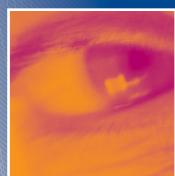


Conseil supérieur de l'audiovisuel

# RÉGULATION

**BULLETIN D'INFORMATION**  
DU CONSEIL SUPÉRIEUR  
DE L'AUDIOVISUEL

N°HORS SERIE



**Politique-spectacle  
et télévision :**  
en Communauté  
Française aussi ?

# Colophon



## Editeur responsable

- > **Evelyne Lentzen,**  
Présidente du CSA

## Comité de rédaction

- > **Jean-François Furnémont,**  
Directeur du CSA
- > **Muriel Hanot**
- > **Boris Libois**
- > **Paul-Eric Mosseray**

## Abonnements

- > Le magazine "Régulation" est distribué gratuitement. Toute demande d'abonnement peut être envoyée aux adresses indiquées ci-dessous. Un formulaire d'abonnement au magazine – ainsi qu'à la newsletter électronique "cs@ctualité" – est également disponible à l'adresse suivante : @ : [www.csa.belcontact/formulaire.asp](mailto:www.csa.belcontact/formulaire.asp)

## Plaintes

- > Toute plainte ou remarque concernant les programmes des éditeurs de services (radios, télévisions) relevant de la Communauté française ou la transmission de ceux-ci par les télédistributeurs peut être envoyée aux adresses indiquées ci-dessous. Un formulaire de plainte est également disponible à l'adresse suivante : @ : [www.csa.belcontact/formulaire\\_plainte.asp](mailto:www.csa.belcontact/formulaire_plainte.asp)

## Coordonnées

- > **Conseil supérieur de l'audiovisuel**  
Rue Jean Chapelié 35  
1050 Bruxelles
- > Tél.: 32 2 349 58 80  
Fax: 32 2 349 58 97
- > URL: [www.csa.be](http://www.csa.be)  
Courriel: [info@csa.be](mailto:info@csa.be)



**R**égulateur du paysage audiovisuel doté de missions très précises coulées dans un décret, le CSA bénéficie d'une position aussi privilégiée que difficile à assumer au sein de ce triangle constitué par les acteurs de la chaîne de valeur multimédia, le législateur (Gouvernement et Parlement) et le public.

Cette position privilégiée l'amène à être aussi observateur de ce paysage. A ce titre, tant au sein du Collège d'avis (son instance de « co-régulation ») que du Collège d'autorisation et de contrôle (son instance décisionnelle), le CSA a déjà rendu plusieurs avis attirant l'attention sur certains aspects de la programmation des éditeurs : avis sur la dignité humaine et la télévision de l'intimité, recommandation relative au traitement des conflits armés, recommandation relative aux manifestations d'expression de discrimination ou de haine, recommandations relatives à l'information et la publicité en période électorale, ...

Le CSA est en outre régulièrement questionné par la presse ou interpellé par le public au sujet du traitement de l'information. Il en fut ainsi lors du procès « Dutroux », en mars 2004. Considérant la crainte manifestée auprès du CSA par des téléspectateurs et des auditeurs d'un risque de traitement sensationnaliste de ce procès et de recherche d'audience, le CSA, dans le respect de la liberté éditoriale des éditeurs, a attiré l'attention de ceux-ci sur la nécessité de faire preuve de retenue dans la couverture de ce procès et singulièrement de le traiter avec pondération et dans un souci constant d'éviter tout sensationnalisme, eu égard au traumatisme que les faits qui allaient être jugés ont occasionné dans l'ensemble de la population belge. Chacun a pu apprécier, selon sa propre sensibilité, la manière dont cette recommandation a été mise en œuvre.

Ce fut également le cas lors de la couverture de la campagne pour les élections de juin 2004. J'ai, à titre personnel, regretté le traitement « émotionnel » de certains épisodes-clés de notre vie démocratique, et mis en avant le risque de voir toutes les informations traitées peu à peu dans une perspective de plus en plus spectaculaire. Quelle ne fut pas ma surprise d'avoir touché une corde particulièrement sensible, puisque les deux principaux éditeurs de notre Communauté française, la RTBF et TVI, m'ont fait part d'une indignation partagée. Il me fut alors demandé si de tels propos reposaient sur une base scientifique. De nombreuses études sur la « spectacularisation » de l'information télévisée, et plus particulièrement de l'information politique ou sur les politiques, ont été menées dans les pays voisins, mais pas en Belgique. Le CSA a donc décidé, en collaboration avec M. Jean-François Istasse, Président du Parlement et du bureau de celui-ci, de lancer un appel d'offres pour la réalisation d'une telle étude en Communauté française, en ce compris une mise en perspective par rapport aux situations flamande, française, britannique, italienne et grecque.

Le marché fut attribué à l'Observatoire du récit médiatique de l'UCL, dont l'étude est désormais disponible sur le site internet du Parlement ([www.pcf.be](http://www.pcf.be)) et du CSA ([www.csa.be](http://www.csa.be)). Afin de lui assurer la publicité la plus large, le présent numéro spécial de « Régulation » en publie aussi un résumé. L'ampleur du travail mené par l'équipe dirigée par le professeur Marc Lits a en outre convaincu le bureau du Parlement et le CSA de soumettre ses résultats à la critique et au débat publics. Ainsi, un colloque sera organisé au Parlement<sup>1</sup> ce jeudi 4 mai, au cours duquel journalistes, directeurs de l'information, directeurs des programmes et personnalités politiques auront l'occasion d'échanger leurs points de vue sur cette question liée, sous de multiples aspects, à la vitalité de notre régime démocratique.



**Evelyne LENTZEN**  
Présidente du CSA

<sup>1</sup> Vu le nombre de places limité, inscription obligatoire via [www.pcf.be](http://www.pcf.be) ou [relationspubliques@pcf.be](mailto:relationspubliques@pcf.be)

# Introduction

## Introduction

Depuis plusieurs années, le discours politique connaît des évolutions radicales, liées à la transformation de l'espace public, à l'évolution des rapports entre citoyens et mandataires publics et au rôle grandissant des médias, particulièrement audiovisuels, dans la communication politique. Il est donc opportun de s'interroger aujourd'hui sur les rapports nouveaux qui se construisent dans l'interaction entre politique et médias en Communauté française, au moment où les émissions strictement politiques semblent de moins en moins présentes à la télévision, et où les personnalités politiques apparaissent plus volontiers dans d'autres environnements, jugés plus attractifs pour le téléspectateur. Mais au moment d'écrire cela, il faut constater qu'une chaîne privée belge replace en début de soirée une grande émission politique, le vendredi soir, avec un succès d'audience incontestable.

En outre, la presse *people* a ouvert ses colonnes aux personnalités politiques, dans le nord du pays, mais aussi, dans une moindre mesure, du côté francophone. Un mariage, une maternité, des révélations sur une vie de couple heureuse ou connaissant des remous : tous ces sujets se retrouvent en pages intérieures ou en couverture de la *Libre Match*, de *TéléMoustique*, voire de certains quotidiens.

C'est dans ce contexte qu'il s'agit d'examiner la manière dont évolue le contenu (et le traitement formel) des émissions politiques, en mettant d'emblée quelques limites à l'analyse. Le premier problème réside dans la définition même de l'objet d'étude. Qu'entend-on par spectacularisation des émissions politiques ? Y a-t-il des critères objectivables qui permettent de définir cette notion ? Nous ne définirons pas *a priori* les notions de spectacularisation, de mise en scène, mais nous tenterons de décrire au plus près les transformations contemporaines du discours médiatique, en croisant ces analyses avec les paroles d'acteurs, tant politiques que journalistiques. Et c'est *a posteriori* que nous pourrions identifier les changements, en chercher les raisons, et proposer un état des lieux à partir duquel chacun pourra en tirer les interprétations qu'il souhaite.

L'autre limite de cette étude réside dans la double restriction qui est à sa base, par rapport à une vision politique globale de nos évolutions sociétales, et par rapport à l'ensemble du système médiatique. Il ne serait pas correct de considérer que les programmes télévisuels peuvent s'analyser de manière autonome et constituer en soi un objet révélateur des transformations sociales. Il s'agit de saisir en quoi la gestion des affaires publiques et la communication des choix politiques se transforment fondamentalement dans une société qui semble se défier de la politique, où les individualismes vont croissant, où la télévision modifie aussi la manière dont les politiques parlent à leurs électeurs ou à l'ensemble des citoyens. Il faut aussi, de manière parallèle, montrer que ces transformations ne sont pas si récentes, qu'elles s'inscrivent dans une histoire de l'écriture télévisuelle. Depuis plus de cinquante ans, télévision et politique entretiennent des rapports complexes qu'il est nécessaire de resituer. Par ailleurs, la mise en forme télévisuelle a elle aussi évolué, sous la pression des transformations sociales (le rapport au privé n'est plus le même qu'il y a vingt ans) et des évolutions technologiques (l'arrivée de la couleur, les possibilités du direct, la caméra légère transforment le traitement et la scénarisation des émissions).

L'ensemble des médias a aussi connu des transformations notables. La presse quotidienne d'opinion a quasiment disparu en Belgique, les magazines de télévision font les meilleures ventes, les sujets dits « *people* » sont de plus en plus fréquents, dans la presse de proximité comme dans les quotidiens dits « de référence ». C'est une évolution qu'il faut prendre en compte, d'autant plus que c'est probablement dans ces lieux-là que la spectacularisation du politique est la plus flagrante. C'est dans son quotidien ou son hebdomadaire que le grand public découvre les amours plus ou moins cachées des ministres et des parlementaires. Si l'on veut donc s'interroger sur la manière dont les médias personnalisent actuellement les sujets politiques, privilégient parfois l'anecdote au détriment de l'analyse, la vie privée plutôt que le contenu de choix de société posés par des partis différents, il faudrait prendre en compte les transformations de l'ensemble du système médiatique. Ce serait d'autant plus nécessaire que les médias fonctionnent de plus en plus dans une logique de boucle, l'un reprenant les informations de l'autre, dans une chaîne sans fin qui accroît l'effet de médiatisation. Mais la présente étude se bornera à la télévision de la Communauté française.

# Introduction

Les émissions prises en compte portent sur 2004 et 2005 et les émetteurs étudiés systématiquement sont les deux principales chaînes de la Communauté française, la RTBF (la Une et la Deux) et RTL-TVi. Les télévisions locales n'ont pas été systématiquement analysées, mais un corpus d'émissions diffusées lors de la campagne électorale a été constitué. Globalement, les émissions prises en compte sont : les journaux télévisés, les émissions de débat politique tenues en temps ordinaire, les émissions d'enquête et de reportage, les émissions de la campagne électorale organisées par les émetteurs, les émissions électorales octroyées aux partis politiques démocratiques, les soirées électorales d'analyse des résultats...

Une analyse détaillée des programmes retenus a été menée, prenant en compte le type d'émission, la durée des émissions, l'analyse du dispositif, l'analyse des contenus et l'analyse du discours utilisé. Avec les éditeurs de services, nous avons ensuite mené une enquête par entretiens. Avec les personnalités politiques, deux niveaux d'enquête différents ont été proposés : un questionnaire écrit (adressé à tous les parlementaires de la Communauté française) et une série d'entretiens face à face (auprès d'une série de femmes et d'hommes politiques participant régulièrement à des émissions télévisées).

Cette analyse approfondie a été confrontée avec des études relatives à l'évolution des programmes dans d'autres pays européens, en Flandre, en France, en Grande-Bretagne, en Italie et en Grèce. À partir de là, quelques tendances générales ont été dégagées, qui doivent permettre d'aboutir à des conclusions et à des propositions pour l'avenir.



# Politique et télévision

## Politique et télévision

**La télévision d'aujourd'hui n'est que le fruit des évolutions vécues depuis des décennies par ce média. Et les rapports qu'il entretient avec la chose politique sont quasiment aussi anciens que la télévision elle-même.**

Dès qu'ils ont eu conscience de l'importance des médias audiovisuels comme moyens de communication de masse, les personnages politiques n'ont eu qu'un souci : chercher à s'en emparer pour les instrumentaliser. Les mettre à leur service afin qu'ils assument le rôle de courroie de transmission entre leur monde, celui du politique, de la chose publique et de l'État, et la population. De leur côté, les médias électroniques ont tenté, dès qu'ils ont eu conscience de ce problème, d'affirmer leur indépendance vis-à-vis du politique. Et de là est née la première d'une longue série de tensions.

Dans nos contrées, jusqu'aux années 1960, le politique estimait que les médias audiovisuels étaient en son pouvoir, et qu'il était de son droit d'en user comme bon lui semblait. Radio et télévision étaient considérées comme des « moyens » de communication, au sens propre du mot « moyen ». C'est-à-dire qu'il appartenait au politique d'y mettre un contenu, tandis qu'il relevait des « techniciens » des médias d'en assurer la transmission. Ce n'est qu'après le vote de la loi Harmel, en 1960, que radio et télévision ne dépendirent plus en Belgique du ministre des PTT, mais furent rattachés à celui de la Culture... dont le poste venait seulement d'être créé. La tendance se renversera quand l'audiovisuel réussira à s'emparer d'une petite part d'autonomie vis-à-vis du politique et arrivera à marquer sa légitimité en cherchant à se libérer de son joug.

On célèbre en 2006 les cinquante ans du premier journal télévisé « national » diffusé en Belgique francophone. Mais il faudra davantage de temps pour que la télévision publique gagne ses lettres de noblesse face au politique. Avant les années 1960, les professionnels des médias audiovisuels évitaient de traiter le politique. Déférence et distance étaient alors les maîtres mots du rapport entre les journalistes et la classe politique. *« Il n'y avait que des déclarations. Pas d'interviews »*, explique un ancien journaliste de l'INR. Le politique guidait la manœuvre et disait, quand il en avait envie, ce qu'il avait envie de livrer comme message.

L'appréhension de la gent journalistique vis-à-vis du monde politique aura la vie dure. Lorsque le journal télévisé de la RTB prendra réellement forme, au début des années soixante, ses principaux acteurs se diront passionnés par l'actualité, mais certainement pas par la couverture de l'actualité politique nationale. Le domaine paraît tellement réservé que personne ne souhaite s'y frotter. On ne traitera donc cette actualité que par obligation, en ayant recours au laconisme de circonstance des dépêches de l'agence Belga et aux communiqués officiels, tout aussi froids et distants. Et aucune interview d'homme politique n'est sérieusement envisagée de pouvoir être réalisée « au débotté ».

En Belgique francophone, les choses ne changeront que sous la pression d'un certain Frédéric François, qui se prendra au jeu du suivi de l'actualité politique et endossera vis-à-vis de la classe dirigeante l'attitude d'un « vrai » journaliste. Refusant d'aborder les personnages politiques en porte-micro, il se mettra à interpellier les hommes politiques à l'aide de questions directes, s'évertuant à les interroger comme le feraient les téléspectateurs. C'est lors de l'apparition de ce type de journalistes que la classe politique s'est rendu compte qu'elle n'était plus maître du jeu de la communication médiatique, et que celui-ci était désormais orchestré par le média lui-même. Si le monde politique souhaitait toujours que le média se préoccupe de lui et répercute son image dans l'opinion, il y avait désormais lieu de se plier à ses conventions, à ses lois et à ses exigences.

Au tournant des années 1970, les hommes politiques se métamorphosèrent devant la télévision, et apprirent à utiliser le média à leur avantage. Précurseur, le premier d'entre eux à suivre une formation à la communication télévisée sera Paul Vanden Boeynants. Il apprendra, notamment, à tenir compte de la caméra et à utiliser, mais pas toujours à bon escient, le fameux axe Y-Y qui permet à celui qui parle de s'adresser au téléspectateur « les yeux dans les yeux ». Sur cette lancée, les personnages politiques veilleront par la suite à leur présentation, mais aussi à l'adaptation de leur langage. À la télévision, ils comprendront petit à petit qu'ils ne s'adressent en effet plus à des médiateurs-journalistes chargés de vulgariser leurs propos pour leurs lecteurs. Mais qu'ils parlent directement à l'opinion.

# Politique et télévision

## Les émissions à contenu politique

On vient de le dire : il fallut, avec le temps, s'adapter au média. La politique, pourtant, avait été présente à la télévision avant que la classe politique ne se soucie de mieux se conformer aux exigences du support. Dès les années soixante, les politiques avaient fait leurs premiers pas dans les studios. La télévision étant interdite d'entrée au Parlement, les hommes politiques avaient été invités sur les plateaux pour y reproduire, à l'échelon de la télévision, la substance du débat qui se déroulait dans les arènes politiques traditionnelles.

Dans un premier temps, et la chose dura de longues années, le débat politique fut inséré à l'intérieur du cadre du journal télévisé. Mais on conçut aussi, assez rapidement, des émissions politiques indépendamment du rendez-vous quotidien d'informations. La véritable première émission politique de l'histoire de la RTB, *Table ouverte*, eut lieu le 25 janvier 1961. Elle inaugura la première d'une longue série de débats dont la formule historique la plus marquante de l'histoire de la télévision belge fut *Faire le point*, qui démarra en juin 1965. Couplées avec *Face à la presse*, ces deux émissions politiques se fixèrent dans la case de programmation du dimanche midi et devinrent des rendez-vous tellement traditionnels que les programmes actuels qui en sont les héritiers, tant sur le service public que sur la chaîne privée, se déroulent toujours quarante ans plus tard dans la même grille de programmes du dimanche midi...

Ces programmes ne constituent pas les seules traces historiques du politique à la télévision belge. Sous l'intitulé *Face à l'opinion*, ils existaient à la RTB depuis février 1962. À son heure de gloire en 1966, ce programme était diffusé après le feuilleton *Le Saint*, dont la fonction d'appel lui assurait une audience appréciable. C'est aussi via des *Face à l'opinion* spéciaux que la RTB s'engagea, dès 1965, dans la diffusion de débats pré-électorales où les candidats étaient invités à répondre aux questions des téléspectateurs.

Quant aux soirées électorales, on en repère l'existence pour les élections du 26 mars 1961 déjà. La première « grande » opération liée à un scrutin aura lieu quatre ans plus tard. Et, dès 1968, la RTB elle-même considère que l'on peut parler lors d'élections d'une soirée « *grand show électoral* », à l'image de ce que l'on recensait sur les autres télévisions occidentales.

## La forme du politique

« Grand show électoral ». Nous sommes en 1968 et le mot, déjà, est prononcé. Or, il remonte à près de quarante ans... Et son usage n'est pas innocent. Il atteste du fait que tout traitement télévisuel d'une problématique amène, d'une manière ou d'une autre, à tenir compte des exigences de la mise en images, c'est-à-dire de la mise en spectacle. Et il est incontestable que cette tendance s'est affirmée au fur et à mesure que s'est imposé un langage télévisuel propre, conçu et réalisé par des professionnels de l'image et du son dont la première préoccupation n'était plus, comme à l'époque des pionniers, de parvenir à transmettre un signal électronique mais bien d'en construire le contenu en tenant compte de la spécificité du sport.

On a coutume de dire que la télévision est, au fil du temps, passée de l'état de « fenêtre ouverte sur le monde » à celui d'une « fenêtre ouverte... sur elle-même », ou à celui d'un « miroir ». Au lieu d'aller à la rencontre du monde, elle aurait fini par se l'approprier et le reconstituer en ses studios. Le politique n'a pas échappé à cette tendance générale. Naturellement, la télévision a entrepris de spectaculariser le politique parce que, au fil du temps, les hommes de télévision ont compris que ce média de l'image exigeait le recours à des procédés de visualisation qui imposaient une reconstruction particulière du réel.

Observer la configuration des plateaux de télévision au fil du temps constitue un bon indice de l'évolution de cette prise de conscience. Au dispositif « en rang d'oignon » des intervenants, au début des années 1960, s'est substitué un cadre d'échanges plus circulaire, proche du contexte d'une conversation de salon (ou de salle à manger). Et les transformations plus récentes ont tendu à modifier cette disposition pour la faire tendre vers celle de l'agora ou de l'hémicycle. Chacune de ces transformations a veillé à afficher le caractère interpersonnel, dialogué, des échanges, en abandonnant une mise en images « à plat ».

# Politique et télévision

Cette mise en à-plat, construite seulement à l'aide de face-caméras, tendait à confondre le statut du présentateur et celui de l'intervenant. Selon la grammaire de l'audiovisuel, l'axe Y-Y (« les yeux dans les yeux ») est d'abord l'apanage du présentateur, ou celui de l'énonciateur se trouvant en situation de communication directe avec le public des téléspectateurs. En tant que « personnages » participant à un programme dont ils sont les invités, les hommes (et les femmes) politiques n'ont normalement pas à recourir à ce mode d'adresse.

Mais il a fallu un certain temps avant que cette notion soit perçue par la classe politique. Celle-ci n'avait, en effet, jamais saisi son rôle comme celui d'un simple intervenant participant à une mise en scène médiatique. À la tribune de la Chambre, dans un meeting électoral, les hommes politiques prenaient bien part à un certain cérémonial, mais ils s'adressaient directement à l'auditoire, en le regardant les yeux dans les yeux. La télévision exigeait, elle, le recours à une médiation supplémentaire. Du moins dans le cadre des programmes conçus par les professionnels du média.

Le monde politique eut donc (et a sans doute encore) la nostalgie de cette configuration d'adresse directe où, en cas de contexte extra-médiatique, l'on sait à qui l'on parle parce qu'on le voit. Et où, dans le cadre d'une communication médiatique, on investit symboliquement l'objectif de la caméra comme étant la représentation symbolique de toutes les paires d'yeux de téléspectateurs présents derrière l'écran.

Longtemps, la télévision a d'ailleurs concédé aux « orateurs » (politiques ou autres) des lieux où ils pouvaient utiliser ce mode d'adresse : dans le cas des « tribunes libres » ou de ce que l'on appelle en Belgique les « émissions concédées ». Dans ce cadre énonciatif, l'homme politique semble se sentir plus à l'aise. Il opère seul, sur un terrain connu. Et la finalité du message reste inchangée : il s'agit de convaincre. Parler de convictions, d'idées. Argumenter pour défendre un point de vue. Des choses connues donc, qu'il suffit d'adapter formellement. Car, avec le temps, le politique comprendra que, devant une caméra, il doit modérer sa gestuelle, adoucir le ton de sa voix et éviter les effets de manche trop voyants.

Il faudra cependant se résoudre à comprendre que, même en adaptant légèrement la forme, l'expression politique éprouve des difficultés à passer la rampe télévisuelle. Pour s'en convaincre, il suffit de comparer les contenus récents des émissions concédées et des « tribunes électorales » avec ce qu'ils étaient jadis.

Que ce soit en radio ou en télévision, et même si la RTBF les présente toujours sous l'intitulé de « Tribunes concédées », les émissions concédées ne sont plus formellement conçues comme des tribunes précédées par la voix off d'un speaker annonçant de manière officielle et quelque peu pompeuse l'identité de l'intervenant. Dans la configuration la plus simple, un dialogue (au moins apparent) a remplacé le monologue rhétorique jadis de mise. Il s'agit bien toujours de transmettre un message. Certains pensent toujours que celui-ci peut parvenir à convaincre. Mais l'habillage de la transmission s'est modifié pour se conformer au modèle dominant du média. Et, dans les cas les plus « médiatiquement construits », on ne recourt plus à de pseudo-interviews mais à la réalisation de véritables clips vidéo qui utilisent toute la palette des moyens et des modes d'écriture audiovisuels.

