fondés sur des appartenances sociogéographiques (la paroisse, le syndicat, etc.) que d'un engagement à la carte, diversifié et individualisé, où l'estime de soi et la reconnaissance des tiers se substituent à l'idéologie comme ressort de l'action<sup>73</sup>.

69. Danilo Martuccelli, 2001, *Domination ordinaires. Explorations de la condition moderne*, Paris, Balland.

70. Alain Ehrenberg, 1995, *L'individu incertain*, Paris, Calmann-Lévy.

71. Jacques Ion, 1997, *La fin des militants ?*, Paris, L'Atelier.

72. Rouquette, *Vie et mort des débats télévisés. 1958-2000*.

73. Jacques Ion, Spyros Franguiadakis et Pascal Viot, 2005, *Militer aujourd'hui*, Paris, Autrement.

De là s'explique, dès les années 1990, la recrudescence des revendications citoyennes d'associations ou de collectifs fonctionnant de façon décentralisée, qui, le temps d'une mobilisation, rassemblent des individus plus qu'elles ne les agrègent : ce mouvement de politisation de causes généralement délaissées par la « politique instituée » ne connaît d'autres limites que celles que se fixent ceux qui s'en réclament. S'observent alors des modes d'engagement problématisés sur des questions d'urgences restées en souffrance, qu'on « soulage » à l'échelle locale (« au plus près de chez soi »), grâce à des collectifs de soutien à la cause des exclus (réfugiés, sans-papiers, mal-logés) et en convoquant la défense d'un droit jugé inaliénable (DAL<sup>74</sup>, Droits devant<sup>75</sup>, Réseau éducation sans frontières, etc.). D'autres engagements dépassent en revanche le cadre du réseau local pour s'actualiser, à une échelle transnationale, dans la défense de causes planétaires, comme c'est le cas par exemple avec l'action humanitaire ou écologique.

Dès le milieu des années 1980, la télévision française prend la mesure de ces mutations sociales, proposant dans ses grilles des émissions de parole centrées sur les problèmes privés de l'homme ordinaire. Scellé au milieu des années 1990 avec l'arrêt des émissions politiques phares (« L'heure de vérité » et « 7 sur 7 »), le déclin des émissions politiques coïncide alors avec la montée en puissance des émissions<sup>76</sup> dévolues à l'*homo ordinarius*. Suivant Dominique Mehl<sup>77</sup>, on localisera une première période d'ouverture à la parole profane, au milieu des années 1980, avec la diffusion *des reality shows de l'intime*<sup>78</sup> (« Perdu de vue », TF1 : 1990-1997 ; « L'amour en danger », TF1 : 1991-1993 ; « Témoin numéro un », TF1 : 1996-1997) au sein desquels « les victimes qui peuplent les plateaux racontent, évoquent, rejouent leurs drames en laissant le public entrevoir leurs sentiments et les rancœurs les plus personnelles<sup>79</sup> ». Engageant son téléspectateur dans un *pacte participatif*<sup>80</sup>, ces premiers *reality shows*, plutôt que de relayer des opinions ou un discours d'expertise, ont investi

74. DAL est l'acronyme de l'Association Droit Au Logement, créée en 1990 dans le 20<sup>e</sup> arrondissement de Paris par des familles mal-logées ou sans-logis et des militants associatifs de quartier.

75. « Droits devant » est une association française qui défend notamment les droits des travailleurs sans-papiers.

76. Lorsqu'elle prend greffe en France, cette ouverture de l'arène télévisuelle au quidam existe déjà depuis dix ans aux États-Unis, où certains *talk shows* (« Oprah Winfrey Show » dès 1986 ou « Geraldo » dès 1987) ont connu un grand succès auprès du public anglo-saxon.

77. Dominique Mehl, « Confession sur petit écran », 2006, dans *L'individu contemporain. Regards sociologiques*, sous la dir. de Xavier Molénat Robert, Paris, Éditions Sciences Humaines, p. 207-214.

78. Dominique Mehl, 1994, « La télévision compassionnelle », *Réseaux*, CNET, n° 63, p. 104.

79. Mehl, « Confession sur petit écran », p. 208.

80. Mehl, « La télévision compassionnelle », p. 117.

un territoire interstitiel: celui de l'expression de soi et d'une subjectivité qu'on peut localiser entre la sphère politique, entendue comme lieu symbolique et matériel d'exercice du pouvoir, et la sphère d'action citoyenne, entendue comme champ d'expression de la société civile. Dès lors, les producteurs de *reality shows* n'ont fait que se mettre au diapason de la problématique de l'individualisme évoquée plus haut, en prenant conscience de « l'intérêt de plus en plus prépondérant pour les problèmes de la personnalité, la recherche d'une authenticité qui exige qu'un individu soit identique et comme transparent à travers tous ses actes<sup>81</sup> ».