## La prise de parole à la télévision

La manière d'assurer une prise de parole a donc évolué avec le temps, remisant à jamais hors des studios l'art du discours et les soliloques. La télévision dispose désormais elle-même des rênes de son destin. Elle règne sur son environnement et détermine elle-même les règles de son fonctionnement. À la télévision, le dispositif énonciatif impose ainsi que toute parole soit nécessairement dialoguée. Et s'il reste çà et là une parole solitaire, elle est l'apanage des présentateurs, ceux-ci pouvant se permettre de déroger à la règle parce leur statut leur garantit de se trouver en permanence en situation de conversation symbolique avec l'auditoire. Or, ce statut n'est pas conféré aux « hôtes » de la télévision, c'est-à-dire à ceux qu'elle invite ou tolère dans ses émissions. Seules les situations de « confiance » permettent parfois à un intervenant télévisuel de s'exprimer seul en Y-Y face à une caméra.

L'organisation du dialogue prend dès lors des formes multiples. Mais, à l'heure actuelle, elles reposent quasiment toutes, d'une manière ou l'autre, sur une mécanique d'interview. Cette domination de la parole recueillie par le truchement du questionnement a aussi sonné le glas d'une grande partie de ce



qui relevait de la sphère du débat télévisé. Le débat repose normalement sur un échange d'opinions entre divers intervenants, échange dans lequel l'animateur ne remplit qu'un rôle de modérateur, sans prendre part au contenu de la discussion. Transposition du débat classique ayant lieu dans une arène politique ou dans un espace social défini, le débat télévisé a eu ses heures de gloire avant que la télévision ne s'approprie totalement les règles de sa grammaire et ne cherche à se rapprocher de son téléspectateur. Les premières émissions de la RTB que nous avons énumérées ci-dessus relevaient du débat politique.

Mais on perçoit que cette formule ne s'est rapidement pas avérée la seule possible, ni la meilleure télégeniquement parlant. Et qu'il était parfois plus avantageux de se rapprocher d'un « personnage » politique plutôt que d'en mettre plusieurs en opposition. Le débat était un élément marquant de l'univers de la « paléo-télévision ». Au fur et à mesure que s'est imposée une « néo-télévision », de manière générale, le débat s'est vu remplacé par le *talk-show*, qui repose davantage sur une juxtaposition de prises de parole mises en scène par un animateur que sur l'organisation rationnelle d'un échange argumentaire.

Les différences marquantes entre le monde du débat et celui du *talk-show* se situent au niveau des contenus échangés, de la nature des échanges et du rôle que remplit face à cela l'animateur du programme. De manière simplifiée, on peut affirmer qu'un débat se définissait par la thématique qui y était abordée, alors qu'une émission de *talk-show* se repère d'abord en fonction de l'identité et de la personnalité de son animateur. Cet élément illustre, sur un point précis, une des tendances essentielles de l'évolution du modèle télévisuel : un glissement des thèmes vers ceux qui les portent, à savoir les personnages. Et un glissement parallèle des contenus abstraits des thèmes vers leur matérialisation dans les expériences vécues par les personnages.

Le *talk-show* met en présence des individualités porteuses de cas concrets et de témoignages. Ceux qui y participent s'y rendent moins (sinon nullement) pour échanger des idées, des convictions ou des concepts, mais que les matérialiser, au moins en partie par le truchement de leur vécu. Ce qui explique aussi pourquoi, dans un certain nombre de cas, les émissions de *talk-show* mélangent les éléments de plateau avec des séquences de reportage, où les personnages présents en studio (c'est-à-dire en état d'extra-ordinarité) sont montrés en situation de quotidienneté.

Ces passages du rationnel énoncé au témoignage et de l'abstraction de l'idée à l'exemplification vécue constituent un des tournants majeurs de l'écriture télévisuelle, la télévision comprenant alors que, à l'instar de tous les arts de l'image, elle s'inscrit bien plus naturellement dans l'ordre du narratif que dans celui du discursif. On notera toutefois que cette intuition d'une « obligation de mise en récit » ne date pas d'hier. Si elle traverse incontestablement toute la télévision actuelle, ses prémices sont anciennes. En 1977, *Duel* propose une confrontation entre deux hommes qui incarnent deux politiques et deux univers antagonistes (Martens v/s Cools) et est bâtie sur le mode d'un affrontement d'homme à homme, à l'image d'un duel.

La personnification du traitement de la chose politique par la télévision peut dès lors être considérée comme un élément inhérent de l'être même du média télévisé. Elle appartient au schéma canonique de l'écriture télévisuelle. Et cet élément, lui non plus, n'est pas un fruit récent d'une évolution incontrôlée du média. Lorsque, en 1965, la RTB lance son programme *Face à l'opinion*, elle veille bien à inviter un homme politique afin qu'il réponde (ou dialogue) avec les questions des téléspectateurs. Il ne s'agit ni d'organiser une confrontation, ni de susciter un débat d'idées, mais d'entendre la parole d'un homme. Parmi les différentes configurations qui sont proposées au fil du temps, on peut considérer que ce mode individuel d'exposition de l'homme ou de la femme politique représente, *mutatis mutandis*, la situation télévisuelle actuelle dans laquelle il (ou elle) se sent le plus à l'aise. Ces situations permettent en effet au personnage politique de s'exposer comme il l'entend et de développer ses propos et ses idées. Il ne peut en faire autant dans des émissions de plateau de type *talk-show* ou dans des programmes où il n'est sollicité que de manière plus ponctuelle.

### Vie publique, vie privée, médias

Dès les années 1960, à la télévision, la vedettisation de la personnalité politique était déjà de mise. Elle ne fera naturellement que s'accroître. L'homme politique deviendra ainsi naturellement un « personnage » parmi d'autres au sein du monde médiatique. Le politique se voit ainsi incarné dans

# Politique et télévision

des individualités. Mais il est aussi devenu de plus en plus difficile aux individus concernés de gérer l'adéquation entre la représentation d'eux-mêmes générée par le média et le discours politique qu'ils entendent faire passer. Le point le plus profond du divorce entre télévision et classe politique se trouve sans doute de ce côté. Afin de rentrer dans les conditions d'accès au média télévisé, de nombreux hommes politiques se sont préoccupés de se bâtir un personnage et de conférer à cette identité médiatique suffisamment d'attraits différents pour remplir le plus souvent possible les conditions permettant de franchir le sas donnant accès à un traitement télévisuel. Mais une fois ce personnage bâti, les médias (et notamment la télévision) s'en sont emparés et l'ont gardé dans leurs filets.

Le personnel politique est dès lors devenu un personnage médiatique comme les autres, c'est-à-dire soumis aux règles du traitement réservé à tous les « personnages » réels que les médias révèlent à l'agenda de la société. La tendance a même été plus rapide et plus marquée en France qu'en Belgique. Une des premières manifestations de cette tendance sera, en 1985, l'apparition de l'émission *Questions à domicile* (TF1), où l'on cherchait à aller à la rencontre d'un homme politique dans son environnement et son cadre de vie quotidiens afin de mieux en percevoir la personnalité.

On peut toutefois à nouveau s'interroger sur le caractère supposé spécifique à la sphère politique de cet intérêt du média télévisé pour le côté « caché » de la vie des individus. Et, à nouveau, on risquera de conclure que ce mode d'approche de la chose politique se contente de s'inscrire dans le cadre de l'évolution générale du média, voire de l'ensemble de la société, où les frontières médiatiques séparant ce qui appartient au « privé » et relève du « public » ne cessent de se rétrécir. Ce que l'on nomme aujourd'hui « télé-réalité », mais qui ne constitue en fait qu'une étape dans un processus évolutif du modèle télévisuel, confirme à suffisance la perméabilité de plus en plus grande de ces frontières. À partir du moment où le personnage politique est considéré de la même manière que les autres personnages médiatiques, n'est-il pas normal qu'il soit soumis à un traitement similaire par la télévision ? Et ce d'autant plus aisément que, si le commun des mortels peut exprimer quelque réticence face à son exposition médiatique, il n'en est assurément pas de même de l'homme ou de la femme politique, qui est en général demandeur de présence télévisuelle pour les raisons déjà évoquées précédemment.

Personnages médiatiques, les politiques bénéficiant d'une certaine notoriété sont, par la même occasion, devenus parties prenantes du processus de « peopleïsation » de la société dans laquelle ils évoluent. À nouveau, il ne s'agit pas là d'un processus purement télévisuel, mais plutôt du développement d'une mécanique médiatique générale reposant à la fois sur la place que les médias accordent aux acteurs de l'actualité, sur l'intérêt que le monde contemporain porte à la mise en récit de la vie de ses semblables et sur l'estompement progressif des barrières entre vie publique et existence privée.

Longtemps réservé aux personnages médiatiquement connus parce qu'appartenant aux mondes de la culture ou du show-business, le processus de « peopleïsation » des personnages médiatiques s'est étendu progressivement à d'autres sphères de la société. Le personnel politique a donc, naturellement, fait l'objet du même traitement, et ce avec d'autant plus de facilité que, dans la plupart des cas, il ne s'est pas opposé à ce processus et l'a même parfois encouragé. On ne peut ainsi contester que les grands noms du personnel politique français appartiennent à l'univers des « people » d'Outre-Quévrain et que l'image de leur vie privée se mélange volontiers à celle de leur existence publique. Les rapports privilégiés que certains membres de la classe politique française entretiennent avec des acteurs de la scène médiatique télévisée, journalistique notamment, encouragent incontestablement ce phénomène.

En est-il de même en Belgique ? On ne peut parler dans notre pays d'une proximité aussi avouée entre le monde des médias et l'univers du politique. Mais il est incontestable que, depuis une dizaine d'années, le personnel politique en vue a, ici aussi, été englobé dans l'univers des « people » dont se soucient les médias. Force est à nouveau de souligner qu'il ne s'agit pas à proprement parler d'un phénomène télévisuel, du moins dans le sud du pays. On sait en effet que, dans le Nord, ce sont les chaînes de la télévision privées qui ont été à l'origine de la création des « B.V. », les « bekende Vlamingen ». Et que, assez naturellement, une partie de la classe politique y a été associée même si, à l'origine, la grande majorité des B.V. flamands n'en étaient pas issus.

Nous aurions tendance à estimer que, dans le Sud, l'incorporation de la classe politique dans la catégorie des « people » n'est pas l'apanage de la télévision et qu'elle s'est médiatiquement réalisée à défaut pour les médias de pouvoir recourir à d'autres personnages en vue. Historiquement, la partie

# Politique et télévision

francophone de la Belgique a toujours été en mal de vedettes populaires. Le panorama du monde *people* belge francophone comprendra la famille royale, quelques sportifs, très peu de vedettes de la chanson et du cinéma, un peu de personnages religieux et... des personnalités du monde politique ayant accepté de se départir d'une distance entre privé et public davantage de mise en Belgique qu'en France.

La télévision d'aujourd'hui n'est plus celle des débuts. Mais le média qui a commencé à s'installer dans le quotidien des Belges il y a cinquante ans possédait déjà, en germes, ce que l'on y trouve aujourd'hui. En ce qui concerne le traitement de la chose politique comme dans bien d'autres domaines. Afin de regarder clairement la situation actuelle, il nous semble que ce regard rétrospectif sur les évolutions du média télévisé, mais aussi sur l'ensemble des médias et la société belge, pouvait apporter une lecture plus relative et plus nuancée.



## Analyse de la situation belge

## Analyse des programmes télévisuels de la Communauté française

Nous avons étudié des émissions politiques et d'information, celles où les hommes politiques sont les plus présents en veillant à sélectionner des émissions de deux types. Tout d'abord, nous analyserons les programmes habituels des chaînes, ceux qui se retrouvent à la fois en période électorale et hors période électorale. Cela nous permettra de vérifier si les hommes politiques y sont traités différemment selon les périodes. Ensuite, nous observerons les émissions spécialement conçues pour les élections et des programmes où les hommes politiques sont invités de manière ponctuelle. Il nous semble en effet que des indices de spectacularisation peuvent apparaître à la fois dans la façon de montrer les politiques (par exemple, quand des émissions électorales mélangent les genres) ou dans le fait que les politiciens apparaissent dans des programmes où ils n'étaient pas conviés auparavant et où la personnalité pourrait primer sur le contenu de leur discours.

### LES RÉSULTATS DE L'ANALYSE

On remarque tout d'abord que les émissions où les personnalités politiques interviennent se ressemblent beaucoup d'une chaîne à l'autre. On y trouve des journaux télévisés, des débats, des interviews (incluses ou non dans le débat). Au-delà du genre d'émissions, nous remarquons qu'elles se ressemblent également quand on examine leur construction. Les journaux télévisés offrent plus ou moins les mêmes séquences traitées de manière similaire. *Mise au point* et *Controverse* traitent des mêmes sujets avec des invités identiques, selon une même dynamique (opposition des invités entre eux, utilisation des e-mails de téléspectateurs). Il est intéressant de remarquer que les émissions très semblables sont également programmées à des plages horaires identiques (les journaux télévisés et les débats dominicaux).

Nous n'avons pas décelé de différences significatives entre les numéros diffusés lors de la campagne électorale et ceux programmés le reste du temps, qu'il s'agisse des journaux, des débats ou des interviews. Les personnalités politiques interviennent dans ces émissions selon leurs compétences et les dossiers qu'elles ont en charge. Louis Michel négocie avec son homologue iranien le rapatriement de Sarah et Yasmine, deux fillettes kidnappées par leur papa (journaux télévisés des deux chaînes) ; Rudy Demotte est confronté à des représentants du monde médical lors d'un débat sur la sécurité sociale (*Mise au point*) ; les chefs de groupe au Parlement wallon débattent avec des membres du Parti socialiste de l'affaire Arena (*Controverse*) ; Didier Reynders est invité alors qu'il est élu président du MR (*L'invité*). Les thèmes des émissions sont tributaires de l'actualité. Les contenus restent majoritairement politiques et la mise en forme est traditionnelle.

### Sentiments et vie privée

Dans les journaux, certaines séquences dévoilent une face plus personnelle des politiciens, mais ce type de sujets reste malgré tout exceptionnel dans les journaux télévisés des deux chaînes. Dans *Mise au point* et *Controverse*, les présentateurs relaient de temps en temps les questions et réflexions transmises par e-mails par les téléspectateurs. Les télévisions gardent cependant un contrôle sur les e-mails puisqu'ils sont sélectionnés avant de passer sur antenne. Dans l'émission *Controverse*, Pascal Vrebos invite régulièrement des quidams sur son plateau.

*L'invité* de Pascal Vrebos marque d'abord par son côté ludique. Le présentateur ponctue son émission de questions typées : le « Podium », le « Oui ou non », les « Cotes sur 10 », la « Question que l'on n'ose pas poser, mais que l'on pose quand même », le « Pour et le contre », etc. L'aspect ludique ne semble pourtant se limiter qu'à la forme de la question, le contenu reste politique. Les invités ne s'y trompent d'ailleurs pas puisqu'ils répondent par des arguments politiques. Cette manière de faire a l'avantage de susciter des réponses plus rapides et plus dynamiques de la part des politiciens.

Les questions personnelles sont plus systématiques dans *L'invité* de Pascal Vrebos. Ces questions donnent généralement lieu à une réponse brève parce qu'elles sont incluses dans des questions typées. Les exemples que nous avons décelés dans les émissions analysées restent relativement anodins, mais les politiciens interrogés ont parfois donné des exemples de questions beaucoup plus intrusives. D'un

# Analyse de la situation belge

côté, le rôle de ces questions peut être relativisé étant donné qu'elles ne débouchent pas sur grand chose, en tout cas pas sur un déballage de la vie privée ; d'un autre côté, on peut se demander quel est le but poursuivi d'autant, justement, que ces questions semblent totalement gratuites, ne sont pas approfondies ou contextualisées. Elles ne constituent évidemment pas l'essentiel de l'interview.

### Modernité

La spectacularisation peut à la fois passer par le contenu et la forme, tel était notre postulat de départ. Nous avons donc également examiné la facture de ces émissions habituelles. Si *Controverse* et les séquences des journaux restent de facture classique, *L'invité*, *Mise au point* et *Actuel* bénéficient d'un traitement visuel plus moderne. La chaîne privée utilise énormément l'infographie. Ce procédé intervient notamment dans la question « Podium », pour les « Cotes sur 10 » ou au moment de signer la « Promesse » par exemple. Les deux chaînes l'utilisent pour afficher à l'écran les e-mails des téléspectateurs. *L'invité* joue également sur les avant-plans, sur le montage (on saute parfois rapidement sur plusieurs images filmant le même sujet selon des angles et des échelles différentes, le montage est dynamique), parfois sur l'éclairage (les invités répondant à la question qui fait mal plongés dans une lumière rose).

Les avant-plans et l'infographie dynamisent également le traitement visuel de *Mise au point*. L'émission utilise aussi le procédé du *split screen* pour mettre à l'image deux interlocuteurs. Durant le moment de « L'interview », l'écran est même divisé en trois parties. Deux d'entre elles mettent à l'image les interlocuteurs, la troisième dévoile le plateau. Enfin, *Actuel* brise aussi les règles habituelles qui veulent que le journaliste n'apparaisse pas (ou peu) à l'image durant un reportage. Jean-Claude Defossé se met en scène. Il lance les documents d'archives, les interrompt pour donner des informations à un personnage qui symbolise les téléspectateurs, fait des liens entre plusieurs documents.

Le soin qui est apporté à la mise en forme de ces émissions vise évidemment à capter l'attention du téléspectateur, à dynamiser des genres télévisuels traditionnels. On peut donc bien parler de modernisation des émissions politiques, mais il nous semble excessif de parler de spectacularisation.

### LA CAMPAGNE ÉLECTORALE

Pour cette période également, on retrouve de grandes similitudes entre les offres des chaînes. Certains types d'émissions se retrouvent sur toutes les chaînes. Il s'agit de la soirée électorale (moment stratégique où les moyens déployés sont énormes) et des débats. La RTBF en diffuse un chaque soir de la semaine qui précède les élections sous le titre *Débat électoral*. RTL-TVi n'en programme qu'un qui rassemble les présidents de parti et qui sera diffusé le 11 juin au soir. Le débat est surtout le genre favori des télévisions locales. Pas moins de neuf télévisions locales en diffusent.

À côté de ces émissions transversales, on trouve aussi des émissions qui restent traditionnelles et relativement fréquentes d'une chaîne à l'autre. Les télévisions locales diffusent des reportages indépendants ou insérés dans le journal télévisé ; elles favorisent également des moments d'entretien avec un candidat. Sur la RTBF, Olivier Maroy oppose deux candidats de partis différents dans *Face à face*. Pascal Vrebos et Kathryn Brahy ont consacré une émission pour chaque parti durant laquelle trois candidats répondaient à des questions semblables à celles que l'on retrouve dans *L'invité (Face aux électeurs)*. Enfin, les deux chaînes nationales favorisent également la créativité et l'originalité en plus des émissions classiques. RTL-TVi et la RTBF ont chacune créé un programme s'éloignant radicalement des genres traditionnels : *Destination élections* pour la RTBF, *Pour qui voter ?* pour RTL-TVi.

### Mélange des genres

Plusieurs programmes électoraux ont présenté des émissions à la frontière entre plusieurs genres. Le ludique notamment a eu beaucoup de succès durant la campagne 2004. Il s'est mêlé au débat électoral la plupart du temps dans *Face à face* sur la RTBF et dans *Face à l'électeur* sur RTL-TVi. Mais c'est probablement *Pour qui voter ?* qui a poussé le plus loin la logique. On retrouve également un mélange de genres dans l'émission *Destination élections*.

*Pour qui voter ?* est un jeu axé sur les propositions originales des partis. L'émission est présentée comme telle par le présentateur qui débute par le rappel des règles et la présentation de l'arbitre,

# Analyse de la situation belge

Benoît Rihoux. Les politiciens invités doivent retrouver la proposition de leur parti dans les quatre présentées. Les réponses des candidats sont enregistrées et leurs scores sont dévoilés en fin d'émission. Les téléspectateurs sont également invités à répondre aux questions afin de déterminer leur profil politique. L'habillage musical du programme fait également référence à l'univers des jeux télévisés puisqu'il ressemble très fort à ce qu'on peut écouter dans *Qui veut gagner des millions* ?

Mais la dimension ludique s'arrête là pour laisser apparaître la dimension politique. En effet, toutes les questions sont axées sur les programmes des partis. Les discussions qui émergent du jeu sont politiques. L'objectif de l'émission est de vérifier si les candidats connaissent leur programme, mais surtout de permettre au téléspectateur de vérifier quelle tendance est plus proche de ses convictions personnelles. En définitive, cette émission ressemble surtout à un débat amélioré. Une dimension d'autant mieux mise en valeur parce que les moments de jeu ne fonctionnent pas très bien. En effet, les règles du jeu, peut-être un peu trop complexes, n'ont cessé d'être la cause de discussions, de réclamations et de contretemps.

Les dimensions ludiques de *Face à face* sur la RTBF et *Face à l'électeur* sur RTL-TVi se ressemblent beaucoup et sont largement tributaires de l'émission *L'invité*. *Face à l'électeur* est présentée par Pascal Vrebos et Katryn Brahy. Trois membres d'un même parti leur font face. Durant une demi-heure, ils se plient à des questions typées très proches de celles qu'on peut entendre dans *L'invité* (« J'accuse », le « Dilemme », etc.), parfois identiques (le « Podium », la « Phrase à achever »). Comme pour *L'invité*, les questions supposent des réponses politiques. Les questions personnelles du programme dominical ont complètement disparu. Comme pour *L'invité*, le procédé a l'avantage de dynamiser fortement l'émission. Les invités sont réactifs et semblent détendus, peut-être aussi parce qu'ils ne sont pas confrontés à des membres d'autres partis.

Le *Face à face* de la RTBF débute par un bref « Quiz » dont les questions portent sur des connaissances générales orientées sur la Belgique (sport, culture, gastronomie, etc.). Les réponses ne sont donc pas politiques et ne sont pas exploitées ensuite. Elles ne semblent avoir qu'un seul objectif, celui de départager les candidats sur le plan de la culture générale. Le reste de l'émission est également ponctué par des questions typées : la « Minute pour convaincre », la « Question qui fâche ». Elles sont moins nombreuses, mais très proches de celles de *L'invité* sur RTL-TVi. D'autant que ces questions-ci mobilisent, contrairement au « Quiz », des contenus politiques.

*Destination élections* est une émission beaucoup plus difficile à classer. Le politique se marie ici avec le reportage et le débat. Un homme politique (aucune femme ne s'est retrouvée à l'antenne) doit se rendre dans un lieu choisi par la rédaction et y rencontrer des gens, y remplir une mission. La première partie ne relève pas simplement du reportage. On est ici aussi dans un genre à la frontière du ludique puisque l'invité ne sait pas où il se rend, doit le deviner, puis doit relever le défi qui lui est imposé. On est proche du dispositif mis en place pour une émission comme *Vis ma vie*. Un aspect ludique qui est renforcé par l'humour présent sous la forme de sous-titres qui soulignent certains moments, par la bande son remplie de références à des génériques connus (*Dallas*, *Un amour de coccinelle*) et par des références à la fiction (la bande magnétique de *Mission impossible*, les *split screens* et l'iconographie de *24h chrono*). Ce qui sous-tend malgré tout le reportage est un intérêt politique puisque le candidat est envoyé sur un terrain relié à l'un des dossiers dont il a la charge. On ne lui demande pas de se plier à des épreuves gratuites, mais bien de rencontrer les citoyens et de vivre une journée avec eux. Et c'est bien en tant qu'homme politique en campagne qu'il est reçu par les personnes présentes. La deuxième partie est plus traditionnelle. Johanne Montay reçoit alors l'invité pour l'interroger sur la journée qu'il vient de vivre et sur ses propositions électorales.

## Sentiments et vie privée

On ne trouve que très rarement des allusions à la vie privée ou aux sentiments des politiciens dans les émissions électorales. Si ce sont aussi des personnes, en plus d'être des représentants, qui sont envoyés sur le terrain dans *Destination élections*, leurs agissements restent très professionnels. Leurs propos durant le reportage et le débat qui suit ne dévoilent pratiquement pas d'éléments personnels. On trouve aussi un effet de personnalisation de la politique lors des journaux du 13 juin (diffusés dans la continuité des soirées électorales) ou du 14 juin (dans les télévisions locales). La RTBF diffuse un sujet où l'on voit les personnalités politiques voter. Deux séquences des journaux de RTL-TVi et d'AB3 présentent la journée d'Elio Di Rupo et de Louis Michel. Un réflexe qu'ont également eu les télévisions

# Analyse de la situation belge

locales qui ont accompagné les candidats locaux. Les politiciens suivis n'ont livré pratiquement aucune déclaration politique. Il s'agit bien de les suivre dans leur voiture, leurs démarches, leurs rencontres, leur vote et les derniers essais pour convaincre les électeurs. On se trouve parfois au sein de leur cercle privé. Louis Michel est entouré de ses proches le 13 juin. Olivier Vanham, un candidat local, reçoit ses cadeaux de fête des pères face à la caméra de TV COM. Toujours sur cette chaîne, Marcel Cheron est filmé avec des amis. On peut donc bien parler de mise en avant d'une personnalité. Il s'agit cependant de remarquer que ces séquences sont pratiquement des rituels le jour des élections.

### Modernité

Les deux chaînes nationales ont choisi de rassembler leurs émissions sous un habillage commun à leurs émissions respectives. Les génériques des débats, des émissions de la soirée électorale, de *Destination élections* ainsi que le jingle qui précède les tribunes électorales jouaient tous sur le même cube rouge à la RTBF. L'ouverture des programmes électoraux de RTL-TVi, du débat, de *Pour qui voter ?*, de *Face à l'électeur* est une variation sur celle du Journal. Les plateaux sont également les mêmes pour toutes les émissions. L'infographie (les bandeaux titres, les titres de séquences, etc.) sont également cohérents. Les télévisions locales jouent également la carte de l'uniformité. AB3 semble surtout jouer la cohérence entre son rendez-vous d'information quotidien et les émissions de la journée électorale.

On peut analyser ces émissions électorales selon la mise en image dont elles bénéficient. *Destination élections* et *Face à l'électeur* ont l'habillage le plus moderne. La première joue sur les split screens, les sous-titres, la musique... L'infographie est omniprésente dans *Face à l'électeur*, la musique et l'éclairage renforcent l'impact de certaines questions. À côté de ces émissions qui bénéficient de procédés de réalisation très actuels, on remarque que les chaînes ont tenté de redynamiser les genres les plus classiques. La RTBF a voulu donner un second souffle au traditionnel débat. Les émissions ont été découpées en deux parties distinctes (le « Face à face » et le « Débat »). Les différents moments sont marqués par un plan filmé à l'épaule et à travers un filtre rouge qui suit les déplacements des invités. Les mouvements de caméra et les jeux avec les écrans disséminés sur le plateau modernisent un peu la soirée électorale. Sur la chaîne privée, la seule émission qui se démarque un peu, outre *Face à l'électeur*, est *Pour qui voter ?* qui utilise également beaucoup d'infographie, des mouvements de caméras et des angles de prises de vues originaux.

Mais les chaînes gardent aussi des émissions à facture plus classique. *Face à face* sur la RTBF ; *Le Grand débat*, la soirée électorale sur RTL-TVi ; la soirée électorale sur AB3 ; les émissions des télévisions locales sont loin d'être révolutionnaires. On n'y alterne que des plans bustes et des plans larges du plateau, les cadrages ne sortent pas des sentiers battus, les habillages sonores et visuels sont peu originaux.

Sur les trois chaînes nationales, les émissions de soirée électorale sont extrêmement répétitives. Des duplex en région et dans les quartiers généraux succèdent à des parties plateaux où des invités, des analystes et des journalistes présentant les résultats se partagent l'antenne. Les questions ne varient pratiquement pas au fil des heures. Les invités se prononcent sur les résultats de leur parti, des autres formations et leurs scores personnels. Ils refusent tous de donner le moindre indice sur les futures coalitions.

Pourtant un élément paraît intéressant : certains d'entre eux portent un jugement sur les relations entre les médias et les politiciens. La plupart du temps, cela survient dans le passage sur l'extrême droite. Sur la RTBF, un journaliste souligne que les représentants du Vlaams Blok étaient présents dans les jeux télévisés et les débats au même titre que les autres politiciens flamands qui « n'ont pas eu la répartition suffisante pour leur répondre ». D'autres invités, sur les différentes chaînes, se sont inquiétés de la montée du FN alors que le parti n'a pas fait campagne et n'a aucune visibilité. Sabine Laruelle, sur AB3, remarquait que le parti a augmenté son score alors « qu'il n'a pas fait campagne et qu'il n'a pas de personnalités médiatiques fortes. » A contrario, il semble que la médiatisation soit avancée comme explication des résultats du PS. Faisant le bilan de la campagne, Hervé de Ghellinck soulignait que « les personnalités ont bien fonctionné ». Les invités et les journalistes ont tenu à rappeler que le taux de médiatisation d'une personne est en relation directe avec son score personnel.

### UN CAS PARTICULIER : LES TRIBUNES ÉLECTORALES

La mission de service public de la RTBF l'oblige à céder un espace d'expression aux partis. Les tribunes électorales font la même longueur, sont programmées à la même place dans la grille des programmes

# Analyse de la situation belge

et annoncées de la même manière. Ces tribunes électorales ont évolué. Elles ne proposent plus uniquement une déclamation de discours en face caméra. Leurs réalisateurs ont compris l'intérêt d'utiliser les ressources audiovisuelles qui leur permettent de faire passer ce message. Malgré tout, on peut dire que ce n'est qu'un discours amélioré qui est proposé au téléspectateur. Au CDH, le discours est relégué en voix off et dynamisé par la succession d'images fixes. Six interlocuteurs se partagent l'antenne pour le MR, on les introduit grâce à des slogans. Les citoyens sont illustrés dans la tribune du PS, ils posent des questions à trois candidats et relancent de cette manière le propos. La tribune d'Ecolo est celle qui se rapproche le plus du discours face caméra en apparence. Mais une certaine dramatisation est introduite puisque le téléspectateur attend surtout la révélation de l'identité de l'interlocuteur de celui qui parle (le personnage parle en fait à des bûches placés en hors-champ durant la plus grande partie de la tribune). Les clips se terminent tous de la même manière en affichant le logo du parti, son slogan et le numéro de la liste. On remarque que les personnalités restent incontournables à l'exception d'Ecolo qui a choisi d'engager un comédien. On peut donc affirmer que la communication des partis est centrée sur les personnages politiques connus, identifiés par rapport au poste auquel ils se présentent : l'Europe, Bruxelles ou la Wallonie.

## AB3 ET LES TÉLÉVISIONS LOCALES

Les émissions proposées par AB3 et les télévisions locales sont moins innovantes que celles des chaînes nationales. Elles diffusent principalement des débats, des reportages ou des émissions électorales (type soirée pour certaines d'entre elles ou type journaux spéciaux pour les autres). Non seulement elles ne programment que des genres traditionnels d'émissions, mais en plus, elles ne modernisent très peu la mise en image. On retrouve au mieux des plans décadrés (Télé Bruxelles) ou des jeux avec des écrans disséminés sur le plateau.

Le manque de moyens peut évidemment expliquer ce classicisme. Il est particulièrement visible lors de la soirée électorale. AB3 et Télévesdre envoient des journalistes sur le terrain, mais leurs interventions se font en différé. Seule Télé Bruxelles semble pouvoir s'offrir des duplex. La plupart des télévisions locales ont d'ailleurs décidé de ne pas faire de soirée électorale au profit d'un retour plus analytique le lendemain dans leur rendez-vous d'information habituel. Aucune télévision locale ne semble avoir créé de concept propre pour la campagne électorale.

## EN DEHORS DE LA CAMPAGNE ÉLECTORALE

Le premier constat que l'on peut poser est qu'il existe finalement assez peu d'émissions où les politiciens sont présents. On se rend d'ailleurs compte que les chaînes belges diffusent peu d'émission de divertissement tout court. Il n'existe pas de *talk-show* comme ceux de Michel Drucker, de Laurent Ruquier, de Thierry Ardisson ou de Marc-Olivier Fogiel. Ce type de programme n'a pas toujours été absent de la télévision belge. *Les Allumés.be* récemment, mais aussi le *Tatayet Show* ou *Strip Tease* conviaient fréquemment les hommes politiques à l'antenne.

Le point commun entre toutes les émissions analysées est qu'elles considèrent les politiques comme des personnages publics. Il n'est jamais question de contenu ou de politique. Michel Daerden est invité dans *La télé infernale* parce que sa personnalité (ses tics de langage, son goût supposé pour l'alcool) est devenue la cible récurrente des chroniqueurs. C'est parce qu'ils sont connus que Rudy Demotte, Didier Reynders et Joëlle Milquet relèvent des défis pour *Cap 48* ; que d'autres ont été sélectionnés pour participer à *Génies en herbe* ; qu'il est surprenant et donc intéressant de placer Serge Kubla dans une pompe à essence de Marcinelle, Evelyne Huytebroeck dans une friterie et Jean-Claude Van Cauwenberghe aux fourneaux d'un restaurant italien pour les caméras cachées de *Si c'était vous ?*

Il est étonnant de constater que dans beaucoup d'émissions, les politiques sont mis sur la sellette. Le sketch de Joëlle Milquet et Didier Reynders dans *Cap 48* est resté dans les mémoires, c'était probablement l'exemple le plus extrême de ce type de situations. Les défis de Rudy Demotte (auquel participaient Charles Picqué et Jean-Luc Dehaene) et de Jean-Michel Javaux, les caméras cachées de Jean-Claude Van Cauwenberghe ou le passage de Michel Daerden dans *La télé infernale* ne montrent pas nécessairement un visage flatteur des invités. On peut pratiquement dire que les politiques sont ridiculisés dans ces émissions avec leur complicité. En effet, les chaînes ne les piègent pas, ils savent à quoi s'attendre et posent un accord tacite en acceptant les invitations.



# Analyse de la situation belge

Dans d'autres cas, les politiciens sont simplement invités, serait-on tenté d'écrire. Fadila Laanan qui répond au téléphone, Evelyne Huytebroeck, Christiane Vienne, Didier Reynders qui déposent des chèques dans *Cap 48*. Dans le cas de *Cap 48*, ils sont choisis en fonction de leurs compétences. Pour *Génies en herbe*, on ne sait pas comment les invités ont été sélectionnés. On remarque que les participants sont plutôt de jeunes politiciens, à l'exception des représentants du PS. L'émission est regardée par un public plus jeune, cela a pu être un critère. Dans ces émissions, plus rares, ils ne sont pas ridiculisés. L'image que donne d'eux *Génies en herbe* est même plutôt sympathique.

À quelques moments, les présentateurs et les politiciens eux-mêmes donnent des éléments d'explication quant à leur présence sur ces plateaux. Face à Didier Reynders qui fait référence au sketch qu'il a effectué l'année précédente dans *Cap 48*, Jean-Louis Lahaye lui répond qu'il en a aussi bénéficié : il était dans toute la presse le lendemain. Jean-Claude Marcourt précise au démarrage de *Génies en herbe* qu'il est important pour une société démocratique que les institutions politiques se rapprochent des citoyens. Cela sous-entend que sa présence dans ce type d'émission favorise la proximité. La participation des politiciens aux programmes de divertissement s'expliquerait donc par le bénéfice publicitaire (quitte à se laisser ridiculiser) et la volonté de rapprochement avec les citoyens.

Il faut cependant souligner que, si les politiciens sont avant tout des personnalités dans les émissions de divertissement, il n'y est jamais question de vie privée. Durant la période étudiée, nous n'avons pas trouvé de portrait montrant les politiciens dans leur famille. Cela a déjà été fait à la télévision belge : Jean-Luc Dehaene et ses proches ont été suivis par une équipe du magazine *Strip Tease*, l'un ou l'autre politicien avait retrouvé ses anciens compagnons de classe dans l'émission *Les copains d'abord* qui reprenait un concept flamand. Ce type de programme n'existe plus non plus sur nos écrans, ce qui explique peut-être que la vie privée des politiciens ne soit pas dévoilée. Une émission comme *Actuel* aurait pu diffuser des portraits de politiciens par exemple, elle ne l'a pas fait.

## Un cas particulier : les émissions concédées

On se rend compte assez rapidement de la nature très différente de ces émissions concédées. Elles ne s'adressent pas au même public, elles ne visent pas le même objectif, elles ne bénéficient pas des mêmes moyens techniques. *Le Mouvement en marche* s'adresse principalement à ses membres et se veut une espèce de bulletin d'information du parti. *CDH, génération humaniste* ressemble plus à une tribune électorale (c'est flagrant pour le premier numéro analysé, le second peut aussi être vu comme un bulletin d'information) et semble cibler à la fois les membres et un public plus large. *La Tribune Ecolo*, sous sa forme de reportage et parce qu'elle est centrée sur un sujet plus sociétal, paraît s'adresser à tous les citoyens afin de les sensibiliser à une tendance qui n'appartient pas seulement au parti Ecolo, mais qui fait partie de ses thèses (la nécessité de création d'une Europe sociale en plus d'un marché commun). Certaines émissions souffrent d'un amateurisme évident dans la prise d'images et de sons et dans le montage, tandis que d'autres sont clairement conçues et produites par des professionnels.

Cette disparité semble bien être la caractéristique de ces émissions. On peut évidemment se demander si elles bénéficient d'une identité forte auprès de ceux qui les conçoivent, des membres des partis et des téléspectateurs. On peut aussi se demander quel impact elles ont, et s'il est tributaire de leur professionnalisme. Se pose dès lors la question de leur efficacité. D'autant que ces émissions sont diffusées à une heure de faible audience : le dimanche à 9 heures. C'est probablement à tout cela que fait référence l'attachée de presse du PS, quand elle parle de « mode de communication anachronique », raison qui a poussé ce parti à ne plus utiliser cet espace d'expression.

## CONCLUSIONS

Tout au long de l'analyse, nous avons tenté de débusquer les indices de spectacularisation à travers le contenu et la forme. Il nous semble que nous disposons d'éléments de réponse pour les deux dimensions.

### Spectacularisation

Les politiciens sont des personnes publiques. À ce titre, ils sont invités dans les émissions politiques (ce sont toujours les mêmes qui sont présents, les plus connus) et de divertissement, même quand ils y sont moqués. On peut donc parler de personnalisation des hommes et femmes politiques.

# Analyse de la situation belge

Cependant, il n'est que rarement question de la vie privée des représentants publics. Cet élément est totalement absent des émissions de divertissement. Dans les émissions politiques, quand ce type d'information apparaît, c'est surtout parce que les invités eux-mêmes les introduisent. D'ailleurs, les partis eux-mêmes jouent sur la personnalisation dans les émissions concédées ou dans les tribunes électorales puisque ce ne sont que les têtes de listes, les chefs de partis ou les personnes connues qui y apparaissent (à l'exception des espaces utilisés par Ecolo).

Deux émissions comportent malgré tout des éléments personnels. Les journaux télévisés diffusent parfois des séquences portraits où la vie privée des politiciens apparaît. C'est devenu un rituel de la journée électorale. Hors élections, il arrive qu'un événement anecdotique ou ponctuel attire l'oeil des journalistes. L'autre cas est *L'invité* où Pascal Vrebos pose des questions personnelles à ses interlocuteurs. Comme il n'approfondit pas ces questions, on ne peut pas dire que toute l'émission tourne autour de sujets personnels. Et, justement parce qu'il ne les approfondit pas, on peut s'interroger sur l'objectif qu'il poursuit.

Remarque-t-on des différences entre la campagne électorale et le reste du temps ? À l'approche des élections, Pascal Vrebos semble éviter les questions personnelles. Les politiciens n'apparaissent plus non plus dans les émissions de divertissement. On pourrait donc dire que les chaînes font plus attention à ce moment-là. Mais c'est également la période durant laquelle on trouve les portraits des politiciens, spécialement le jour des élections. On remarque aussi que les personnalités les plus connus sont ceux qui investissent le plus les plateaux. On est donc toujours face à une personnalisation du politique, mais plus prudente, plus implicite peut-être.

Enfin, il semble qu'il faille rester attentif à la participation accrue des téléspectateurs dans les débats dominicaux. On peut, naïvement peut-être, se dire que des citoyens seront plus enclins à poser des questions personnelles, à mettre les politiciens sur la sellette, à faire dévier les débats de la politique vers autre chose. Or les émissions de la RTBF et de RTL-TVi donnent de plus en plus de place aux auditeurs. Olivier Maroy et Pascal Vrebos lisent régulièrement leurs mails. Courriers sur lesquels les chaînes exercent encore un certain contrôle tout simplement parce qu'elles peuvent exclure ce qui ne leur convient pas. Le fait d'inviter des citoyens en plateau comme le fait Pascal Vrebos peut paraître plus risqué : une fois l'émission lancée en direct, la personne peut plus difficilement être contrôlée ou recadrée.

## Modernisation

Certaines émissions restent très classiques : le *Face à face* (RTBF), le *Grand débat* (RTL-TVi). La première émission est diffusée en journée par la chaîne publique et la seconde n'était qu'un programme ponctuel. En clair, il ne s'agit pas des moments les plus stratégiques. On peut également tirer ce genre de conclusion pour les émissions d'AB3 et des télévisions locales probablement par manque de moyens. Cependant, en règle générale, on peut affirmer que les chaînes tentent de moderniser les émissions politiques dans et hors campagne.

La modernisation est apportée par deux moyens : le mélange des genres et la réalisation. L'infographie, le montage dynamique, l'éclairage, les *split screens*, la musique sont régulièrement utilisés dans la mise en image des émissions politiques. Les deux chaînes nationales dynamisent ainsi leurs programmes. C'est moins le cas sur AB3 ou sur les télévisions locales (à l'une ou l'autre exception près), probablement à cause des moyens plus limités dont elles disposent. Sur RTL-TVi, l'utilisation d'infographie permet aussi de mobiliser plusieurs codes de lecture et donc de favoriser la compréhension de l'information.

Les émissions politiques se parent également de ludique. *Face à face* débute par un « Quizz », plusieurs émissions proposent des questions typées (*Face à face*, *L'invité*, *Face à l'électeur*), *Pour qui voter ?* se présente clairement comme un jeu auquel politiciens et téléspectateurs peuvent participer. Mais le contenu politique sous-tend toujours ces questions et les réponses des invités. Seul le « Quizz » qui ouvre le *Face à face* paraît plus gratuit ainsi que certaines questions de *L'invité* dont nous avons déjà parlé. *Destination élections* mélange également les genres, mais elle est plus difficile à cerner. On est à la fois dans du reportage (on suit un ministre sur le terrain), du ludique (il doit remplir une mission), du débat (la deuxième partie de l'émission), le tout saupoudré de références à la fiction (musiques, mise en image, structure très narrativisée). Mais, de nouveau, la forme n'est pas une coquille vide : le terrain est choisi en fonction des dossiers du candidat, le débat revient sur des éléments politiques, le ludique et les références fictionnelles restent un moyen et non une fin.

# Analyse de la situation belge

On remarque d'ailleurs que les chaînes ont été attentives à proposer à la fois du classique et du neuf pour la campagne électorale. C'est probablement un moyen de contenter un peu tous les publics. La modernisation vise bien à attirer les téléspectateurs (y compris les plus jeunes). L'objectif est clair. Mais le mélange des genres et le soin apporté à la réalisation ne signifient jamais que la forme prend le pas sur le fond. Au contraire, la forme est au service du fond.

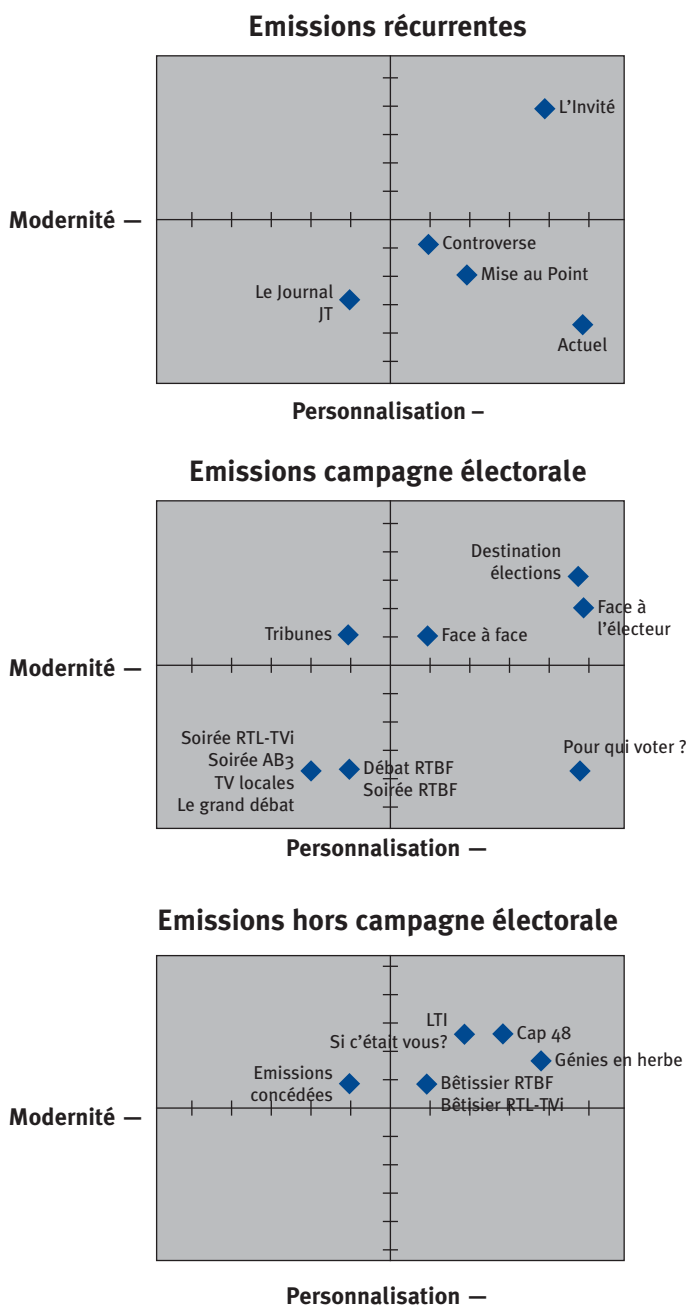
## Croisement entre personnalisation et modernisation

Il est possible enfin de vérifier si la personnalisation des politiques va nécessairement de pair avec la modernité de la mise en image. Pour ce faire, nous avons attribué un niveau de personnalisation (de -5 à +5) et un niveau de modernité (-5 à +5) aux émissions analysées afin de les placer sur un tableau récapitulatif période par période.

Il convient cependant de rester prudent. Tout d'abord parce que les émissions qui sont reprises dans ce classement sont parfois de natures très différentes (des tribunes électorales, des bêtisiers, des débats, etc.) et ne sont donc pas toujours facilement comparables. Ensuite, toute typologisation suppose une simplification préalable. C'est encore plus vrai dans notre cas, où l'on juge les émissions en général sans tenir compte des différences numéro par numéro.