Toutefois, loin d'être triomphant, l'individualisme exacerbé par ces *reality shows* est au contraire vacillant: dans la mesure où l'impératif de « se réaliser » et de réussir sa vie personnelle place en situation d'échec ceux qui sont les plus démunis en termes de ressources relationnelles, l'individu ordinaire paraît vulnérable, lui qui, comme le relevait Foucault, se prend désormais « soi-même pour objet de connaissance et domaine d'action, afin de se transformer, de se corriger, de se purifier, de faire son salut<sup>82</sup> ». Convoquant moins les signes d'une réussite personnelle qu'un « individualisme du sauve-qui-peut qui prend forme sur fond de défaite affective et d'angoisse diffuse<sup>83</sup> », ces *reality shows* se sont substitués aux premiers *talk shows* (ceux de la fin des années 1980), jugés trop polémiques, proposant alors des spectacles davantage consensuels où les révélations des secrets de famille (l'intime) remplacent les révélations des scandales liés à des faits divers et de société.

Sans évoquer ici la seconde période d'ouverture aux profanes initiée avec « Loft Story » (M6: 2001-), puis tous les jeux télévisés (« Koh Lanta », TF1: 2001-; « La Ferme », TF1: 2004-2005; « Star Academy », TF1: 2001-; « D&Co », M6: 2006-; etc.) dans lesquels des individus ordinaires expérimentent un « vivre ensemble » à l'aune d'un individualisme compétitif<sup>84</sup>, il reste à discuter des modalités d'expression prises par l'individualisme contemporain dans les *talk shows* nocturnes. Cet individualisme s'observe d'abord dans les registres de parole, au sens où les performances attendues des élus politiques dans « Tout le monde en parle » ou « T'empêches tout le monde de dormir » requièrent des attributs personnels (« sympathique, simple, spontané, sincère<sup>85</sup> »), mais aussi une authenticité d'expression (la subjectivité) qui, lorsqu'ils font défaut, déprécient ceux dont l'énonciation est « tenue » par leur seule fonction de porte-parole ou de représentant d'un parti. En privilégiant le parcours biographique et les expériences vécues des élus politiques, ces *talk shows*

81. Robert Castel et Jean-François Le Cerf, 1980, « Le phénomène « psy » et la société française: vers une nouvelle culture psychologique », *Le Débat*, n<sup>os</sup> 1-3.

82. Michel Foucault [1984] 1997, *Histoire de la sexualité. Tome III. Le souci de soi*, Paris, Gallimard, p. 97.

83. Mehl, « La télévision compassionnelle », p. 105

84. Jean-Louis Missika, 2006, *La fin de la télévision*, Paris, Seuil.

85. Neveu, « De l'art (et du coût) d'éviter la politique... », p. 129.

ne font que se mettre au diapason du mouvement de valorisation de la vie privée, rendant compte de la porosité croissante entre cette dernière et la vie publique. Ensuite, ces *talk shows* entrent en résonance avec une des conséquences politiques de l'individualisme: le déclin de l'engagement politique des citoyens-télespectateurs. De la sorte, les interviews de Marc Olivier Fogiel ou de Thierry Ardisson confortent une perception du politique marquée par une défiance, perception que manifestent notamment les «jeunes», pour qui le registre du détachement, le *cynical chic* et les attitudes de subversion à l'égard des politiques s'accompagnent souvent d'une ignorance ou d'un faible intérêt pour la politique<sup>86</sup>.

## CONCLUSION

Après avoir connu leur apogée dans les années 1980, les émissions politiques en France ont fini par lasser leur public et se raréfier. Pour contrer le faible rendement de ces émissions dont l'existence est légitimée par les missions du service public<sup>87</sup>, les chaînes généralistes ont tenté de diversifier le format «débat» (forum, débat participatif), sans parvenir toutefois à endiguer son déclin. À la quête de nouveaux espaces d'où elle pourrait s'exposer, la parole politique s'est progressivement disséminée au sein de formules où on l'attendait le moins (*talk shows*, émissions de variété, etc.): confronté dans un premier temps à des citoyens accusateurs et revendicateurs, puis à des vedettes de l'industrie du spectacle, l'homme politique s'est mué en acteur dont on attend des performances dans des émissions construites pour un public zappeur, peu porté vers la politique: les stratégies d'adaptation des politiques à ces *talk shows* s'expriment alors autant dans le contexte de leur prise de position sur des problèmes publics que dans les techniques de communication qu'ils mobilisent<sup>88</sup>.