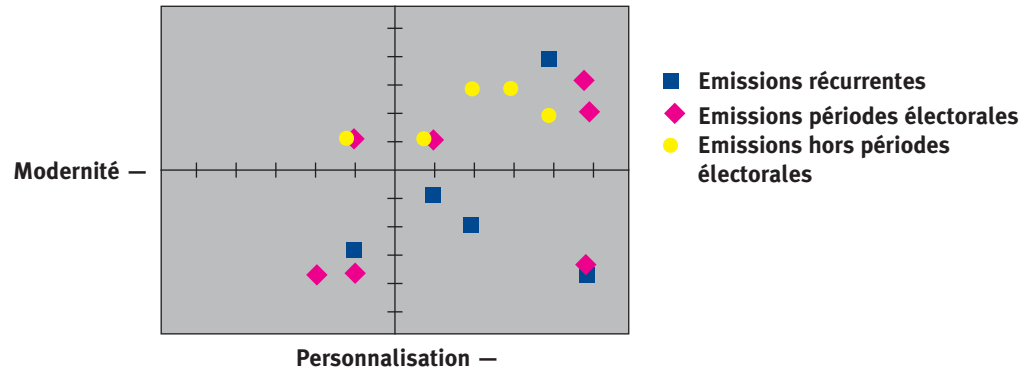
À l'exception notoire de *L'Invité*, les émissions récurrentes sont plutôt peu personnalisées. À part *Actuel*, qui bénéficie d'un montage très recherché, ces émissions sont relativement classiques (*Mise au point* est légèrement devant *Controverse* parce que l'émission joue sur les *split screens*). On pourrait conclure en affirmant que les émissions récurrentes ne sont pas personnalisées dans le contenu et pas révolutionnaires au niveau visuel.

On remarque que les émissions électorales ont tendance à se répartir en deux grands pôles. Les émissions de facture plus classique sont aussi celles où les personnalités ressortent le moins. *A contrario*, les programmes qui bénéficient des techniques de pointe sont aussi ceux où les personnalités sont les plus mises en valeur. On peut donc dire, dans ce cas, que personnalisation et modernisation s'entrecroisent.



## Analyse de la situation belge

## Emissions toutes périodes confondues



Les émissions où les politiciens apparaissent en dehors de la campagne électorale (outre les émissions récurrentes) sont principalement des émissions de divertissement. Nous avons vu que ce sont les personnalités politiques qui sont invitées. Il est donc logique que tous les programmes soient classés dans la partie supérieure du tableau. Ces émissions sont généralement des rendez-vous importants des chaînes (en *prime time*, parce qu'elles sont rituelles comme *Cap 48* ou célèbres comme *Génies en herbe*), il est donc normal qu'elles soient réalisées avec soin. À l'inverse, les émissions concédées souffrent d'un certain amateurisme.

On remarque donc que la tendance générale pour les émissions est d'être attrayante visuellement puisque nettement plus de programmes se classent sur la droite des graphiques. Seuls les débats électoraux, les journaux télévisés et les émissions concédées ont une mise à l'image pauvre. En ce qui concerne le taux de personnalisation, les émissions hors campagne sont principalement centrées sur les personnalités des politiciens. Les programmes récurrents abordent majoritairement des contenus politiques (à l'exception de *L'invité* qui effleure parfois des thèmes plus personnels). Enfin, les émissions diffusées durant la campagne électorale sont plus partagées : quatre d'entre elles ont tendance à personnaliser le propos (les partis eux-mêmes jouent cette carte puisque les tribunes électorales en font partie) alors que trois autres restent classiquement plus axées sur les dossiers politiques.

La présence dans les médias et la création de personnages clairement identifiés sont désormais nécessaires en politique. C'est en substance ce que les politiciens et les analystes ont dévoilé durant la soirée électorale. En dehors de la campagne, certains propos dévoilent les raisons pour lesquelles les politiciens participent aux émissions de divertissement. Jean-Louis Lahaye souligne que le sketch auquel s'est livré Didier Reynders lui a permis de faire la une des journaux le lendemain. Relever les défis de *Cap 48* serait donc un coup publicitaire. Si les représentants publics se rendent dans les émissions de divertissement, ils le justifient par la volonté d'être plus proches des gens.

Nous avons découvert relativement peu d'émissions de divertissement dans lesquelles apparaissent les politiciens. Il en existe cinq dont trois sont ponctuelles (*Cap 48*, le numéro spécial de *Génies en herbe* et les bêtisiers de fin d'année). Les politiciens ne participent que rarement aux deux autres (*La télé infernale* et *Si c'était vous ?*). Ceci étant, il ne faut pas en conclure trop rapidement que le phénomène n'est que marginal. Il faut aussi prendre en compte le fait qu'il existe peu d'émissions de divertissement sur les chaînes belges. On se rend compte que quand il en existe plus, les politiciens y sont plus invités aussi. Souvenons-nous par exemple du *Tatayet Show*, des *Allumés.be*, de *Strip Tease*, des *Copains d'abord*. La Belgique peut se targuer d'être encore loin du traitement *people* des politiques tel qu'on le voit en France. Est-ce parce que les chaînes et les politiciens le refusent en bloc ou plus humblement, sans être cynique, parce qu'on n'a pas encore les moyens de faire du Drucker, Ruquier, Ardisson ou Fogiel...

## Analyse des entretiens

Une série d'entretiens semi-directifs ont été menés auprès du personnel politique mais aussi auprès des journalistes-animateurs et des instances de direction des deux principales chaînes diffusées en Communauté française. Le volet d'enquête auprès de la classe politique est composé de deux sections. Aux interviews « face to face », nécessitant de travailler sur des groupes restreints, s'ajoute une section de recherche par questionnaire. Un exemplaire en six feuillets a été adressé à tous les parlementaires de la Communauté française. Les répondants se différencient donc par leur degré d'exposition médiatique. À cet égard les enquêtes par entretiens et questionnaires se complètent. Le premier type donne la parole aux personnalités médiatiques alors que le second fait apparaître des acteurs qui interviennent ponctuellement sur la scène médiatique.

### LES ÉDITEURS DE SERVICES

#### Les débats dominicaux : glissement générique ?

Comme précisé plus haut, *Mise au point* et *Controverse* traitent de sujets similaires, souvent avec les mêmes invités et selon une dynamique identique. Les deux chaînes décrivent, à leur égard, une évolution analogue : ces rendez-vous dominicaux auraient au fil du temps élargi le panel des sujets traités afin d'y ancrer les faits ou sujets dits « de société ». Nos interlocuteurs justifient cette évolution par une demande sociale issue, entre autres, de l'affaire Dutroux et qui s'est concrétisée dans la « marche blanche ».

Ainsi, l'introduction des sujets de société va de pair avec celle des « citoyens anonymes » convoqués pour illustrer un phénomène. Ces citoyens ordinaires ont vocation à concrétiser, au départ de leur expérience vécue ou des comportements qu'ils ont expérimentés, les tenants et aboutissants de certains dossiers. Ils sont conviés par les journalistes en tant que « témoins » d'un phénomène. Cette introduction n'est pas interprétée de la même manière par les deux chaînes en termes d'impact sur la classification générique de leur programme dominical. Ainsi, si RTL-TVi revendique un qualificatif de « débat de société » pour son émission *Controverse*, la RTBF n'envisage pas que l'on puisse extraire son programme du champ politique au sens strict. Sur la chaîne privée, la présence de multiples témoins a pour finalité explicite et revendiquée la constitution d'un plateau le plus éclectique possible en vue de générer un conflit, une controverse, en vue d'appuyer cette « sémiologie des oppositions ».

Dynamique des altercations organisées, introduction de thèmes dits de société et de citoyens anonymes témoignant de leur expérience personnelle mettent en exergue l'importation de procédés fondateurs des *talk-shows* au sein des débats dominicaux de la Communauté française. Ces évolutions témoigneraient ainsi d'un premier pas vers un glissement générique. Les prestataires de services s'en défendent. La RTBF refuse tout autre qualificatif que celui de « politique » pour son émission du dimanche, RTL, quant à elle, introduit des nuances assez subtiles pour récuser le qualificatif de *talk-show*.

#### Le mélange des genres

Les chaînes de télévision ont présenté au cours de la campagne électorale de 2004 des émissions à la frontière de plusieurs genres : *Face à l'électeur* et *Pour qui voter ?* sur RTL ; *Face à face* et *Destination élections* à la RTBF. Le premier type d'arguments justifiant ce choix renvoie à la monotonie qui entourerait la parole politique. Les émissions à la frontière de plusieurs genres permettraient de contrecarrer les baisses d'audience qui iraient souvent de pair avec la diffusion de programmes à contenu politique, en mettant en œuvre des programmes accrocheurs dans la forme. Sur la chaîne publique, même si les objectifs semblent être identiques, les motivations sont présentées de façon plus nuancée : « *c'est une volonté d'accroche, comme on dit, dans la confection d'un produit destiné à publication* », ou encore : « *nous devons tenir compte d'une situation, qui est l'attitude du téléspectateur. Le téléspectateur est confronté à des offres de stimulus ou de stimuli visuels nombreux et variés. Et il a une tendance naturelle à se diriger vers ce qui capte son attention* ». Offrir un programme qui capte l'attention face à un panel de stimuli semble bien constituer une préoccupation en termes d'audimat, il s'agit de prévenir le zapping du téléspectateur. Pourtant, la chaîne tend à relativiser ce paramètre en insistant sur ses missions de service public.

# Analyse de la situation belge

Les éditeurs de services laissent entrevoir une convergence entre l'intérêt de la chaîne et celui de ses téléspectateurs. Grâce à l'hybridation des genres, tout le monde serait gagnant : la télévision préviendrait la « dévastation » des audiences, et les téléspectateurs réinvestiraient l'espace public. Ainsi, l'interpénétration générique permettrait de ramener dans la sphère publique de libre expression les citoyens qui tendraient à s'en éloigner, par désintérêt ou par incompréhension de la chose publique, en leur proposant un concept novateur et attrayant. La télévision affirme presque faire œuvre de salut public en réinstaurant un contact entre les mandataires publics et une large frange de citoyens-électeurs.

Les émissions hybrides tendent à augmenter le degré d'intervention de l'instance médiatique sur le format du message. Le média définit ou code les règles d'émission du message politique qui doit se fonder dans ce canevas prédéterminé. Ainsi, dans l'émission *L'invité*, le représentant politique doit se soumettre à une série de questions types telles que le « Podium », les « Cotes », le « Oui ou non » etc., qui tendent non seulement à baliser le message mais aussi à le simplifier. Le dispositif ainsi constitué favoriserait, aux dires de ses concepteurs, la clarté du message politique. La forme ludique du programme tendrait donc à prévenir, voire à déjouer les stratégies de communication politique.

Notons que l'aspect ludique ne va pas toujours de pair avec le contournement de la communication politique. En effet, la dimension de jeu peut être récupérée à des fins de stratégie politique. La RTBF en a fait l'expérience avec l'émission *C'est ma voix*, débat à l'aveugle présenté au cours de la campagne électorale de 2003 : « *au moins un attaché de presse avait avoué très clairement que l'objectif, c'était de brouiller l'image de la personne qui était de l'autre côté en donnant un nom totalement absurde. C'est donc pour ça qu'on a arrêté et c'est devenu Destination élections* ».

Au moyen de concepts tels que *Destination élections* ou *Face à l'électeur*, la télévision vise à s'arroger un meilleur contrôle sur le déroulement des programmes en favorisant l'éviction d'un message politique consensuel. En effet, l'objectif est d'introduire des contradicteurs extérieurs au schéma de communication préétabli par les représentants politiques. Le mélange des genres est présenté ici comme un indice du rapport de force qui se joue entre la classe politique et l'instance médiatique pour le contrôle du contenu du message émis à l'attention du spectateur. L'hybridation aurait vocation à contourner l'art du discours soigneusement contrôlé pour favoriser le « parler-vrai ».

Résorber le fossé qui se crée davantage entre le citoyen et ses représentants lorsque ces derniers débattent dans un microcosme fermé, en usant d'un langage pas toujours compréhensible par tout un chacun, est une motivation supplémentaire qui aurait présidé à la création de *Destination élections*. Ainsi, cette émission, qui sort des schémas classiques de représentation du politique, affiche pourtant comme ambition de renouer avec la préoccupation initiale de la politique, à savoir : la vie de la Cité. Une fois encore, un contact entre les citoyens et leurs représentants est rétabli par la médiation de la télévision. Cette fonction phatique, de contact, est mise en œuvre assez pragmatiquement : en confrontant le mandataire public à la vie de la cité. Ainsi, le principe de l'émission nous a été décrit comme un test en vue d'observer d'une part, si le représentant politique est ou non en phase avec les préoccupations de la Cité, et d'autre part, s'il parvient à mettre en œuvre ce qu'il préconise pour son organisation. L'émission « teste » pour le citoyen, elle a une visée « facilitative », en vue de lui permettre de faire son « shopping électoral ».

Au vu des arguments énoncés par les éditeurs de services, l'interpénétration générique serait tout bénéfique pour le citoyen-téléspectateur. Elle rend le message politique plus vivant, plus attractif et par voie de conséquence, ramène vers l'espace public une partie de citoyens susceptibles de se désintéresser de ce qui s'y dit. Elle tend à contourner les possibilités de communication stratégique en poussant à la clarté du message, au « parler-vrai ». Elle résorbe le sillon qui se creuse entre les mandataires et ceux qui les mandatent. Bref, l'interpénétration des genres, mise en œuvre par les chaînes de télévision, nous est présentée comme un palliatif au contact qui ne se ferait plus spontanément entre les citoyens et les élus – ou plus généralement entre les citoyens et la chose publique. À cet égard, il nous semble que la télévision se présente ici comme une instance médiatrice ou « facilitative » : elle crée un nouveau lien. Elle tend à diversifier l'offre de programmes en vue de mettre en contact des individus qui vivraient complètement déconnectés sans sa médiation.

Le ludique est présenté exclusivement comme un outil au service du contenu de l'émission. La logique qui préside à la conduite des émissions n'est pas un évitement ou un contournement de la chose publique. Les programmes hybrides ne sont pas à confondre avec ceux de divertissement, car le regard

# Analyse de la situation belge

qu'ils portent sur le politique est précisément politique. Cette trame de fond préviendrait tout dérapage vers des formats de pur spectacle. Le ludique est simplement apparenté à la « touche peps » du programme. C'est un habillage qui modernise le produit et, aux yeux de ses concepteurs, rend son contenu moins monotone.

Cependant, ce raisonnement porte en lui-même ses limites. Jusqu'où peut-on considérer que le ludique ne constitue qu'un habillage du contenu ? À partir de quand le ludique – ou le fictionnel – prennent-ils le dessus ? Une fois encore, nos interlocuteurs sont unanimes sur un point. Il convient de ne pas altérer la nature du message, voire l'intégrité du monde politique. Néanmoins, cette unanimité est évanescence. Elle s'envole peu à peu lorsqu'il est question de déterminer ce qu'est un message altéré ou une intégrité mise à mal. Précisons d'emblée que les lignes de démarcation qui se figent ne relèvent pas d'un dualisme privé-public. En effet, nous avons observé au sein d'une même unité de programmes de la chaîne de service public des divergences fondamentales sur la question du point de rupture à partir duquel le contenu est dénaturé. La cristallisation des antagonismes s'est opérée au départ de l'évocation du programme *Vote for me* diffusé par la télévision privée britannique au cours de la dernière campagne électorale. Pour les uns, de tels formats qui allient politique et télé-réalité peuvent poser question quant à la responsabilité politique de la chaîne. En effet, des programmes tels que celui de ITN ont mis en exergue le décalage existant entre les légitimités cathodique et élective. Pour les autres, ce type d'émission, pour peu que l'on tente d'en contrôler les dérapages, possède incontestablement des vertus pédagogiques. Notre interlocuteur a d'ailleurs surenchéri dans le mélange des genres en vantant les mérites du « docu-fiction » pour la compréhension des coulisses de la vie politique.

De telles oppositions témoignent du fait que la réflexion sur des formats politiques toujours plus proches des modes d'énonciation fictif et ludique est inévitable et n'« épargne » aucune chaîne. À cet égard, il conviendrait de sortir des oppositions manichéennes selon lesquelles de tels produits ne pourraient s'ancrez que parmi l'offre des chaînes privées.

## La personnalisation

Les représentants politiques interviewés se sont accordés à dire que la frontière vie privée – vie publique est relativement peu perméable à l'exception notoire de l'émission *L'invité*, diffusée sur RTL. Quant aux programmes de la campagne électorale, quatre d'entre eux tendent à personnaliser un tant soi peu les propos des représentants politiques. Nous avons demandé aux chaînes quel est le but poursuivi par ces mises au jour de la vie privée.

RTL, un peu plus coutumière que la RTBF de la personnalisation des programmes politiques, se défend d'évoquer la vie privée des personnalités publiques : « *les limites, c'est clairement la vie privée* » ; « *Je ne suis pas d'accord. Les questions sont toujours politiques au sens large* ». En fait, nous observons au fil des entretiens que nos interlocuteurs de la chaîne privée constituent implicitement une « échelle » de personnalisation. À l'extrémité gauche de cette échelle (moins de personnalisation), nous retrouverions les questions qui sollicitent une prise de position personnelle sur un thème d'actualité - voire une anecdote de la vie politique. Il s'agit en quelque sorte de questions privées contextualisées. Viennent ensuite les questions qui cherchent à mettre au jour une vision du monde philosophique, religieuse, etc. Au-delà de ce seuil, la frontière de la vie privée serait franchie. Néanmoins, une distinction est opérée par nos interlocuteurs entre le registre de la vie privée « *au second degré* » et le registre privé au sens strict, situé à l'extrémité droite de l'échelle.

Aux dires des interviewés, les questions posées aux mandataires publics ne se situeraient en aucun cas à l'extrémité droite de l'échelle. Cela ne signifie donc pas qu'il n'existe pas un certain degré de personnalisation des questions. Celle-ci aurait d'ailleurs trois vocations. Premièrement, il s'agirait d'« humaniser » le personnel politique – « *ce sont d'abord des femmes et des hommes comme les autres, qui travaillent, qui ont une mission, un boulot : des problématiques d'humain. Je ne vois pas d'autres types d'espèces dont ils font partie* » – en vue de ne pas perdre le contact entre ce dernier et leurs concitoyens. Deuxièmement, dans la mesure où les idées politiques sont forgées par la vie et l'expérience, découvrir un tant soit peu ces paramètres augmenterait la connaissance que le citoyen a de ses représentants politiques et partant, de leurs idées. Il semble intéressant de préciser que la problématique de « l'humain » est un argument employé par le personnel politique lui-même en vue de justifier une participation aux émissions qui dépassent le cadre politique au sens strict.

# Analyse de la situation belge

Troisièmement, ce registre d'interview permettrait d'atteindre un public plus vaste que celui qui suit les débats politiques classiques. Il y a donc un intérêt incontestable en termes d'audience.

Sur la chaîne publique, *Destination élections* et le *Face à face* électoral constituent les deux seuls programmes politiques qui personnalisent un tant soit peu les interviews. En effet, la première émission semble laisser une marge aux représentants politiques qui souhaitent mettre en évidence quelques aspects plus personnels. Charles Picqué, en quête d'emploi à l'ORBEM, apprendra au téléspectateur ses talents de cuisinier et de jardinier. Le choix de laisser apparaître – pour partie – des personnes plutôt que des politiques est motivé au moyen de considérations proches de celles développées par la chaîne privée : « *La personnalité d'un homme politique n'est pas quelque chose de neutre dans le choix des électeurs. Un choix électoral n'est pas uniquement quelque chose qui se fait sur papier : " Ah oui, pour les impôts, il va faire ci, etc. ". Il y a ce capital sympathie que l'homme politique parvient plus ou moins à faire passer et qui fait partie du jeu démocratique* ». Le capital sympathie, l'humain, est la clé du contact entre le citoyen et un représentant politique qui tend à apparaître comme son miroir.

## Du plus moderne au plus traditionnel : le débat électoral

En contrepoint des émissions qui optent pour un genre hybride ou une personnalisation des questions, les chaînes conservent des rendez-vous plus traditionnels dans leur forme tels que les débats électoraux ou les soirées électorales. En effet, quelle que soit la réflexion sur les nouveaux formats à mettre en œuvre pour drainer un public plus vaste, le débat – sous son acception la plus classique d'échange argumenté entre mandataires de divers partis – demeure un pilier aux allures inébranlables dans la programmation des chaînes. Les programmes mixtes ou « personnalisants » représenteraient donc une offre exclusivement complémentaire aux formats classiques et non une offre de substitution. La volonté des prestataires de services ne semble guère être celle d'inverser complètement le rapport de force entre les genres télévisuels représentant le politique, mais bien de proposer différentes alternatives au téléspectateur.

Cette conception de l'équilibre marque peut-être encore davantage la chaîne de service public. En effet, alors qu'une réflexion y est menée en profondeur sur les formats à proposer au téléspectateur dans un avenir proche, certains considèrent que toute introduction du mode d'énonciation ludique dans un programme politique se résume à faire passer l'accessoire avant l'essentiel. L'un de nos interlocuteurs soutient une argumentation de ce type. Fort de revendiquer son appartenance à « *une vague traditionaliste* », il considère que l'originalité d'un programme politique doit émaner d'une part, de la force du journaliste à ne pas le rendre ennuyeux, et d'autre part, de son interactivité avec le citoyen-téléspectateur.

Si certains considèrent que la forme ludique d'un programme doit permettre de favoriser le « parler-vrai », notre interlocuteur estime qu'il existe d'autres moyens pour atteindre cette fin : « *C'est au journaliste à faire en sorte que ça n'ait pas un côté convenu : il y a toujours moyen de sortir du programme des partis politiques en faisant référence à ce qui a été leur action* ». Un programme politique ne pourrait s'accommoder simultanément de la recherche de l'échange argumenté et du jeu. Et si la RTBF ne doit pas devenir « *la chaîne de l'austère* », il faut néanmoins dissocier ludique et politique.

Cette réflexion atteste, d'une part, que la chaîne ne semble par avoir de position commune quant à l'attitude à adopter face à l'hybridation des genres, et d'autre part, que l'offre de programmes mixtes ne semble pas sur le point d'évincer les rendez-vous traditionnels car la chaîne doit immanquablement composer avec les différentes forces en présence.

## LES ENTRETIENS AVEC LE PERSONNEL POLITIQUE

### L'offre de programmes

L'objectif de l'analyse étant de découvrir les représentations médiatiques des personnalités interviewées, nous leur avons demandé de déterminer quelles émissions diffusées en Communauté française elles qualifieraient de politiques. 66.6 % des interviewés citent spontanément *Mise au point* contre 62.8 % pour *Controverse* qui, selon certains, « s'écarte de sa mission politique » ; 25 %



# Analyse de la situation belge

évoquent spontanément *L'invité* et enfin 12.5 % parlent des JT et des magazines. Les interviewés procèdent d'emblée à une distinction entre le temps électoral et le temps « usuel » qui constitue le cadre de représentation du politique. Temps particulier en raison des balises juridiques qui le cloisonnent, le temps électoral comporte un certain nombre d'émissions qui se rapprocheraient davantage de leur « idéal ». En effet, deux axes majeurs se dégagent de leur définition d'une émission politique : une émission politique implique un positionnement partisan ; une émission politique impose qu'il y ait un débat d'idées. Celui-ci comporte deux indicateurs : l'existence d'une confrontation – au sens de comparaison et non de conflit – et celle d'une temporalité – inscription dans la durée.

Tous les mandataires publics qui ont avancé la première définition considèrent que les débats dominicaux diffusés sur les deux principales chaînes francophones s'intègrent dans ce cadre définitionnel et peuvent dès lors être qualifiés d'émissions politiques. En revanche, lorsque ces dernières sont assimilées à un débat d'idées, *Mise au point* et *Controverse* sont automatiquement exclus du cadre de représentation politique. Les personnalités interviewées concluent dans ce cas de figure qu'il n'existe « pas vraiment » d'émission politique en Communauté française. Ils sont 29% à tenir cette opinion. L'absence d'émission politique est justifiée dans ce cas par l'inexistence de débat d'idées permettant d'aborder en profondeur une question après en avoir expliqué les différentes facettes. À titre indicatif, l'un de ces mandataires qualifie les débats dominicaux proposés par les deux chaînes de « *divertissement politique* ».

Certains hommes publics optent pour une définition restrictive de l'émission politique en introduisant des critères d'exclusion :

- « *Un programme purement politique n'est pas une émission de reportage, un journal télévisé, une émission de société. Il doit avant tout être tourné vers la vie politique du pays, des différentes institutions, de l'Europe, du monde* ».
- « *C'est une émission qui porte sur des enjeux. Ils peuvent être de nature économique commentée, de nature sociologique – la correction des inégalités – toujours sur base de l'action, on n'est pas pour de l'analyse* ».

D'autres, en revanche, élargissent le cadre de représentation usuel du politique en optant pour des définitions qui intègrent les JT et les émissions d'enquête ou de reportage :

- Une émission politique est un programme « *consacré spécifiquement à un domaine où il y a des responsabilités importantes du politique, style les émissions que Defossé peut faire* ».
- « *Une émission politique c'est une émission au cours de laquelle on parle de sujets politiques.* »
- C'est une émission qui doit capter « *l'intérêt du citoyen* ».
- Enfin, certains distinguent le terme politique au sens strict et au sens large. Au sens large, « *la politique, c'est la vie de la cité. Donc si je veux concevoir la vie de la cité, tout peut concerner la vie de la cité. C'est pour cela que je vous dis que la vie de la cité au sens large, la res publica, ça peut être un magazine comme Actuel par exemple ou Tout ça ne nous rendra pas le Congo* ».

Néanmoins, les émissions incluses dans le cadre de représentation du politique par ces dernières définitions se bornent à graviter autour du noyau dur constitué des débats dominicaux.

## Appréciation des programmes en Communauté française

Lorsqu'on observe l'appréciation des programmes offerts, on note une étonnante convergence entre les deux catégories d'interlocuteurs. En effet, le profil de l'interviewé ne semble pas jouer à l'égard de certaines réserves formulées envers l'offre de programmes. Premièrement, 96% des mandataires interrogés mettent en cause le nombre jugé trop élevé de protagonistes invités à prendre part aux débats dominicaux. Il en résulterait une diminution considérable du temps de parole imparti à chaque intervenant avec pour conséquence d'une part l'obligation de résumer sa pensée en slogans simplistes et sans nuances et d'autre part, une configuration du débat sous forme de joute. Deuxièmement, une propriété inhérente à la culture médiatique, à savoir sa logique de flux, semble déteindre sur l'appréciation globale du contenu des programmes proposés. Les commentaires font référence à un chassé-croisé des contenus en vertu duquel une information balaie l'autre selon les aléas de

# Analyse de la situation belge

l'actualité, mettant aussi en exergue une circulation de l'information où la télévision se sent obligée de relancer les thématiques abordées durant la semaine dans la presse quotidienne.

La troisième remarque concernant l'offre de programmes est connexe à la précédente. Ces sujets qui se chassent l'un l'autre favoriseraient la superficialité des contenus. Aussi, ce dont manqueraient les émissions francophones, c'est une mise en perspective des thèmes abordés. Celle-ci doit être envisagée sous deux acceptions. La première est pédagogique : il s'agit de présenter au téléspectateur les différentes faces du problème que l'on souhaiterait développer. La seconde est historique puisqu'il conviendrait, aux dires de certains interlocuteurs, de resituer l'histoire des positionnements politiques sur un sujet déterminé.

La question de la couverture télévisée du débat parlementaire constitue le quatrième point. Il s'agit également d'une question transversale puisque le profil des mandataires publics qui ont soulevé ce problème est très diversifié. Néanmoins, comparativement aux thèmes précédents, les lacunes identifiées en la matière n'ont été évoquées que par 30% des répondants.

Enfin, qu'ils considèrent ou non qu'il existe des émissions politiques en Belgique, 20% des interlocuteurs ont soulevé la question de la programmation des émissions *Mise au point* et *Controverse*. 25% de l'échantillon estiment qu'il conviendrait de s'extirper des formats rigides qui président actuellement à la conduite et à la réalisation des émissions politiques existantes. Notons que cette classe de mandataires et celle considérant qu'il n'existe pas de réelle émission politique en Communauté française sont mutuellement exclusives : elles ne se recoupent pas.

## Les différences entre le public et le privé

L'évaluation générale dressée ci-dessus doit être nuancée en fonction des divergences perçues entre les deux principaux éditeurs de services francophones. Les différences pointées quant à l'offre de programmes sont, il est vrai, relativement peu nombreuses. En effet, c'est dans le registre plus spécifique des genres télévisuels que les deux chaînes se différencient pour majeure partie. C'est pourquoi nous nous bornons à signaler que les mandataires interrogés dissocient les débats dominicaux principalement selon leur rythme et leur mise en scène.

Le rythme et la mise en scène sont en réalité symptomatiques d'un paramètre majeur discriminant l'offre de programmes : le statut de chaîne publique ou privée et l'obligation ou non de remplir des missions de service public. En réalité, les réflexions des représentants politiques se cristallisent autour de deux principes jugés antagonistes dans l'état actuel de l'offre : le « sérieux » / la « mission » d'information et le dynamisme. D'où les réflexions soulevées par plusieurs interlocuteurs sur la manière de s'extraire des formats classiques. Malgré ces différences entre les chaînes, près de 40% des personnalités politiques interrogées pointent une tendance au nivellement dans la conduite des débats dominicaux. Enfin, notons que la question de l'empreinte du statut de la RTBF sur le contenu de ses programmes est posée à plusieurs reprises. Les critiques à cet égard se répartissent aisément suivant un clivage majorité-opposition à la Communauté française. Plusieurs parlementaires ont pointé ce qu'ils considèrent comme un manque d'impartialité non seulement dans le traitement de l'information politique mais aussi dans le traitement réservé aux invités au cours de certaines émissions.

## Le paysage audiovisuel extérieur

Les paysages audiovisuels flamand et français semblent constituer, à de nombreux égards, une source d'inspiration dans la réflexion du personnel politique sur les équilibres à trouver au sein des émissions politiques francophones.

La référence du côté néerlandophone est l'émission *Villa Politica* diffusée sur la chaîne Een (VRT) et consacrée à la vie des hémicycles flamands et fédéraux. Elle est systématiquement citée par les représentants désireux de voir les débats parlementaires trouver une niche à part entière parmi la couverture de l'actualité politique en Communauté française. Dans une moindre mesure, les programmes *Terzake* et *De zevende dag* sont évoqués à titre exemplaire.

# Analyse de la situation belge

Dans le paysage audiovisuel français, l'émission *Cent minutes pour convaincre* de France 2 est placée aux antipodes des débats dominicaux belges francophones. Le nombre d'intervenants et le temps de parole imparti contribuent à en faire le débat d'idées tant attendu par les mandataires considérant qu'il n'existe pas de réelle émission politique sur nos chaînes. Les représentants politiques pointent encore les émissions *France Europe Express* et *Culture et dépendances*, ainsi que la brève émission quotidienne *Les quatre vérités* diffusée en début de matinée sur France 2.

En revanche, c'est également dans les champs de l'audiovisuel flamand et français que nombre de nos interlocuteurs identifient des mises en scène spectaculaires du politique et une perméabilité des frontières vie privée-vie publique plus poussée qu'en Communauté française. Dans le premier cas de figure, une émission est pointée régulièrement du doigt : *De laatste show*. Le mélange des invités auquel cette émission procède, les registres qui y sont abordés, entrecoupés d'interludes musicaux et de séquences de reportage au second degré, contribuent à franchir un pas vers un mélange des genres – avancé – que tous les francophones n'acceptent pas. Les avis convergent pour nuancer cette perméabilité dans le sud de la Belgique où le représentant politique serait encore libre de doser ce qu'il souhaite ou non dévoiler. Mise en scène et porosité public-privé dans les émissions politiques posent la question des genres télévisuels.

## Le débat - talk-show : la polémique télévisuelle

Polémique, conflit, conflictuel, agressif, chaos, foire d'empoigne, confrontation, provocation, affrontement, engueulade, bagarre, joutes et cacophonie : tels sont les qualificatifs attribués aux débats. Néanmoins, les interlocuteurs opèrent une distinction entre les deux débats dominicaux. Celle-ci est apparente lorsque l'on observe la distribution de ces termes par chaîne. En effet, ce registre d'altercations est généralement accolé à l'émission *Controverse* ou employé pour désigner un état d'esprit général dans ces débats. Peu d'occurrences sont associées à *Mise au point*. Les interlocuteurs tempèrent également leurs propos au sujet de la RTBF en précisant : « ça va encore » ou « c'est moins marqué », etc. Certains mandataires publics résumant cette partition en parlant de « sensationnalisme » vs de « travail scientifique », d'autres parlent plus modérément d'approche « événementielle » vs « approche positiviste ».

Quoi qu'il en soit, le registre de la querelle traverse le corpus d'entretiens. L'énonciation dépasserait le registre de la contradiction, consistant à « apporter un point de vue contraire à un autre déjà exposé », pour s'inscrire pleinement dans celui de la polémique. Cette énonciation polémique serait mise en œuvre via plusieurs procédés :

- « Il faut qu'il se passe quelque chose, alors il y a les beaux mots, les phrases choc, les phrases slogan, les engueulades sur les plateaux... L'animateur qui renforce ça, quand quelqu'un commence à exprimer une idée de fond et que ça devient moins animé, moins vivant, l'animateur lui coupe la parole et passe au suivant ».
- « On ressent la recherche du conflit dans le casting, on le ressent dans le scénario de l'ordre des questions, dans la manière dont ils les réinterpellent, ou ils passent au suivant, etc ».

Certaines techniques seraient utilisées plus spécifiquement par l'animateur de la chaîne privée : « *Vrebos met dans le ton de sa question une partie de la rage ou de l'impertinence du citoyen. Vrebos, il a un art pour faire monter la sauce, et pour poser des questions faussement naïves* ». Cependant, il semble que le climat général de « *guerre verbale* » dont nos interlocuteurs tentent une définition s'apparente davantage à une polémique de ton qu'à une polémique de fond basée sur un échange argumenté. En effet, elle est une pure monstration d'un affrontement.

Ce dissensus, manifestement présent sur les plateaux des deux principales chaînes francophones, si l'on en croit les interviewés, serait accru par une autre dimension de l'énonciation : la présence de témoignages. Ce que dénonce un quart des mandataires interrogés, c'est l'instauration d'un témoignage particulier en archétype de la parole du citoyen. Dans la même veine, les interviewés s'interrogent sur la manière de trier les appels téléphoniques ou courriels diffusés à l'antenne et mettent en cause leur représentativité ou « *valeur statistique* ». Ces témoignages permettent dès lors de franchir un pas vers l'engagement de l'instance énonciatrice.

# Analyse de la situation belge

Le degré d'engagement constitue, en effet, le deuxième volet de l'examen de l'instance énonciatrice. En effet, ce thème a été abordé spontanément par 54% des personnalités interviewées. Par engagement, nous entendons « *le fait que l'énonciateur manifeste plus ou moins sa propre opinion ou ses propres appréciations dans l'analyse qu'il propose ou dans la façon de mettre l'événement en scène* ». La deuxième considération nous intéresse au premier chef puisque le dispositif conversationnel mis en œuvre par l'animateur (distribution de la parole et des interventions), sa composition des plateaux d'invités (choix des invités et priorité aux représentants des partis) et sa « starisation » constituent les principales références de notre corpus. Alors que les prises de positions partisans constituaient l'un des griefs formulés à l'encontre de l'offre de programmes de la chaîne publique, l'engagement de l'instance énonciatrice semble viser au premier chef les représentations relatives à la chaîne privée.

D'un point de vue global, les interviewés affirmeront par exemple que « *le rôle du journaliste est très important parce qu'il peut couper la parole à quelqu'un. Il peut, au contraire, laisser parler quelqu'un un peu plus longtemps. Il peut donner la parole d'abord à l'un, puis à l'autre. Donc, fatalement, son rôle n'est pas neutre* ». D'un point de vue particulier ils préciseront, par exemple : « *Vrebas arrête vraiment beaucoup plus vite les personnes et quelque fois il n'y a même pas l'expression d'une idée qu'il arrête. Le débat est tronqué* ».

Une différence assez nette entre les deux instances énonciatrices résiderait dans le processus de « starisation » ou de « vedettisation » de l'un des animateurs. En réalité, il semble que cet engagement de l'instance énonciatrice aille de pair avec le processus de construction d'une énonciation polémique. Aux dires de nos interlocuteurs, le présentateur ne se borne pas à mettre la polémique en spectacle mais à assurer la polémique grâce à son opacité dans le débat.

Le regard critique posé par les personnalités politiques interviewées sur les plateaux des émissions dominicales pourrait s'expliquer, pour partie, en raison de l'orientation que prend la dimension pragmatique de la communication politique dans cet « espace de conflit ». Cette recherche de « l'interaction agonistique » entre discours différents fonderait la relation entre l'émetteur-politique et le récepteur-télespectateur sur un postulat de différence et non d'égalité.

## Les émissions de divertissement : l'homme ordinaire

Les éditeurs de services procèdent parfois à l'invitation de représentants politiques à certaines émissions qui dépassent le cadre de représentation habituel du politique à la télévision. Jeux télévisés, variétés ou émissions spéciales à vocation non politique, nous les avons regroupés sous l'intitulé générique de « divertissement » en raison de la prépondérance de leur composante ludique. Nous avons demandé aux mandataires s'ils accepteraient de participer à une émission de divertissement. Les réponses obtenues ne sont pas en une seule teinte. Nous observons en effet une petite frange de « non » catégoriques assortie d'une vaste série conditionnelle de « ça dépend ». Celle-ci est très hétérogène tant les opinions qu'elle recouvre s'apparentent parfois à des oui, parfois à des non. Près de 2/3 des mandataires publics interviewés sont *a priori* favorables à une participation. Observons les arguments avancés pour refuser une participation. D'abord, dans le registre des « non catégoriques » – qui totalisent 16,5 des 37,5% d'*a priori* défavorables – les arguments se partagent entre une dégradation de l'image de la classe politique et l'instauration d'une voie de garage pour la compréhension politique. Ensuite, dans le reste de la catégorie, la proportion d'inconvénients identifiés prend le pas sur les avantages.

Pour certains, dans la difficile équation qui préside à la décision, il convient de ménager les considérations éthiques (la personne comme substitut du programme) et les risques encourus (avoir l'air grotesque) avec les impératifs électoraux (tant au point de vue individuel qu'au point de vue collectif du parti). Ainsi, avoir un *a priori* défavorable ne signifie pas automatiquement refuser une invitation.

L'examen des *a priori* positifs à l'égard d'une participation mérite que l'on procède à un comptage des arguments. En effet, parmi les 26 arguments énoncés pour justifier leur concours à un programme de divertissement, les personnalités politiques interviewées usent à 12 reprises du registre des valeurs communes. Au premier chef apparaît « l'humain » associé aux vertus démocratiques. Bref, près d'un représentant sur deux, *a priori* favorable à une participation, invoque le registre de « l'homme-la

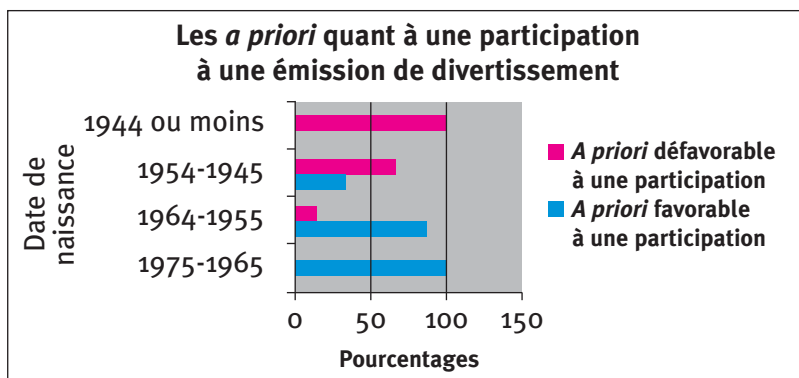
# Analyse de la situation belge

femme ordinaire ». C'est le politique-miroir, humain comme tout le monde, « avec ses moments de joie et de désespoirs ». La dynamique identitaire nous semble pouvoir être assimilée à un processus de « projection-identification », d'autant plus que cet homme ordinaire parvient au récepteur par l'entremise de l'image.

Les 50% d'arguments qui ne puisent pas dans le registre des valeurs communes peuvent être résumés en trois axes. Tout d'abord, les programmes ludiques sont « grand public », y prendre part constitue donc une opportunité pour toucher un maximum de citoyens en une fois. Ensuite, ils permettent de se faire connaître auprès d'un public différent de celui qui suit les émissions politiques. Il y a donc un avantage en termes de notoriété : « la notoriété, ça fait partie de notre job, à tort ou à raison ». Enfin, le cadre détendu de ces émissions interagirait avec l'image de la personne pour la rendre sympathique. Il y a donc un bénéfice de popularité (comme pour le registre de « l'homme ordinaire » du reste). S'ils concèdent qu'il existe nombre d'avantages à se prêter au jeu des émissions ludiques, les représentants appartenant à cette catégorie n'en conditionnent pas moins leur participation à l'un ou l'autre de ces principes:

- Ne pas apparaître grotesque : « je travaille beaucoup, je fais mon travail sérieusement. Je ne vois pas pourquoi je mériterais d'être ridicule ». Néanmoins, tous les mandataires interrogés ne semblent pas placer la barre du ridicule au même niveau ;
- Pouvoir faire passer un message dans l'émission, être en mesure d'y « relayer certains combats » ;
- Jouer le rôle du politique, c'est-à-dire ne pas être interchangeable avec n'importe quel citoyen présent sur le plateau ;
- Ne pas banaliser la fonction publique ;
- Quant au registre de la vie privée, il s'agit d'une balise extrêmement élastique ;
- Enfin, cette participation ne peut pas devenir la règle.

Pour conclure cette section relative aux émissions de divertissement, tentons de dépeindre un tant soit peu ces deux chiffres impersonnels de 62,5% de mandataires *a priori* favorables et 37,5% *a priori* défavorables. Il semble ainsi intéressant d'étudier l'effet de la variable âge sur la constitution des *a priori* :



Il semble que l'année de naissance de nos interlocuteurs soit effectivement déterminante pour leur réponse. En effet, au plus ils sont âgés, au plus ils partent d'un *a priori* défavorable. Inversement, au plus ils sont jeunes, au plus ils partent dans un état d'esprit favorable. Ainsi, du point de vue des extrémités de classes, nous n'observons aucun *a priori* défavorable chez 30-40 ans contre aucun *a priori* favorable chez les plus de 61 ans.

## Emissions électorales et mélange des genres

Nous avons interrogé nos interlocuteurs sur trois émissions diffusées au cours de la campagne électorale de 2004 : « Destination élections », « Pour qui voter ? » et « Face à l'électeur ». Les avis sont tellement contrastés selon les émissions que l'on ne peut aborder le thème de l'interpénétration générique comme un bloc monolithique.

# Analyse de la situation belge

## Destination élections et le mode authentifiant

L'émission *Destination élections* relève d'une construction inspirée par les fictions télévisuelles. Pourtant, les représentations qu'en donnent nos interlocuteurs lui confèrent un important « effet d'authenticité ». Celui-ci peut s'expliquer par deux raisons. Premièrement, les invités sont confrontés à des situations de terrain choisies en fonction des dossiers qu'ils traitent. Deuxièmement, à de rares exceptions près, les hommes politiques rencontrent sur ce terrain des interlocuteurs anonymes qui leur font part de leurs remarques ou de leurs commentaires dans le feu de l'action. Ces interventions sont donc, en principe, non calculées et soumises à l'aléatoire, ce qui participerait au « naturel » de la situation. Ces deux critères apporteraient ainsi des gages d'authenticité à l'émission. Malgré la présence de caméras et le cadre particulier d'une campagne électorale, certains mandataires interviewés dépeignent « *Destination élections* » sous le mode quasi authentifiant, la présentant comme une découverte de « leur monde », scénarisée, certes, mais non simulée.

Les risques identifiés concernant une participation à cette émission résident précisément dans un glissement de l'émission du mode authentifiant au mode fictif. Ce glissement paraît être en mesure de se produire dès lors que l'instance énonciatrice conserve exclusivement un certain type de passages de cette situation non simulée : « *À certains moments, on pouvait être bien, pendant 95% du temps. Si vous dérapez 5 %, c'est les 5% de dérapage que l'on va retenir. Donc c'est particulièrement périlleux, surtout quand vous êtes exposés en situation réelle où vous pouvez avoir un "zygomar"* ». En bref, c'est risqué.

## Pour qui voter ? et Face à l'électeur : le mode ludique

Les émissions *Pour qui voter ?* et *Face à l'électeur* présentent un point commun : toutes deux recourent aux outils des jeux télévisés. Nous avons donc demandé à nos interlocuteurs s'ils étaient ou non favorables à l'introduction d'un aspect ludique dans une émission de campagne électorale. Les réponses enregistrées permettent de séparer l'échantillon en deux groupes :

	Effectifs	Pourcentages
Favorables	12	50
Défavorables	9	37.5
Non réponse	3	12.5

Les avis sont un peu plus mitigés quant à l'introduction d'un aspect ludique au sein de programmes politiques – qui plus est d'émissions électorales, identifiées comme le cœur des programmes politiques – que quant à une participation à un programme réellement ludique (divertissement). Pourquoi certains interlocuteurs sont-ils favorables à une interpénétration des genres ? Cette catégorie de mandataires publics énonce quatre types d'arguments : lutter contre l'ennui et le zapping, apprendre plus facilement, intéresser une plus grande frange de la population à la chose publique et forcer à la clarté du message. Une fois encore, c'est le registre des valeurs communes qui prévaut : réintégrer dans l'espace public les citoyens égarés. À cet égard, le principal grief formulé par l'autre catégorie d'interlocuteurs, défavorable au mélange ludique-politique, peut être interprété comme un brouillage de l'espace public. En effet, cette catégorie de mandataires considère qu'il ne faut pas faire jouer l'homme public-politique. Mixer le politique et le jeu, ce serait dévoyer le premier, le faire « sortir du chemin » qui est le sien. C'est précisément pour cette raison que près d'un tiers des mandataires favorables à une participation aux émissions de divertissement est défavorable au mélange des genres. Dans le premier type de programme, l'homme politique n'insiste pas sur son caractère d'homme public, il est « comme tout le monde », avec ses forces et ses faiblesses. En revanche dans les émissions hybrides, le programme garde son caractère politique et le mandataire public y est présent en raison de son statut. Dès lors, c'est l'homme public que l'on fait jouer et non le citoyen, il y a un brouillage des repères dans l'espace public.

La participation aux émissions de divertissement pose pour certains une question de déontologie. Ils sont uniquement trois à avoir évoqué ce terme en tant que tel, mais il revient à d'autres moments dans les interviews. L'univers de représentations des transgressions journalistiques est focalisé sur le respect des personnes – respect de la vie privée. Néanmoins, des remarques relatives à la recherche de la vérité pointent en périphérie. Ainsi, certains mandataires associent les témoignages diffusés au cours des débats dominicaux à des généralisations abusives : « *On tire d'une situation particulière des*

# Analyse de la situation belge

*éléments de l'analyse d'une situation générale* ». D'autres considèrent qu'il y a sur certains dossiers des failles dans la présentation des diverses facettes qui le composent.

Par ailleurs, 46% des politiques interrogés abordent la thématique du respect de la vie privée. Ces mandataires s'accordent pour dire que la perméabilité de la frontière vie privée / vie publique est assez limitée en Communauté française comparativement à la Flandre par exemple. En outre, certains distinguent le respect de la vie privée à la télévision de celui mis en œuvre par la presse magazine. Celle-ci transgresserait plus vite certaines limites au travers des reportages photos, par exemple. La frontière vie privée-vie publique est mouvante, elle dépend aussi de ce que le personnel politique veut bien donner à voir au téléspectateur. Tous ne fixent pas les limites au même seuil.