---

86. David Buckingham, 2000, *The Making of Citizens. Young people, News and Politics*, London, Routledge.

87. Rappelons qu'en France c'est le *Cahier des missions et des charges* qui donne une ligne directrice à la programmation des débats télévisés et qui encadre la programmation d'émissions politiques et des débats au premier chef. Le législateur précise à cet égard que les chaînes du groupe France télévision «constituent la télévision de tous les citoyens. À ce titre, elles aspirent à rassembler le public le plus large pris dans toutes ses composantes et favorisent le débat démocratique, les échanges entre les différentes parties de la population ainsi que l'insertion sociale et la citoyenneté» (cité dans le «Préambule» du *Cahier des missions et des charges* pour les chaînes du groupe de France télévision, Décret n° 94-813 du 16 septembre 1994, [[http://www.csa.fr/infos/textes/textes\\_detail.php?id=9246](http://www.csa.fr/infos/textes/textes_detail.php?id=9246)], consulté le 22 février 2007).

88. Gianpietro Mazzoleni et Winfried Schulz, 1999, «Mediatization of Politics: A Challenge for Democracy?», *Political Communication*, n° 16, p. 247-261.



Ainsi, loin d'être les victimes de la médiatisation « performanticielle » de la vie politique, les hommes politiques participent à la hiérarchisation des critères de la visibilité des thèmes traités, laissant à penser que les perdants de ce processus sont les partis politiques, effacés derrière la personnalisation du jeu politique. Recourant à la tactique d'hypervisibilité, Nicolas Sarkozy en France ou Tony Blair en Grande-Bretagne ont compris qu'il valait mieux créer l'événementiel qui attire l'attention du média télévisé plutôt que de dépendre de sa sollicitation. C'est cette tactique que met en avant Alastair Campbell, ex-conseiller de Tony Blair, lorsqu'il dit : « Notre presse, bien plus qu'en France est très dure, intrusive. Et si nous n'avions pas imposé notre agenda, c'est elle qui nous aurait imposé le sien. D'une certaine façon, l'hypervisibilité limite le risque, car vous nourrissez la machine médiatique. Cela permet d'ailleurs aux politiques de gouverner plus tranquillement<sup>89</sup>. »

Initialement adoués comme « vedettes » dans les émissions politiques, les élus ont dû partager la scène de parole dans des *talk shows* où les invités (*peoples*, anonymes) sont autorisés à prendre position sur des sujets d'actualité et à assumer un statut légitime d'interlocuteurs, voire de contradicteurs. Par ailleurs, dans la majorité des émissions de parole, l'ouverture à la parole profane est loin de confirmer la thèse d'une démocratisation de l'espace public médiatique, notamment parce que les individus ordinaires, contraints à discuter entre eux, sont enfermés dans un rôle de témoin ou de victime par des animateurs soucieux d'éviter tout débat contradictoire et délibération raisonnée. On admettra en fin de compte que la télévision française a contribué au bouleversement de la vie politique à partir des années 1960, devenant la première source d'information pour les électeurs. Elle a cependant dû faire face depuis les années 2000 à une érosion et à une fragmentation de son public dans un contexte économique de concurrence accrue (bouquets numériques, vidéo à la demande, chaînes thématiques, Net). S'ajoute à cela le fait que les principaux diffuseurs français restent en retrait d'une évolution observable sur les stations de radio et sur la toile (Internet), celle qui consiste à faire « remonter » une parole politique « du bas » et à se faire l'écho des sollicitations citoyennes. Certes, lors de la dernière élection présidentielle (2007), la programmation de forums participatifs<sup>90</sup> instaurant un dialogue entre les

89. *Le Monde*, dimanche 16 - lundi 17 septembre 2007, p. 14.

90. Pour Hervé Brusini, le directeur délégué à l'information de France 3, qui a programmé, à l'instar des autres chaînes, un débat-forum pendant la campagne présidentielle (« Français votez pour moi ! »), l'idée était d'« organiser une rencontre entre des citoyens français, avec le vécu qui est le leur et la force de sincérité qui est la leur » et des hommes politiques, pour obliger ces derniers à « faire des vraies réponses politiques ». (« Les citoyens au cœur de la campagne », *Le Monde*, 27 janvier 2007), interview de Sylvie Kerviel et Olivier Zilbertin.

candidats et leurs électeurs a permis à des panels de citoyens de se faire entendre par les élus politiques, mais, inscrites dans le contexte d'un opportunisme électoral, ces initiatives ont été vite abandonnées.

Finalement, la médiatisation de la politique a vécu sa période faste grâce à la télévision qui s'est imposée comme principale arène politique médiatique. La France a alors vécu ce qu'Éliséo Véron décrit comme le passage de «l'espace public de l'État» à «l'espace public du politique<sup>91</sup>» et si, à l'avenir, les chaînes françaises entendent devenir l'espace public des citoyens, elles devront accepter l'idée d'intégrer leurs téléspectateurs dans des formats où la délibération et la participation auront toute leur place.

---

91. Éliséo Véron, 1989, «Interfaces. Sur la démocratie audiovisuelle avancée», *Hermès*, n° 4, p. 113-126.