La déontologie politique pose clairement, dans les représentations de nos interlocuteurs, la question de la mise en scène du politique par le politique lui-même. Elle renvoie non seulement à la personnalisation de la communication politique en découvrant une part de sa vie privée, aux disputes ou règlements de compte via les médias ou encore à l'instrumentalisation de la télévision par le personnel politique. Les phénomènes identifiés participent en fait à la construction d'un ethos télévisuel. Cet ethos, c'est l'image que l'orateur donne de lui-même auprès du public. Lorsqu'il prend la posture de l'homme ordinaire ou découvre sa vie privée, le représentant politique projette une identité dans un champ social déterminé, il ne laisse pas s'échapper son identité. D'où l'importance des stratégies de communication.

## La stratégie

Nous avons demandé aux représentants politiques comment ils concevaient une bonne communication politique via l'audiovisuel. Les réponses obtenues se répartissent comme suit :

	<i>Effectifs</i>
Utiliser les mots des gens	7
Naturelle	5
Succincte	4
Construite sur le fond	2
Dans l'actualité	2
Ajustée à son image	1
Empathique	1
Donner une impression de franchise et de sérénité	1
Adaptée à ce que le téléspectateur vit	1
Avoir une attitude relax	1

La communication politique mise en œuvre par le discours semble donc modulée par le respect de la « règle des 4 C : clair, court, cohérent, crédible » formulée par Jean-Marie Cotteret. Par ailleurs, quelques items ne renvoient pas à ce que l'orateur dit mais bien à ce qu'il montre au travers de son discours : la communication doit être naturelle, fondée sur une attitude relax et donner une impression de franchise et de sérénité. Ces items se rapportent clairement à l'ethos. En effet, ils visent une image de soi que donne l'orateur au travers de ce qui est montré dans son discours.

## Le « media training »

Pour parvenir à maîtriser ces composantes de la communication non verbale, certains mandataires recourent à un « media training ». Cette formation à la communication télévisée est cependant loin d'être généralisée parmi ceux que nous avons rencontrés. Moins de la moitié a reçu cette formation. Néanmoins, il semble que la fonction exercée dans le système politique ne soit pas sans conséquences sur la réponse fournie. Seuls 28,5% des parlementaires qui se sont prêtés à l'entretien ont suivi une formation à la communication télévisée contre 66,7% des ministres. Son usage différerait ainsi en fonction du degré d'exposition médiatique. Cette hypothèse semble corroborée par le fait que les parlementaires qui ont répondu « oui » à cette question ont exercé, pour moitié, des fonctions ministérielles antérieurement.

Parmi les 56% de mandataires publics qui n'ont pas suivi de formation, les avis sont partagés quant aux nécessités de s'en remettre à de tels modules. Certains considèrent que cette pratique n'est

# Analyse de la situation belge

pas suffisamment ancrée dans l'état actuel du système politique belge ; d'autres, en revanche, refusent cette formation par rejet d'un système politique qu'ils estiment gangrené par la communication. Un certain nombre de nos interlocuteurs préfèrent se référer à leur expérience personnelle. Enfin, quelques-uns regrettent de ne pas avoir suivi de formation et/ou envisagent d'en suivre une.

En dépit de ces pratiques contrastées, presque tous les mandataires publics que nous avons rencontrés ont « *reçu des conseils sur le tas* ». Le plus souvent, il s'agit de recommandations très pragmatiques – ne pas mettre les mains dans les poches, ne pas mettre de tailleur à carreaux, se raser soigneusement... – formulées par les attachés de presse ou autres conseillers. La frontière peut sembler ténue avec un « *media training* », néanmoins il semble que cette pratique s'en différencie sur quelques points : les conseils sont fournis lorsque le besoin s'en fait sentir, souvent *a posteriori*, ils ne s'inscrivent pas dans la durée comme c'est le cas d'une formation et sont fournis par des proches du mandataire public. Ces évolutions seraient relativement récentes dans le paysage politique belge.

## Perspective diachronique

La mise en œuvre de ces stratégies communicationnelles a introduit des évolutions dans les modes de présentation du politique à la télévision, et notamment dans les discours que tiennent les mandataires publics devant les caméras. Parmi les évolutions décrites, 63,2% sont focalisées sur l'image et la mise en scène du discours. En effet, d'une part, le fond de la communication politique serait relégué à l'arrière-plan de l'impression générale laissée au téléspectateur-citoyen et de la nécessité d'apparaître à l'écran. D'autre part, chaque apparition télévisée serait minutieusement intégrée dans des scénarios préétablis et ne laisserait plus de place pour la spontanéité.

Le reste des variations observées dans le discours politique peut être synthétisé comme suit : certains affirment que la prégnance de la communication politique « *scientifiquement étudiée* » a aseptisé le discours et contribué à faire disparaître les affrontements idéologiques. D'autres considèrent que la communication se professionnalise pour être en mesure de répondre aux exigences médiatiques. Enfin, les deux dernières évolutions concernent davantage les personnes que le discours. La première met en évidence l'inégalité de fait entre les légitimités électorale et cathodique : « *J'ai connu des mandataires qui étaient d'excellents travailleurs de fond mais qui étaient de mauvais orateurs et qui ne se sont jamais fait une notoriété* ». Dans le même ordre d'idées, il peut y avoir un décalage entre les légitimités cathodique et décisionnelle : « *Vous avez de plus en plus de ministres qui sont là pour la galerie. À la rigueur ils sont sympas, donc ils font des voix, donc on les nomme ; vous avez ma parole d'honneur qu'ils ne décident rien* ».

En outre, il semble intéressant d'observer quel type de mandataire public se désole de voir le discours de fond de la classe politique relégué derrière l'image et la mise en scène. En procédant à un croisement de cette variable avec celle des *a priori* quant à une participation aux émissions de divertissement, 75% des mandataires publics « *dénonçant* » un discours politique de plus en plus axé sur l'image et la mise en scène se montrent pourtant *a priori* favorables à une participation aux émissions de divertissement. Or, lorsqu'ils se présentent comme des hommes ou des femmes ordinaires dans ces programmes, ils donnent à voir une image d'eux-mêmes qui est minutieusement contrôlée.

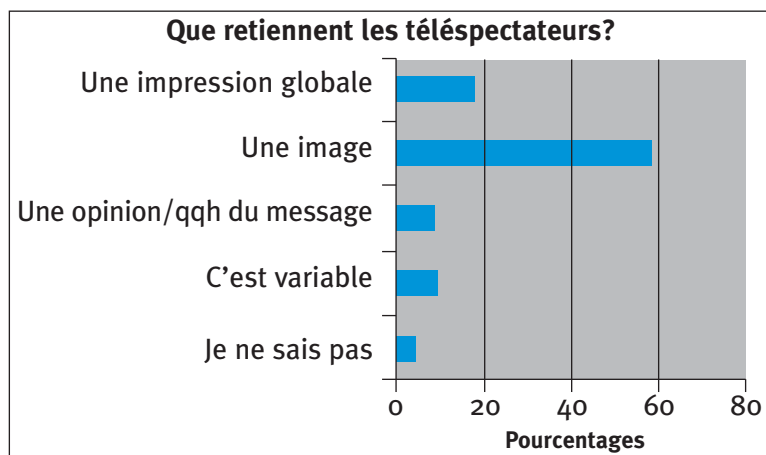
## Le visage du récepteur

Les informations que les mandataires publics reçoivent en retour de ces prestations télévisées sont variables selon le profil sociologique des récipiendaires du message. En effet, la rétention du fond du message augmenterait avec le degré de conscientisation politique – et d'intérêt porté au sujet traité. Les commentaires en provenance du grand public (par e-mail, par courrier, en rue, etc.) sont donc essentiellement formels. C'est en tout cas ce qu'affirment 62,5% de nos interlocuteurs.

Si l'information de retour provient surtout sur les aspects formels, il faut s'interroger sur la rétention du contenu. Voici les réponses obtenues :



# Analyse de la situation belge



59% des interviewés penchent en faveur de la rétention du montré plutôt que du dit. *A priori*, ce chiffre pourrait témoigner de ce que les praticiens du marketing politique appellent « *une perte d'effectivité du message* ». Celle-ci se fait, semble-t-il, au détriment du fond, mais elle laisse la porte ouverte à la construction d'un ethos télévisuel.

## La position référentielle

Si les débats dominicaux deviennent, à leur tour, des hauts lieux de construction de l'ethos, certaines interventions de la réalisation tendent à diminuer le contrôle de l'identité que visent à y projeter les représentants politiques. Du point de vue de la gestion des espaces et des masses dans le studio (le « *dispositif scénographique* »), près d'un représentant politique sur quatre porte un regard critique envers le dispositif de gradins mis en œuvre par la chaîne publique. Au sujet de *Controverse*, 25% de nos interlocuteurs estiment que l'emplacement des objets dans le studio (les tables en vis-à-vis), le positionnement physique des protagonistes du débat ainsi que du présentateur interagissent avec la stratégie du débat en termes de contenu. Le dispositif scénographique participerait ainsi à l'énonciation polémique, à la valeur purement relationnelle de l'opinion et à la « *vedettarisation* » de l'instance énonciatrice. Par ailleurs, les dispositifs de « *mise en cadre* » – cadrage et éclairage – et de montage auxquels recourt la télévision semblent déposséder un peu plus le représentant politique du contrôle qu'il exerce sur son image. En revanche, l'absence de montage dans les débats dominicaux gommerait sur ce point la construction mise en œuvre par l'instance de monstration.

## Conclusion des entretiens

Pour conclure, nous tenterons de répondre aux deux questions que nous avons définies initialement : quel est le regard porté par le personnel politique sur l'évolution des émissions politiques ? ; quel est le rôle des politiques dans les transformations de la communication politique à la télévision ?

Nous ne pouvons pas affirmer qu'il existe aux yeux de la majeure partie de la classe politique une dérive spectaculaire dans les programmes de télévisions diffusés en Communauté française. En effet, les résultats doivent être beaucoup plus nuancés. Si un tiers de nos interlocuteurs affirme que le spectacle devient effectivement une réelle dérive dans ces programmes, 20% considèrent que le sud du pays demeure dans des dosages tout à fait corrects, et un peu plus de 40% préfère parler de mise en scène, ce qui diminue la portée spectaculaire de la construction des émissions.

Cette mise en scène est le plus petit commun dénominateur qui fédère l'univers des représentations. Pour nos interlocuteurs, elle transparait surtout au sein du terrain auquel nous nous y attendions le moins *a priori* : celui régi par le contrat d'information. En effet, ce sont les débats dominicaux et leur monstration d'une polémique exclusivement formelle qui sont visés au premier chef. La guerre verbale, favorisée par le nombre très élevé d'invités et la réduction maximale du temps de parole, ne permettrait pas de procéder à un réel échange d'arguments. D'où l'exclusion des débats dominicaux de la sphère de représentation politique lorsqu'il s'agit de définir cette dernière comme un débat d'idées. Au second plan de la mise en scène du politique surgit une caractéristique inhérente à la culture médiatique :

# Analyse de la situation belge

son éphémérité. Culture de la rapidité et du flux, elle favoriserait une « sloganisation » du débat politique, une perte de distance critique et dans certains cas une usure de l'image des mandataires publics. Cependant, la mise en scène que ces caractéristiques intrinsèques instaurent est justement propre à la culture médiatique en tant que telle et non à un quelconque état du paysage audiovisuel en Communauté française.

En revanche, la participation de représentants publics aux émissions qui sortent du cadre politique, telles que les émissions de divertissement, est plutôt bien accueillie : 62.5% des mandataires interviewés y sont *a priori* favorables. Nous pouvions nous attendre à ce que cette participation soit le point central d'une identification des mises en scène du politique. Ce n'est donc pas le cas, car ce dernier s'y rend en tant qu'homme ou femme ordinaire et non bardé de ses attributs publics. Cette nuance explique d'ailleurs la différence de pourcentage avec la catégorie des *a priori* quant à une introduction d'un aspect ludique dans une émission politique (de campagne électorale plus précisément). Dans ce type d'émission hybride, le mandataire est présent en raison de son statut. C'est l'homme public qui doit tourner une roulette, donner une cote ou achever une phrase. Certains mandataires y voient donc plus facilement une forme de spectacularisation. D'autres, par contre, y entrevoient un bénéfice démocratique, en facilitant une réintroduction des citoyens égarés dans l'espace public.

Quelles que soient les remarques que formulent les représentants politiques à l'égard de ce panel d'émissions, y prendre part est identifié, par la majeure partie d'entre eux, aux règles du jeu politique. Participer à divers genres télévisés peut d'ailleurs s'avérer fondateur et complémentaire pour la communication politique. Ainsi, les mises en scène identifiées par nos interlocuteurs semblent bien être le produit d'une évolution conjointe du message médiatique et de la communication politique. 41.6% de nos interlocuteurs parlent d'ailleurs explicitement de « co-responsabilité » entre ces deux acteurs dans la mise en scène. Si les chaînes de télévision invitent les représentants politiques aux émissions de divertissement, ces derniers y joueront la carte du « *common man* », ils « personnalisent » le message à destination du récepteur. La relation qui s'établit avec ce dernier à l'occasion d'une émission purement ludique est ainsi bâtie sur l'égalité et non la différence comme dans les programmes dominicaux. Il y a donc un bénéfice en termes de complémentarité pour la communication politique. En outre, si tous les mandataires interrogés s'accordent à dire que la perméabilité de la frontière public-privé est assez limitée, elle dépend aussi de ce que la classe politique veut bien dévoiler face aux caméras. À cet égard, nous avons noté que tous ne placent pas le curseur au même endroit.

Enfin, les propriétés de la culture médiatique déteignent quelque peu sur la classe politique. 44% de nos interlocuteurs ont d'ailleurs suivi un « média training » pour s'y adapter. Cependant, les mandataires publics peuvent de temps à autre exploiter ces caractères de rapidité, de flux et de volatilité, en effectuant une importante sortie politique à l'heure d'un JT par exemple. Toutes ces caractéristiques convergent vers la construction d'un ethos télévisuel dans le chef du politique. Cet ethos, c'est une image de soi, la facette sociale de son identité que vise à faire apparaître le représentant politique auprès du récepteur du message. Avec l'ethos, nous sommes au coeur de *l'affect*, du *montré* plutôt que du *dit*. Il semble que la télévision, son rapport à l'image et les mécanismes de « *projection-identification* » qui caractérisent l'état du spectateur d'images, constituent des supports de choix pour la mise en œuvre de ces ethos. La communication politique valorisant l'ethos plutôt que le logos, et la mise en scène télévisuelle du politique agiraient ainsi de concert dans l'évolution des émissions politiques télévisées.

## ANALYSE DES QUESTIONNAIRES AUX PARLEMENTAIRES

Si le regard porté par les représentants du pouvoir législatif est susceptible d'être différent de celui des personnalités politiques interrogées en face à face, c'est peut-être en raison de leur degré d'exposition aux caméras. Parmi les députés communautaires, 38% d'entre eux n'ont pris part à aucune émission au cours de la période étudiée. Qui plus est, la catégorie des parlementaires de la Communauté française est relativement hétérogène : 71% des répondants totalisent de zéro à trois passages télévisés en deux ans, alors qu'une frange de 29% a été exposée entre quatre et neuf fois aux caméras sur cette même période.

# Analyse de la situation belge

Notons encore que le taux de participation aux émissions télévisées doit être appréhendé dans le contexte temporel visé par le questionnaire. En effet, ce dernier inclut une période de campagne électorale au niveau des entités fédérées, ce qui augmente sans aucun doute le « taux de médiatisation » des députés : 40% des raisons invoquées pour motiver une participation se rapportent à la campagne électorale. En d'autres temps, le taux de 38% de non-participation pourrait être plus élevé.

Enfin, les canaux au travers desquels les députés véhiculent leur communication divergent aussi de notre groupe d'interlocuteurs précédent : les parlementaires de la Communauté française sont exposés au premier chef (pour 43%) aux caméras des télévisions locales.

## L'univers de représentation du politique à la télévision

Une première lecture des résultats met en exergue que les répondants éludent le temps électoral et se focalisent exclusivement sur le temps « usuel » de représentation du politique. En effet, près de la moitié des définitions collectées délimitent l'univers des programmes politique *a contrario*. Cela signifie que leurs énonciateurs définissent une émission politique en opposition à ce qui se fait actuellement le dimanche sur RTL et sur la RTBF. En voici une brève synthèse. Une émission politique est :

- un débat sérieux, évitant le sensationnalisme ;
- un débat politique avec un animateur à la hauteur ;
- un débat avec un animateur sans appartenance politique ;
- une émission qui ne débouche pas sur une épreuve de force, une confrontation de partis ;
- une émission où chacun peut s'exprimer sans être interrompu à tout moment ;
- une émission diffusée à une heure de grande écoute.

À ce premier niveau définitionnel, constitué des griefs formulés à l'encontre des programmes offerts, vient se greffer une pluralité de définitions qui recoupent celles énumérées au cours des face-à-face. Le débat contradictoire, démocratique, de société, bref, le débat d'idées demeure toujours en bonne place. Il est accompagné du positionnement partisan. En revanche, ce qui constitue un trait original dans les définitions fournies par les élus communautaires, c'est la référence récurrente au citoyen ainsi qu'à la vie de la cité. Si l'on y ajoute les définitions presque tautologiques selon lesquelles une émission politique traite d'un dossier politique ou relate un fait politique, nous sommes en mesure d'affirmer que les parlementaires ramènent au centre de l'univers de représentation du politique ce que la majorité des personnalités politiques avaient placé en périphérie. Ce faisant, ils élargissent le champ du politique à la télévision.

En dépit de cet élargissement, le nombre d'émissions remplissant ces critères définitionnels et méritant par voie de conséquence le qualificatif de « politique » se voit diminué. En effet, si 62,8% des mandataires publics que nous avons interrogés en face-à-face qualifiaient *Controverse* de « politique » après avoir fourni une définition de ce type d'émission, ils ne sont plus que 33% du côté des députés communautaires qui ont répondu par questionnaire. Il semble que les « définitions *a contrario* » y soient pour beaucoup dans le faible pourcentage obtenu. L'émission *Mise au point*, quant à elle, obtient un pourcentage à peu près semblable à celui acquis précédemment : 62% contre 66,6. Il en va de même pour les J.T. En revanche, l'émission *L'invité* est évoquée nettement moins spontanément.

## Caractéristiques idéales d'une émission politique

À la question « *Quelles seraient, selon vous, les caractéristiques idéales d'une émission politique à la télévision ?* », les parlementaires répondent par des critères de fond et de forme. Ceux-ci prennent non seulement le contre-pied de ce qui est proposé par les programmes dominicaux de RTL et de la RTBF, mais ils fédèrent également les principaux points forts attribués aux programmes proposés à l'extérieur de la Communauté française. En effet, les émissions *Cent minutes pour convaincre* et *France Europe Express* sont, une fois encore, érigées en « modèles » à suivre pour des raisons inhérentes à la qualité des journalistes-animateurs, à la conduite et à la structuration du débat, à la composition des plateaux, à la sélection des sujets, à la programmation et enfin, pour des raisons d'« attractivité » du public.

Du point de vue des qualités de l'animateur de débat, deux tiers des participants ont pointé la nécessité d'être en présence d'un journaliste bien documenté, impartial et pas trop intervenant.

# Analyse de la situation belge

La question de la partialité des animateurs des chaînes belges francophones constituait déjà une thématique récurrente dans les propos des personnalités politiques médiatiques. Ils étaient 54% à dénoncer une manifestation de l'engagement de l'instance énonciatrice dans l'analyse qu'elle propose ou dans la manière de mettre en scène l'événement. Ils sont ici 30% à énoncer explicitement qu'une bonne émission politique doit obligatoirement comporter un animateur neutre.

Concernant la conduite et la structuration du débat, l'émission politique idéale ne devrait pas verser dans le « sensationnalisme », la « politique-spectacle » voire le « populisme », caractéristiques énoncées par certains en vue de marquer une différence avec les programmes proposés en Belgique francophone. Gravitent autour de cette recherche de sensationnel, la question de l'équilibre et du respect du temps de parole imparti à chaque intervenant, mais aussi celle du mimétisme des chaînes de télévision. Nous touchons ici à la thématique d'un éventuel nivellement dans la conduite des débats dominicaux telle que soulevée lors des entretiens. Si les programmes *Cent minutes pour convaincre* et *France Europe Express* sont érigés en types idéaux, c'est principalement en raison de la longueur du temps de parole qu'ils attribuent aux intervenants, ce qui permettrait non seulement d'éviter « les foires d'empoignes » mais aussi d'aborder les sujets en « profondeur », de développer un « discours structuré » ou plus généralement de mettre en œuvre un « véritable débat d'idées ». Enfin, un plateau d'invités reflétant un pluralisme politique et une programmation à une heure de grande écoute constituent les derniers critères formels caractérisant une émission politique idéale.

Au vu de ces caractéristiques, il semble qu'en dépit de leur moindre médiatisation, les députés communautaires posent des critères d'évaluation des émissions politiques proposées en Communauté française analogues à notre premier groupe d'interlocuteurs et usent des mêmes modèles de référence pour les apprécier.

## La présence des politiques à la télévision

Si les deux groupes se différencient fort peu dans l'appréciation des programmes offerts, ils ne se distinguent pas plus concernant la question de la présence, suffisante ou non, des représentants politiques à la télévision. En effet, dans chaque catégorie de mandataires, une majorité de répondants considère que les représentants politiques sont suffisamment présents à l'écran. Le taux de médiatisation plus faible des parlementaires de la Communauté française laissait penser *a priori* que leur avis aurait été plus nuancé que celui émis par les personnalités politiques médiatiques.

Le « oui » des politiques médiatisés et des députés communautaires se différencie néanmoins sur un point. Dans le premier cas de figure, le « oui » est davantage quantitatif que qualitatif. Quantitativement, les représentants politiques sont suffisamment présents. Ce qui pose question, c'est davantage la qualité de ce qui est donné au téléspectateur, c'est-à-dire la qualité des interventions et des lieux d'expression de la classe politique (pas de grand débat d'idées). Dans le second cas de figure, les députés communautaires s'accordent à dire que la classe politique est suffisamment présente à l'écran. Néanmoins, ils s'interrogent non seulement sur la qualité mais aussi sur la répartition de cette exposition médiatique entre les différents représentants politiques : ce sont « toujours les mêmes sur les deux chaînes en Communauté française ».

Notons que le nombre de passages télévisés que les députés communautaires ont à leur actif au cours de ces deux dernières années semble exercer une incidence sur les modalités de réponse. Cependant, l'association n'est pas celle à laquelle on pourrait s'attendre *a priori*. En effet, ce n'est pas parce qu'un député est peu visible à la télévision qu'il considère que la classe politique n'y est pas suffisamment présente, au contraire. 75% des représentants qui n'ont effectué aucun passage télévisé en deux ans affirment que la présence des politiques est suffisante, contre 71% de ceux qui ont réalisé un à trois passages, 67% de ceux qui ont à leur actif quatre à six apparitions et 33% des parlementaires apparus sept à neuf fois. La réponse semble donc inversement proportionnelle à l'exposition aux caméras.

Nous avons soumis onze propositions aux parlementaires au sujet de l'action de la télévision sur la chose publique et sur les représentants politiques. Nous leur avons demandé d'affirmer leur degré d'adhésion avec ces propositions selon les modalités suivantes : « tout à fait d'accord », « plutôt d'accord », « plutôt pas d'accord », « pas d'accord du tout » et « sans avis ». En regroupant d'une part, les effectifs des deux premières catégories et, d'autre part, ceux des deux suivantes, nous obtenons un double univers de représentations :

# Analyse de la situation belge

Quelle est l'action de la télévision :	Quel est le % de répondants marquant leur approbation avec cette affirmation :
elle crée des personnages politiques	100%
elle valorise les personnes politiques médiatiques	100%
elle permet de mieux comprendre l'actualité politique	81%
elle met en scène le débat politique	76%
elle s'attache d'abord à l'image du politique	71%
elle respecte le politique	71%
elle ridiculise, dans certains programmes, le politique	62%
Quelle N'EST PAS l'action de la télévision :	Quel est le % de répondants marquant leur approbation avec cette affirmation :
traiter suffisamment l'actualité politique du Parlement de la Communauté française	95%
traiter suffisamment l'actualité politique de la Communauté française de Belgique	76%
donner une image correcte de la vie politique	76%
bien refléter les différents éléments du débat politique	52%

Ce tableau met au jour une disparité entre le message formel et le fondamental. Les seules actions de fond de la télévision consisteraient à mettre en scène le débat politique et partant, à permettre la compréhension de l'actualité politique auprès du téléspectateur. Cette actualité ne serait pas n'importe laquelle, puisque celle relative à la Communauté française, et plus précisément à son instance législative, serait très insuffisamment traitée par la télévision belge. En outre, si le médium télévisuel insère le débat politique sur la scène publique, il n'en refléterait pas les différents éléments et ne donnerait pas toujours une image correcte de cette vie politique. Aux dires de certains députés, la télévision ne présenterait que les aspects négatifs de la vie politique, d'autres considèrent que le climat sensationnaliste d'empoignades sur les plateaux de télévision ne donne pas une image « reluisante » de la vie politique. Enfin, quelques parlementaires estiment que l'image des mandataires publics véhiculée par la télévision tend à les abstraire de la population.

L'action de la télévision serait essentiellement concentrée sur les aspects formels : elle valorise les personnes et crée des personnages, elle s'attache en premier lieu à l'image et dans certains cas, ridiculise le politique. Les trois premières caractéristiques renvoient à une « personnalisation » du personnel politique via le médium télévisuel. Dans les représentations de 62% des députés communautaires, la télévision œuvre à une personnalisation élevée du personnel politique. Elle valorise leur personne, comme s'il était possible de s'extraire des personnalités – face sociale et contrôlée de la personne – et aboutit à créer des personnages. La télévision valorise les images, ce qui permet de franchir un pas vers la construction d'un ethos télévisuel. Les députés qui ont répondu au questionnaire se montrent très sceptiques à l'égard de cette personnalisation. En effet, 95% d'entre eux se disent défavorables tant au fait de s'attacher en premier lieu à l'image du politique qu'à celui de créer des personnages. Les avis sont plus nuancés du point de vue de la valorisation des personnes, puisque 52,5% des répondants y sont défavorables alors que 38% considèrent qu'il s'agit d'une bonne chose.

Si 71% des mandataires qui ont répondu à notre enquête considèrent que la télévision s'attache d'abord à l'image du politique, peu d'entre eux ont classé l'une de leurs participations télévisées dans le registre des programmes misant davantage sur l'image. Seules 13% des participations télévisées ont été classées du côté des « programmes misant davantage sur l'image ». Il est intéressant de pointer que l'on y retrouve l'émission *Controverse* par exemple. En revanche, aucune émission diffusée par une chaîne de télévision locale ne s'attacherait au premier chef à l'image. Toutes seraient axées sur le fond du message. D'une manière générale, 49% des répondants classent les programmes auxquels ils ont pris part du côté droit du continuum : celui donnant la primauté au message fondamental. Il semble donc qu'il y ait un décalage entre les représentations quant à l'action de la télévision sur la classe politique en général et ce qui est énoncé à propos du rapport personnel au médium télévisuel.

## Les émissions de divertissement

Environ 30% des personnalités politiques médiatiques que nous avons rencontrées ont pris part à des émissions de divertissement ; par contre, seulement 5% des répondants au questionnaire ont participé à ce genre de programme. En fait, tous les autres n'ont jamais été invités dans de telles

# Analyse de la situation belge

émissions dépassant le cadre politique au sens strict. Les parlementaires se montrent pourtant moins sceptiques à l'égard d'une éventuelle participation. La moitié de tous ceux qui n'ont jamais été invités répondent par un « oui » franc à la question : « *Si vous l'aviez été, y auriez-vous participé ?* ». Un quart d'entre eux réservent leur réponse selon la nature de l'émission de divertissement à laquelle ils seraient invités – « *tout dépend de l'émission* ». Enfin, le dernier quart de répondants rétorque un « non » catégorique à notre question. Ici, l'âge des répondants ne semble plus avoir de prise sur les modalités de la réponse, contrairement aux personnalités politiques médiatiques. Il existe un « nivellement » en faveur d'une participation. Notons que la moindre exposition des députés communautaires aux caméras ne nous semble pas constituer un facteur potentiellement explicatif de ce phénomène. En effet, plusieurs participants qui n'ont effectué aucun passage télé en deux ans réservent leur réponse ou refusent purement et simplement l'éventualité d'une participation. Inversement, nombre de mandataires qui enregistrent à leur actif quatre à neuf passages télévisés au cours des deux dernières années répondent par un « oui » franc à la question de savoir si oui ou non ils accepteraient de prendre part à ce type de programme. Peut-être la volonté de bâtir une communication plus personnelle avec le téléspectateur-citoyen est-elle davantage marquée chez ces élus !

Au départ de l'analyse, nous nous interrogeons sur la question de savoir si, en raison de la position qu'occupent les députés communautaires dans le système médiatique, ils étaient susceptibles de mettre en œuvre un autre mode d'appréhension du traitement médiatique de la vie politique. Il semblerait en définitive que celui-ci ne diffère pas sensiblement du tableau dépeint par les personnalités politiques médiatiques.

Par ailleurs, dans la veine des personnalités politiques médiatiques, les députés communautaires s'accordent à dire que l'action de la télévision se concentre essentiellement sur l'apparence, la forme. Ce qu'elle valorise en premier lieu, c'est l'image elle-même, la silhouette d'un individu. Elle dresse des profils qui donnent l'impression d'escamoter la personnalité des individus afin de pénétrer réellement leur personne. Néanmoins, ces profils regardent en coin l'individu : ce sont des personnages. Ce processus de mise en récit – dont le personnage est un « indice » – est dépeint négativement par les mandataires publics.

Au vu de ces caractéristiques, il semble que le degré moindre d'exposition aux caméras de notre seconde catégorie de personnel politique ne modifie pas en profondeur leur appréhension du traitement médiatique de la vie politique. Si les processus évolutifs dépeints peuvent s'apparenter à un phénomène de mise en scène, celle-ci se fixerait sur les émissions qui *a priori* relèvent du genre politique au sens strict – les débats dominicaux – et sur certaines caractéristiques intrinsèques et fondatrices du traitement médiatique de l'actualité. En revanche, elle n'empêcherait pas, pour la majeure partie des représentants politiques, leur concours aux émissions qui sortent du cadre politique.



## La situation belge et les autres pays européens

**La confrontation entre les émissions politiques présentes dans l'offre de programmes de la Communauté française et celles qu'on retrouve dans d'autres chaînes européennes est intéressante pour saisir les tendances communes, mais aussi les particularités propres aux différentes programmations.**

### UNE ÉVOLUTION LENTE MAIS RÉGULIÈRE

L'analyse des chaînes françaises, qui prend aussi en compte une évolution historique, permet de montrer que quatre tendances lourdes sont à l'œuvre : une relation conflictuelle entre le pouvoir politique qui s'es-time le propriétaire de la télévision et les journalistes qui veulent affirmer leur indépendance rédactionnelle ; une modernisation régulière des réalisations (qui peut engendrer une forme de spectacularisation) ; une professionnalisation des acteurs politiques eux-mêmes qui ont appris à maîtriser l'expression audiovisuelle ; une personnalisation de ces acteurs qui peut aller jusqu'à l'exhibition de leur vie privée.

L'analyse historique montre combien la télévision est un outil de diffusion qui a toujours été contrôlé par le pouvoir politique, plus encore en France qu'en Belgique. Dès lors, les gouvernants (du chef de l'Etat aux différents ministres) ont d'abord considéré la télévision comme un porte-parole du pouvoir en place, et les journalistes comme des relais de la décision politique auprès des citoyens. Progressivement, les rédactions vont tenter de s'affranchir de cette dépendance, à travers une série de conflits plus ou moins violents, plus ou moins larvés. Les interviews d'hommes politiques étaient très limitées, au profit de déclarations officielles sur lesquelles les journalistes n'avaient aucune prise. Et quand les gouvernants acceptèrent cette pratique de l'échange, ce fut d'abord avec des journalistes choisis pour leur proximité avec le pouvoir. Le ton était celui de l'aimable conversation, les questions étaient rédigées à l'avance, la critique ou la polémique étaient exclues. Il faudra attendre le milieu des années soixante pour que de véritables émissions de débat politique voient le jour, dans lesquelles des représentants de différents partis vont défendre des points de vue opposés, et où les journalistes pourront progressivement intervenir pour les soumettre à des questionnements plus indépendants.

S'il y a une conquête progressive de l'indépendance journalistique, celle-ci s'accompagne d'un développement de la mise en forme télévisuelle qui va transformer les plateaux, les modes de tournage, les prises de parole, les rythmes, les contenus eux-mêmes. Et si ces deux évolutions ne sont pas dans un lien de causalité directe, elles ne sont cependant pas entièrement indépendantes l'une de l'autre. En améliorant la maîtrise de leurs outils techniques, en proposant des programmes plus élaborés, les réalisateurs et les journalistes vont progressivement prendre le dessus sur les hommes politiques, parce qu'ils prennent progressivement le contrôle de la réalisation des émissions, et par voie de conséquence, de leur contenu. La caméra cadrant en plan fixe, pendant de longues minutes, le monologue du responsable politique laisse la place à la confrontation des points de vue. On abandonne un modèle monologique au profit du modèle dialogique dans lequel le pouvoir est partagé entre plusieurs instances. L'homme politique n'est plus seul à diffuser la bonne parole, il se trouve confronté à d'autres représentants de l'espace public : responsables politiques d'autres partis, journalistes de la presse écrite ou audiovisuelle, citoyens ordinaires invités comme représentants de la société civile.

Cette diversification des prises de parole, qui va à l'encontre d'un monopole contrôlé par le pouvoir, s'inscrit aussi dans une évolution de l'offre de programme et de la réalisation des émissions. Les émissions politiques, au sens le plus étroit, vont peu à peu se raréfier dans la grille des programmes ; elles sont de moins en moins nombreuses, et reléguées à des heures de moindre audience. Cette raréfaction peut s'expliquer par des raisons externes et internes. Elle est pour partie due à la place moins centrale occupée par le débat politique dans une société qualifiée de post-moderne, où les grands piliers fondateurs de la société, que ce soient les partis politiques, les syndicats, les instances religieuses, voient leur rôle décroître. Les programmes de télévision vont refléter ces évolutions sociales, en accordant davantage de place à des expressions individuelles plutôt qu'à des autorités constituées, et mettre en avant le divertissement plutôt que les débats de société. Une autre cause est peut-être due à la privatisation progressive des éditeurs de services. Les chaînes privées sont moins tenues à un cahier des charges défini par l'autorité de tutelle et vont davantage valoriser les programmes à forte audience, à savoir la fiction et le divertissement, puisqu'elles n'ont plus pour mission première de former et d'informer. Tous

## Les autres pays européens

Les pays européens connaissent une semblable évolution, seuls les rythmes varient en fonction du moment de la libéralisation des marchés. En France, par exemple, les deux chaînes publiques France 2 et France 3 ont assumé 94% de l'expression politique, en dehors des campagnes électorales, pour l'année 2004, contre 6% pour TF1 et M6.

En même temps, la grammaire télévisuelle connaît des évolutions notables, dues aux progrès techniques, mais aussi à l'attention plus grande à une écriture télévisuelle qui se libère à la fois du modèle de la radio et du cinéma. Les plateaux vont s'agrandir, les caméras se multiplier, les interventions en direct sont accompagnées de reportages insérés, le rythme s'accélère. L'austérité des premiers programmes, en noir et blanc, très statiques, qui s'interrogent peu sur l'attractivité du contenu pour un public captif (parce qu'il y a peu d'offre alternative) est remplacée par une mise en scène où la forme devient aussi importante que le fond. S'il y a une spectacularisation des émissions politiques en Europe, elle est d'abord manifeste dans la réalisation des programmes. Aujourd'hui, une émission politique doit être pensée comme un programme télévisuel à part entière, c'est-à-dire que sa réalisation doit être dynamique, que l'image offerte doit être attractive, que le public doit être intégré dans le projet, de manière plus ou moins participative.

L'un des éléments importants de cette évolution est précisément lié à la volonté de ne plus seulement donner la parole à l'émetteur institutionnel (le pouvoir politique), mais aussi au récepteur du message, le public des citoyens et des électeurs. Tantôt, ce sont des témoins qui sont invités en plateau pour interpellier les responsables politiques, tantôt des micro-trottoirs relatifs aux thématiques débattues sont soumis au commentaire des invités en studio. Le public lui-même peut être présent pour constituer un arrière-fond de spectateurs attentifs, mais parfois aussi réactifs.

Face à toutes ces évolutions, l'homme politique n'est pas resté indifférent. Il s'est adapté aux transformations de la télévision, et même s'il a encore des velléités de la contrôler, il a surtout appris à mieux communiquer, dans un espace spécifique avec des moyens adaptés. La communication politique s'est adaptée à l'avancée technique, avec l'aide de conseillers, par le recours à des « media trainings », en travaillant l'expression audiovisuelle. Il y a donc une professionnalisation des principaux leaders politiques, depuis Paul Vanden Boeynants en Belgique jusqu'à Tony Blair et Silvio Berlusconi. S'ils ont parfois été surpris par les transformations du média, ils ont vite appris à le domestiquer, et ils jouent dans leur ensemble le jeu selon les règles fixées par l'écriture télévisuelle. S'ils ont donc perdu une partie du contrôle qu'ils exerçaient sur les chaînes, ils n'ont pas été longtemps en reste en matière d'adaptation aux nouveaux formats.

Pour ce faire, les personnalités politiques vont aussi sortir du cadre jugé étrié des émissions politiques, et accepter les invitations dans des programmes de divertissement. Ce phénomène n'est pas si nouveau, puisque les politiciens flamands étaient coutumiers des jeux télévisés dès le début des années 60. L'exemple le plus souvent cité aujourd'hui est le *talk-show* de Michel Drucker, *Vivement dimanche*. L'interviewer n'est plus un journaliste mais un animateur, qui cherche à produire un spectacle attractif, en évitant la polémique, les débats de fond, au profit d'une mise en avant de la personnalité de l'invité. C'est l'homme (ou la femme) qu'on veut donner à voir, et à aimer, non le programme du parti qu'il représente. Les hommes politiques ont accepté de sortir d'un discours strictement limité au domaine politique pour s'exposer en tant que personne privée, se mettant en scène quand on le leur demandait. Depuis l'émission française *Questions à domicile*, apparue en 1985, les hommes politiques ont ouvert les portes de leur domicile, ils montrent leur épouse et leurs enfants, ils affichent leurs préférences sexuelles et acceptent de parler d'eux autant que de politique. Ils ont endossé l'habit de la personne publique, du *people*, ce qui les amène aussi à intervenir dans des émissions non politiques telles que débats de société, émissions de variété, jeux et divertissements divers. À ce moment, c'est moins leur programme qu'ils proposent à des citoyens que leur image qu'ils tentent de vendre à des consommateurs.

L'exposition de la vie privée des hommes politiques va être très variable d'un pays à l'autre (presque inexistante en Grèce jusqu'il y a peu, surexposée dans les médias britanniques), en fonction de règles journalistiques variables selon les différentes aires culturelles. Si les hommes politiques belges et français peuvent préserver leur vie privée presque autant qu'ils le souhaitent, et sont entièrement libres de l'exhiber ou de la protéger, les britanniques n'ont plus, aujourd'hui, cette marge de manœuvre. C'était vrai jusque dans les années 1950, mais la pression des tabloïds les oblige désormais à rendre compte de faits privés quand ils sont mis sur la place publique par la presse, voire à anticiper des révélations pour éviter d'apparaître en accusé. Dans ce cas, ce n'est ni l'homme politique, ni la télévision qui décident des règles à respecter, c'est la presse populaire qui définit les contours de ce qui ne concerne que la sphère privée.



# Les autres pays européens

## LA COMMUNAUTÉ FRANÇAISE : UNE ZONE PRÉSERVÉE ?

Si ces évolutions sont souvent communes aux différents pays étudiés, elles connaissent cependant des variations d'intensité liées à l'histoire de chaque paysage audiovisuel, aux cultures locales, à une organisation de l'espace public qui peut différer d'un pays à l'autre. Et dans cet ensemble, la Communauté française ne semble pas la plus audacieuse dans la spectacularisation de ses personnalités et de ses programmes politiques, pour deux raisons. D'une part, la place accordée aux émissions politiques est très limitée, et la présence des personnalités politiques dans d'autres types de programmes est assez exceptionnelle. De l'autre, la « peopleisation » des responsables politiques ne fait pas partie des logiques télévisuelles du sud du pays. En Flandre, le développement des chaînes privées a favorisé l'éclosion des « bekende Vlamingen », issus du show business, du sport ou de la politique (les différents mondes s'interpénétrant souvent quand des célébrités médiatiques sont reprises sur des listes électorales dans les différents partis). Cette surenchère médiatique est peu présente en Communauté française (faute de concurrence et de surenchère entre chaînes ou par manque de personnalités médiatisables, les deux explications peuvent être retenues !), et limite donc les phénomènes de personnalisation à la sphère des magazines.

Au-delà des personnalités politiques de premier rang, invitées dans les grands débats ou les émissions non politiques, il faut signaler que d'autres politiques sont aussi présents sur les plateaux de télévision, plus particulièrement dans les programmes des télévisions locales. Ce phénomène existe depuis peu en France, où le développement de chaînes plus ciblées, ou de chaînes d'information en continu nécessite le recours à un cadre d'invités plus large. Puisque l'offre de programmes est plus importante, puisque des chaînes spécifiques se développent, des opportunités se présentent pour des responsables politiques de deuxième niveau (mandataires locaux, parlementaires...) de défendre des dossiers qui n'ont pas un impact national. Ce phénomène nouveau en France existe depuis longtemps en Belgique, puisque les télévisions locales y existent depuis de longues années. Une analyse complète de l'offre de programmes doit aussi tenir compte de cet aspect, même s'il est moins visible médiatiquement et moins relayé par les autres organes de presse.

Si les phénomènes présentés ici semblent très souvent communs aux différents pays étudiés, il ne faut pas pour autant les inscrire dans des tendances qui seraient irréversibles. À titre d'exemple, alors que les émissions politiques centrées sur des questions de programmes et de choix de société semblent de plus en plus rares aux heures de grande audience, on constate que celles-ci peuvent parfois retrouver la case du *prime time*, comme le montre l'exemple récent du *Grand défi* programmé sur RTL-TVi juste après le journal télévisé du vendredi soir. On constate aussi, en Italie, que les hommes politiques ont tendance à revenir dans les émissions de débat et à ne plus se précipiter dans les émissions de divertissement. C'est également le pari d'une chaîne comme France 5 qui réintroduit des émissions de débat politique d'une heure, centrées sur la confrontation d'idées et loin de toute dramatisation ou spectacularisation. Mais ce type de chaîne n'a pas d'objectif d'audience à atteindre, et touche un public très restreint.

Par ailleurs, en France, le déclin des émissions politiques n'est pas aussi marqué qu'il n'en a l'air. En dix ans, entre 1991 et 2001, ces programmes n'ont diminué que de 3,5% sur les trois principales chaînes. Mais ils sont parfois relégués à des heures plus tardives, ou dans des plages moins suivies, dans le courant de l'après-midi. Et dans le même temps, d'autres émissions sont apparues, entre autres sur les chaînes parlementaires ou dans des programmes offerts par le câble et le satellite. L'offre globale de débats politiques et d'émissions où le personnel politique peut être présent a donc crû, parce que le nombre des chaînes s'est démultiplié via les bouquets numériques. Il faut dès lors regarder les chiffres avec une grande prudence, et se garder de tout discours stéréotypé sur la dégradation du discours politique dans l'audiovisuel.

Il n'y a pas eu un âge d'or de la politique télévisée, d'autant plus que la parole politique, dans les premiers temps de la télévision, était souvent imposée par le pouvoir et peu adaptée à la médiagenie télévisuelle, donc peu susceptible d'intéresser un large public. La télévision d'aujourd'hui, passé le temps du spectacle, retrouve parfois le goût du débat, du face à face, de la confrontation d'idées. Les chercheurs français considèrent que le sommet de *l'infotainment* a été atteint à la fin des années 90, et que seuls des politiques quelque peu atypiques jouent encore le jeu des confidences privées. Les politiques de premier plan semblent beaucoup plus prudents à ainsi se livrer en télévision, mesurant les effets pervers de tels dévoilements. En Communauté française, où la politique-spectacle n'a jamais été fortement implantée en télévision, on est plutôt dans une situation intermédiaire : la spectacularisation peut encore se développer (puisque'elle n'a pas connu les débordements constatés dans d'autres pays), mais sans qu'on assiste, sauf retournement surprenant, à un *Rockpolitick* à l'italienne où le show primerait l'expression d'idées politiques !

# Conclusions et propositions

## Conclusions et propositions

**L'analyse de la présence du personnel politique dans les programmes de télévision ne peut être comprise qu'en étant inscrite dans une double histoire, celle du média télévisuel et celle de la communication politique.**

L'histoire de la télévision fait ressortir deux phénomènes essentiels pour éclairer cette recherche : les rapports entre politique et télévision, l'évolution technique des programmes et de leurs contenus. Dès leur création, les offices de radio-télévision ont entretenu des relations complexes et difficiles avec le pouvoir politique. Ils en dépendent, ils doivent laisser s'exprimer les autorités comme et quand elles le souhaitent, ou leur ouvrir complaisamment leur micro, mais ils cherchent toujours à s'autonomiser. Dès lors, si la télévision apparaissait au départ comme une simple tribune offerte aux gouvernants, peu à peu, les journalistes se sont posés en interviewers, puis en contradicteurs et en porte-parole de l'opinion publique, en animateurs de débats.

Parallèlement à cette progressive conquête de l'indépendance du média face au pouvoir politique, à mettre aussi en lien avec l'émergence des émetteurs privés, acceptés voire encouragés par les pouvoirs publics, les réalisations télévisées ont aussi évolué sans cesse, parce que la technique le permettait, et que l'écriture télévisuelle se transformait, pour s'adapter à de nouveaux publics, à des concurrences internes (public vs privé) ou externes (le cinéma, Internet, la presse magazine...). La couleur remplace le noir et blanc, le débat contradictoire rend obsolète le discours long cadré en plan moyen face caméra, l'information est contaminée par des procédés de tournage inspirés des émissions de divertissement. La préoccupation devient aussi moins centrée sur l'offre (la télévision se fixe des objectifs relatifs à la formation et à l'information et réalise des programmes pour répondre à ces objectifs) que sur la demande (quel programme touchera le plus grand nombre et permettra de réaliser la meilleure audience et la part de marché la plus importante ?), dans un univers de plus en plus concurrentiel.

Dans le même temps, la place de la politique dans la société a évolué, le rapport qui se tisse entre les hommes politiques et les citoyens est différent d'il y a vingt ou trente ans, et les hommes politiques ont professionnalisé leur communication publique. Désormais, tout projet politique doit intégrer, dès le départ, une stratégie de communication dans laquelle la présence médiatique, particulièrement en télévision, sera déterminante. Dès lors, l'homme politique acceptera souvent les propositions qui lui sont faites par des journalistes, sachant de quelles retombées il pourra bénéficier si son image et son discours sont ainsi proposés à plusieurs centaines de milliers de téléspectateurs.

Les éditeurs et les hommes politiques convergent sur ce point : rares sont les responsables politiques qui refusent une invitation sur un plateau de télévision, quel que soit le type de programmes. Il y a donc là des jeux de séduction ou de pouvoir réciproques qui se mettent en place et qui rendent les deux parties solidaires de ce qui est proposé dans les programmes, que ceux-ci soient strictement politiques ou d'un tout autre ordre.

### QU'EST-CE QUE LE SPECTACULAIRE ?

Ces évolutions conjointes de l'écriture télévisuelle et de la communication politique ont donc des implications fortes sur les programmes dans lesquels apparaissent des hommes politiques, ce qui peut amener certains à parler de spectacularisation du politique. Mais ce terme est assez ambigu, à la fois parce qu'il est difficile à définir strictement et parce qu'il est porteur de connotations négatives renvoyant au concept d'*infotainment*.

### Un effet de modernisation

Les transformations de l'écriture télévisuelle portent aussi sur les programmes politiques, et la télévision ne se cantonne plus, aujourd'hui, à faire de la radio en images. Elle construit donc ses émissions en travaillant le rythme, les éclairages, les cadrages, les décors, en multipliant l'alternance des séquences, le mode d'interpellation des invités, le recours au direct, à du matériel léger qui permet une plus grande souplesse d'enregistrement. Tous ces éléments sont réfléchis et préparés par le journaliste et le réalisateur qui vont proposer un programme avec une dynamique interne. Ce qui est donc parfois qualifié de spectacularisation relève pour une part non négligeable d'une modernisation des logiques de réalisation, choisie pour lutter contre un risque de monotonie lié à l'image des émissions politiques traditionnelles.

# Conclusions et propositions

Les émissions concédées sont d'ailleurs révélatrices de cette double logique : certaines restent très statiques, présentant des candidats parlant face à la caméra devant un fond neutre, alors que d'autres prévoient une mise en scène de ces séquences. Enfin, il faut préciser que la modernisation demande des moyens techniques et financiers importants, dont ne disposent pas tous les éditeurs. Dans leur quasi-totalité, les télévisions locales sont à l'abri de la tentation de la spectacularisation, surtout parce qu'elles n'ont pas la possibilité budgétaire d'investir dans ce type de réalisation.

## Un changement de contenu

Le premier niveau de la spectacularisation se trouve d'abord dans des choix de mise en forme, voire de mise en scène de l'information politique et de ses acteurs. Mais il est évident que l'évolution de la mise en forme a un impact sur les contenus qui seront intégrés dans ce nouveau type de productions. Le ton, le rythme, l'enchaînement des séquences vont déterminer une certaine manière d'impliquer les intervenants politiques, et amener aussi à privilégier un certain type de sujets.

La manière dont les journalistes vont interviewer les politiques présents en studio a évolué dans la forme (questions plus directes, temps limité de réponse, interruption par le journaliste de tout discours long, mise en concurrence de plusieurs intervenants qui se coupent la parole, encouragement de la dimension polémique plus spectaculaire que la succession des points de vue...) et dans les thèmes proposés. Certaines émissions politiques, les débats du dimanche midi en particulier, vont être centrées davantage sur des sujets de société que sur des questions politiques au sens strict, même si la frontière entre ces deux catégories est très poreuse. C'est le journaliste, par ses questions, par la tonalité qu'il donne au débat, qui l'orientera plutôt dans une direction ou dans une autre. Cette évolution est d'ailleurs reconnue par les éditeurs de services, qui la revendiquent explicitement comme une stratégie destinée à retrouver des téléspectateurs de moins en moins intéressés à la chose publique. Là où les débats institutionnels les font fuir, des questions relatives au « vivre ensemble » intéressent encore le public.

D'un autre côté, cette volonté d'interpeller plus directement les intervenants politiques est présentée par les journalistes comme une manière d'éviter la langue de bois de leurs invités. En les bousculant, en les déstabilisant, par exemple quand ils sont amenés dans un lieu qu'ils ne connaissent pas à l'avance, ils seront obligés de réagir spontanément, hors de toute stratégie communicationnelle préparée.

## Le rapport vie publique/vie privée

Cette approche plus personnalisée peut entraîner un déplacement de l'angle d'attaque, dans la mesure où les questions relatives à des programmes, à des options politiques pourront être relayées à l'arrière-plan par rapport à l'expression d'une sensibilité personnelle. Ce n'est plus alors le personnel politique qui est invité à réagir au titre de la fonction qu'il occupe, c'est la personne elle-même qui va donner son sentiment, en tant qu'individu sensibilisé à titre strictement personnel par le thème abordé.

Il faut d'abord rappeler que cet estompement de la frontière entre personne privée et personnalité publique n'est pas spécifique du discours télévisuel. Il s'est déjà manifesté dans l'affichage électoral, quand les candidats ont estimé (sur la recommandation de leurs conseillers en communication) que se montrer avec leur famille donnerait d'eux une image plus accessible, plus sympathique ; il a ensuite gagné les magazines, puis certains titres de la presse quotidienne. La télévision s'est donc inscrite dans une évolution plus large liée à la transformation de l'espace public où les distinctions entre sphère publique, privée et intime se recomposent autrement.

Cette question est centrale, comme la suivante, par rapport aux enjeux éthiques et sociétaux de la spectacularisation du débat politique. L'argument des tenants de l'ouverture maximale à la dimension privée tient en deux points : les hommes politiques sont des personnages publics ; montrer leurs aspects plus privés les humanise auprès du téléspectateur. Ce premier point montre combien la fonction politique s'est transformée, amenant l'homme politique à sortir de son rôle strict de mandataire public élu par un ensemble de citoyens pour exercer une responsabilité à un des niveaux du pouvoir exécutif ou législatif, pour devenir une personnalité publique, exposée au regard de ses concitoyens, mais aussi des médias. Il serait donc tenu, puisque personnage public, de livrer aux médias, ou de leur laisser saisir, des aspects qui ne sont plus liés à sa fonction mais à sa personne ou à celle de ses proches.

# Conclusions et propositions

L'autre point renvoie davantage à des stratégies de communication qui mettent moins en cause les médias que les politiques eux-mêmes. Il y aurait un intérêt partagé par les deux parties : en montrant l'homme politique sous des aspects plus proches, la télévision toucherait des publics rétifs à la chose politique mais sensibles à la dimension « people » des personnalités de la vie publique ; en se montrant sous un jour favorable, l'homme politique touche une frange de l'électorat qui ne s'intéresse pas au programme qu'il a à proposer mais qui se prononcera selon un critère de sympathie personnelle. Cela explique pourquoi les hommes politiques n'ont guère de réticence à passer dans des émissions où ils savent qu'ils devront dévoiler une part de leur intimité.

## Le mélange des genres

Cette forme de personnalisation est en lien direct avec l'autre trait central constitutif de la mise en spectacle des émissions politiques. En s'exposant ainsi aux caméras, le politique va se retrouver dans deux types de programmes assez différents de ce qui lui était traditionnellement proposé : des émissions politiques contaminées par le jeu et la fiction, et des émissions non politiques. Quand RTL-TVi propose *Face à l'électeur* ou *Pour qui voter ?*, et que la RTBF produit *C'est ma voix* ou *Destination élections*, il s'agit clairement de programmes politiques, proposés d'ailleurs dans la période très réglementée de la campagne électorale, mais leur forme les tire vers l'univers du divertissement et de la fiction. Cependant, dans tous les cas étudiés, si la forme télévisuelle sort du modèle traditionnel, celle-ci n'apparaît jamais comme une fin en soi. L'habillage ludique est destiné à rendre plus accessible le contenu, à toucher un public de moins en moins intéressé par les questions politiques, et qui est habitué à un certain type de format télévisuel quand il consomme les autres programmes quotidiens. Il s'agit donc d'inscrire les émissions politiques dans une écriture qui a gagné l'ensemble de la télévision, par souci de contact avec le plus grand nombre des téléspectateurs.

L'autre face du mélange des genres est plus délicate, puisqu'elle est relative à l'apparition d'hommes politiques dans des émissions qui ne relèvent plus de ce registre-là. Cela va du *talk-show* où les invités appartiennent à différents secteurs de la société aux émissions de jeux et de variétés. Les raisons de leur présence dans cet environnement qui dépasse le cadre de leur fonction politique sont diverses, mais elles répondent toutes à un seul principe : l'homme politique est désormais un homme public, et à ce titre il est sollicité comme d'autres personnalités pour figurer dans des émissions organisées autour de la mise en spectacle de personnes connues. Nul n'échappe à cette évolution, du cardinal Danneels passant aux *Allumés.be* à Justine Henin recevant une « femme de cristal ».

Le phénomène est très répandu en France, mais en Communauté française, ce type de programmes est plus rare. Dès lors, les risques d'exposition spectaculaire des hommes politiques en sont très limités. Au point que la moindre apparition d'une personnalité politique dans une émission de jeu comme *Génies en herbe* ou dans une émission de collecte de dons comme *Cap 48* entraîne des commentaires dans la presse quotidienne, dans les jours qui suivent. C'est un signe du caractère exceptionnel de ces manifestations, alors que celles-ci sont devenues banales dans les autres pays, où elles ne suscitent plus guère de réactions.

Si ces mélanges des genres sont rares et relativement contrôlés par les éditeurs, cela ne dispense pas de mener une réflexion sur les enjeux déontologiques, éthiques et politiques de pareille évolution. La lecture positive qu'on peut en faire repose sur le postulat d'un nécessaire rapprochement entre les responsables politiques et les citoyens. Dès lors, tout ce qui peut montrer que l'homme politique n'est pas un être supérieur, qui ignore les réalités ordinaires, est utile pour reliaer le lien de confiance entre les élus et les citoyens. Le jugement négatif verra surtout qu'on brade là l'image de la fonction politique, en essayant de la dissimuler derrière une vitrine populaire et démagogique, qu'on mise sur les individualités pour occulter les débats politiques de fond, au risque de renforcer des sentiments poujadistes et anti-politiques. On entre ici dans des appréciations qui excèdent les limites de l'analyse des programmes télévisés, et dans le registre des jugements subjectifs.

Les éléments du dossier sont présentés, et ils permettent, entre autres, de montrer que la situation belge présente des programmes assez modérés en termes de spectacularisation. Cela est dû, tout d'abord, à des contraintes budgétaires ; c'est ensuite lié au fait que les responsables des programmes jouent de ces transgressions génériques avec prudence, avançant à pas comptés dans les aménagements de programmes, gardant en ligne de mire la frontière vie privée/vie publique, même si celle-ci se déplace peu

# Conclusions et propositions

à peu. De ce point de vue, même s'il y a concurrence entre les émetteurs, celle-ci n'est pas féroce au point de recourir à des surenchères. Il y a une volonté aussi affirmée de ne pas brusquer un public peut-être moins ouvert à ces transgressions (ou transformations) que dans d'autres lieux. Cela se marque par exemple dans la rareté de nos programmes satiriques, qui restent dans l'ensemble assez prudents, y compris avec le personnel politique.

## DES PROPOSITIONS

Il est délicat de faire des propositions sur le contenu idéal des programmes politiques, parce que ces choix doivent d'abord relever des éditeurs eux-mêmes à qui le politique ne doit pas dicter son cahier des charges, au-delà des obligations fixées par décret, et parce qu'il faudrait aussi associer à la réflexion le personnel politique dont on a vu qu'il rechigne rarement à répondre aux propositions qui lui sont faites, indépendamment de leur contenu ou de leur tonalité d'écriture. En préalable, il faut rappeler que le discours télévisuel est un produit en évolution constante. L'écriture des émissions, les logiques de programmation, la technologie sont des objets en mutation ; et il serait absurde que les programmes politiques ne tiennent pas compte de l'évolution du reste de l'offre de programmes, sans quoi le clivage entre ce type d'émissions et les autres grandirait encore. Il n'est pas sûr que cela renforcerait le lien de confiance entre les téléspectateurs-citoyens et les élus.

### Fixer des limites

Cette prudence préliminaire n'est pas destinée à valider n'importe quelle production médiatique ou à exonérer les éditeurs et les politiques de leurs responsabilités respectives. Toute émission politique ou qui inclut des politiques (mais c'est vrai pour l'ensemble des émissions) doit respecter les règles fixées par les codes de déontologie des associations professionnelles, par les chartes internes aux chaînes, par le droit des médias. Le respect de la vie privée relève de ces droits élémentaires, mais le droit à la critique existe aussi. Au-delà du respect des principes de base, des garde-fous définis dans un cadre d'autorégulation doivent aussi exister. S'il y a donc parfois des accidents ou des dérapages, ce sont des faits circonstanciels, et ce n'est pas le résultat d'un choix délibéré de la provocation ou de la transgression. Dans le même ordre d'idées, on pourrait imaginer que le personnel politique définisse un cadre de règles qu'il s'engagerait à suivre quand il décide de participer à une émission de télévision (jusqu'à quel point peut-on mettre en avant sa vie privée ? Dans quel type d'émission accepter d'aller ou de ne pas aller ? Quelle instance déciderait d'un éventuel non-respect de règles fixées collectivement ?). L'énoncé même des règles que contiendrait semblable vade-mecum montre à quel point il serait sans doute impossible à rédiger et à faire suivre, et plus encore à quelle autorité on en confierait la mission de surveillance. Il est sûrement aussi délicat de légiférer sur la responsabilité médiatique des hommes politiques que sur la responsabilité éditoriale des éditeurs de services. En l'état, dans un système démocratique, il semble donc que la seule solution réside dans l'établissement d'un consensus autour de principes qui serviront de fil directeur à une conception globale de la présence du discours politique dans le média télévisuel.

### La médiatisation du discours politique

Une fois de plus, il faut rappeler que ce débat ne peut se tenir en ignorant les autres vecteurs de communication de la parole politique. Aujourd'hui, les sujets relatifs à la vie privée des hommes politiques sont peu exposés en télévision, en dehors du journal télévisé qui relaye l'information venant de la presse écrite. Ces sujets émergent télévisuellement quand ils sont déjà très présents dans les autres médias et qu'ils entrent de ce fait dans la sphère publique. La télévision ne peut plus les ignorer à ce moment-là et va aussi les traiter. Mais ce n'est pas elle qui ouvre la barrière.

Face à ces évolutions, qui sont assez marquées dans l'ensemble des médias, il est certain que la réaction est difficile. On peut condamner ces confusions, mais on dispose de peu d'outils pour les réguler. C'est néanmoins dans ce cadre-là qu'il faut réfléchir au traitement télévisuel, puisque la consommation des médias est un donné global, si on se place du point de vue de l'utilisateur. Il voit des affiches électorales, il écoute la radio, il lit des journaux, il regarde la télévision, il en discute en famille et au travail. C'est à partir de l'ensemble des données qu'il collecte de manière aléatoire et qu'il engrange sans coordination, presque instinctivement, qu'il se construit sa perception du politique. C'est donc sur l'ensemble du dispositif médiatique qu'il faut aussi travailler.

# Conclusions et propositions

## Un débat entre les parties

Pour parvenir non à contrôler les modes de production télévisuelle mais à les rendre plus efficaces comme lieu de débat démocratique entre citoyens et élus, il importe sans doute de réfléchir de manière concertée entre tous les acteurs : éditeurs de services, politiques, citoyens (à choisir selon quelle représentativité ?). Il s'agit d'instaurer un dialogue sur des priorités générales, et non de dicter des cahiers des charges aux journalistes, en leur enlevant leur responsabilité rédactionnelle. Dans un premier temps, il est nécessaire de rappeler à chacun ce que sont les logiques du discours télévisuel et ses évolutions, non pour imposer la technique comme un cadre contraignant, mais pour faire comprendre qu'il est impossible de réfléchir à des contenus de communication politique sans, simultanément, les penser dans des modes et des supports de transmission. Chaque média a son inertie propre, qui impose une écriture spécifique. L'homme politique peut rêver d'une tribune qui lui serait accordée généreusement, et du haut de laquelle il développerait son programme dans ses moindres détails. S'il en avait l'occasion, ce serait totalement contre-productif, parce que l'inadaptation de son discours au support dans lequel il s'inscrit le rendrait, au sens propre, inaudible.

Après cette découverte des règles de l'écriture médiatique, il reviendrait aussi à cet espace de réflexion de voir comment sortir d'un des problèmes soulevés par de nombreux mandataires politiques. Si certains d'entre eux sont régulièrement médiatisés, la grande majorité n'a guère l'occasion d'intervenir dans le circuit médiatique, sinon au niveau local. Et la logique de personnalisation qui se développe renforce ce clivage entre « vedettes » politiques (qui sont présentes dans les émissions politiques, mais qui, grâce à cela, accèdent à un statut de personne publique et sont dès lors aussi invitées dans d'autres types d'émissions) et parlementaires « de base » ou élus locaux. Un moyen de rapprocher le citoyen du politique se trouve peut-être dans cette reconnaissance de l'ensemble de la palette des acteurs politiques. La télévision a, là, une réflexion à mener.

Les différents niveaux de pouvoir ne sont pas également couverts par les émissions politiques. Les ministres fédéraux, les exécutifs régionaux et communautaires (dans une moindre mesure, quand les sujets sont particulièrement porteurs) sont les plus présents, avec les présidents de partis. Cela peut se comprendre si l'on considère que ce sont les lieux principaux de décision, mais ce choix laisse dans l'ombre d'autres instances, entre autres en ce qui concerne l'activité parlementaire. Une réflexion pourrait aussi être menée dans cette direction, afin de voir dans quelle mesure le développement des bouquets numériques permet désormais de diffuser des chaînes spécialisées dans des niches très restreintes. Les chaînes parlementaires françaises diffusent de nombreuses heures d'émission, qui ne se résument pas à un fil continu des débats parlementaires, mais qui proposent aussi des débats, des reportages et des entretiens. Ce choix peut cependant être perçu comme une forme de ghettoïsation de l'activité parlementaire, et ne doit pas éliminer d'emblée la piste d'une présence de l'activité législative fédérale, communautaire et régionale dans la programmation des chaînes généralistes.

## Le retour du politique à la télévision

Nous avons montré que la Communauté française n'était pas le lieu le plus exposé à la spectacularisation du politique, mais elle est par ailleurs le lieu où le politique est aussi sous-exposé. Si les émissions politiques traditionnelles sont en recul dans l'ensemble des chaînes européennes, c'est surtout vrai par rapport à l'heure de diffusion en *prime time*, et aux heures de grande écoute. Il reste, en France, en Grande-Bretagne, en Italie, en Grèce, des émissions politiques sous des formats divers, allant de la confrontation avec des journalistes spécialisés au spectacle qui mêle artistes et politiques. Et si certaines chaînes n'ont plus d'émission politique hebdomadaire, une offre mensuelle reste en général présente.

En Communauté française, l'analyse du désintérêt du public pour les émissions politiques a conduit les responsables de chaînes à deux choix stratégiques : la transformation des émissions restantes en des débats de société où sont invités des politiques, la suppression des émissions politiques classiques. La réponse semble être : le public n'aime plus la politique, supprimons-la donc des chaînes. On pourrait encourager un choix différent, estimant que la télévision, tant publique que privée, est un acteur essentiel dans la construction d'un espace public démocratiquement partagé par l'ensemble des citoyens. À ce titre, la politique devrait être partie intégrante de l'offre médiatique, et la seule question qui devrait être posée n'est pas « Faut-il parler de la politique à la télévision ? », mais « Comment parler de la politique à la télévision pour que chaque citoyen s'y intéresse ? ». Il faut donc imaginer ce que pourrait

# Conclusions et propositions

être une émission qui parle de politique au plus large public, sans être un spectacle de divertissement, mais en étant assez attractive pour garantir une attention minimale et régulière.

Ce type d'émission doit aussi reposer la question du rôle et de l'image de l'homme politique dans la cité. Le regard que les citoyens portent sur l'homme politique a changé, la place de l'action politique dans la cité s'est transformée. La figure en majesté n'a plus lieu d'être, ni le discours de célébration, mais il reste à inventer une ou plutôt des nouvelles formes de monstration de l'homme politique, de son action, de son discours. Faut-il en faire un homme comme les autres, en jouant la carte de la proximité, ce mot d'ordre commun aux éditeurs de presse et aux conseillers en communication ? Et donc renforcer la voie de la personnalisation, de l'exhibition de la vie privée, comme le chemin le plus simple pour rencontrer cette stratégie ? Faut-il faire œuvre de pédagogie en décortiquant les textes législatifs, en analysant les nouvelles lois et leur implication dans la vie quotidienne des citoyens ? En recourant à des techniciens du droit et de l'analyse politique ? Faut-il privilégier les rencontres entre citoyens et politiques (ce que faisait une émission comme *Destination élections* souvent montrée du doigt comme l'exemple de la mise en spectacle) ? Faut-il partir des scandales ou des événements les plus spectaculaires pour tenter de les démonter, de les commenter de manière critique ?

L'image de l'homme politique est aujourd'hui complexe, souvent perçue de manière négative, et en tout cas plurielle. Les dossiers politiques sont jugés complexes, surtout dans l'architecture institutionnelle belge. Parler de politique au journal télévisé reste indispensable, mais cela ne peut apparaître comme la seule réponse. Il s'agit donc de repenser l'ensemble du dispositif (assez maigre) des émissions politiques à la télévision. Quels sont les moments les plus adéquats, en oubliant les traditions ancestrales de programmation et en refusant tout tabou sur les audiences jugées trop faibles pour un tel produit ? Quels contenus doivent être abordés, et avec quel type d'intervenants ? Quelle mise en forme n'isolera pas ces émissions du continuum de programmation, sous le prétexte que la politique ne peut se traiter comme un autre sujet ? Quel genre journalistique et médiatique, ou quel mélange de genres sera retenu, également sans tabou, sans jugement de valeur préalable ?

Le sujet est complexe, mais il est à l'image d'un système démocratique en profonde transformation. Et c'est à la manière dont tous les acteurs déjà cités y apporteront une réponse reçue par l'ensemble des citoyens (qui sera pour partie mesurable par le succès d'écoute de ces émissions et leur impact dans le débat public) qu'on pourra juger de l'intégration de la télévision dans ce système et de son rôle d'acteur politique, au sens fort du terme.



# Sommaire



3

## Edito

4

## Introduction

6

## Politique et télévision

- Les émissions à contenu politique
- La forme du politique
- La prise de parole à la télévision
- Vie publique, vie privée, médias

12

## Analyse de la situation belge

- Analyse des programmes télévisuels de la CFWB
  - Les résultats de l'analyse
  - La campagne électorale
  - Un cas particulier : les tribunes électorales
  - AB3 et les télévisions locales
  - En dehors de la campagne électorale
  - Conclusions
- Analyse des entretiens
  - Les éditeurs de services
  - Les entretiens avec le personnel politique
  - Analyse des questionnaires aux parlementaires

39

## La situation belge et les autres pays européens

- Une évolution lente mais régulière
- La Communauté française : une zone préservée ?

42

## Conclusions et propositions

- Qu'est-ce que le spectaculaire ?
- Des propositions

Cette recherche a été menée par l'Observatoire du récit médiatique (ORM / UCL) sous la direction des Pr. Frédéric ANTOINE et Marc LITS, avec la collaboration de Joëlle DESTERBECQ et Sarah SEPULCHRE. Ont aussi participé à cette étude le Centre d'étude de la vie politique de l'ULB (Pascal DELWIT, Jean-Benoît PILET, Nicolas DE DECKER), Daniel BILTEREYST et Lieve DESMET (Universiteit Gent), Eric DARRAS (IEP de Toulouse), Guy LOCHARD (Université Paris 3-Sorbonne nouvelle), David DEACON et Dominic WRING (Loughborough University), Andrea CARETTA et Valeria PANGRAZIO (Osservatorio di Pavia), Ioanna VOVOU (Université Paris 13), Benoît GREVISSE (UCL / ORM).

Cette recherche est disponible en version intégrale sur le site internet du Parlement ([www.pcf.be](http://www.pcf.be)) et du CSA ([www.csa.be](http://www.csa.be)). Elle sera présentée et débattue lors d'un colloque organisé au Parlement le jeudi 4 mai.

L'inscription à ce colloque est obligatoire via [www.pcf.be](http://www.pcf.be) ou [relationspubliques@pcf.be](mailto:relationspubliques@pcf.be)