

TABLE RONDE N°2

LES USAGES TÉLÉVISUELS DE LA DÉMOCRATIE. HEURS ET MALHEURS DE L'INSTITUTIONNALISATION DE LA « TALK SHOW DEMOCRACY » EN FRANCE ET AUX ÉTATS-UNIS

Eric DARRAS ; IEP de Toulouse, LSSP

- version (très) provisoire -

« Les sociologues de la niaiserie made in France plongeront avec délice dans cette mine à concepts, ce champ d'étude inépuisable : *C'est mon choix* ou la récré dissipée d'une bonne journaliste, Evelyne Thomas »
Libération

Dans le secteur des médias comme ailleurs, toute innovation doit être socialement justifiée. Il en va des NTIC comme auparavant de la télévision, du téléphone ou de la *penny press*.... S'agissant des médias, chaque nouveauté est réputée constitutive d'un véritable progrès démocratique. Dans un système de domination fondé sur la «Raison», les médias parce qu'ils contribuent à éclairer l'opinion des citoyens ne peuvent manquer d'apparaître tels des instruments essentiels au perfectionnement démocratique. Dans un modèle de domination politique fondé notamment sur la croyance selon laquelle l'électeur effectue son choix électoral librement et rationnellement, le média permet à l'électeur de «se faire une opinion», le cas échéant à domicile et à moindre coût. Dès lors, les professionnels et les auxiliaires en charge de la gestion et de la promotion d'une innovation médiatique vont la justifier «démocratiquement».

Chaque nouveau média mais aussi chaque nouvelle émission d'information et d'expression permettraient d'ouvrir et d'approfondir l'offre politique dans les «démocraties représentatives» où l'accès et le maintien aux positions de pouvoir politiques s'effectuent, pour actualiser la définition canonique de Schumpeter, au travers d'une compétition pacifique et périodique pour convaincre le plus grand nombre d'électeurs inscrits. Dans nos gouvernements représentatifs et médiatisés, pour exister en politique, il faut en effet parler (donc aussi écrire) et se faire voir : «en politique, dire c'est faire» écrivait Bourdieu, particulièrement faire grandir des causes et des groupes pour lesquels et au nom desquels le porte-parole prétend s'exprimer. Du coup, un média ou un programme de libre expression, apparaît comme un lieu idéal pour la mise en concurrence (simultanément ou successivement) des offres de «produits politiques, problèmes, programmes, analyses, commentaires, concepts, événements»¹ incarnés et mis en mots par ceux et ce qui prétendent parler au nom du peuple ; il peut s'agir de tous types d'entrepreneurs de causes qui peuvent en participant au *débat* et à la *décision* politiques, chercher ou non à conquérir les suffrages des profanes pour l'obtention ou la conservation des *fonctions* politiques, celles dévolues au pouvoir politique selon l'état

¹. Bourdieu (P.), «La représentation politique. Éléments pour une théorie du champ politique», *Actes de la recherche en sciences sociales*, 36-37, 1981, p. 13, p. 4.

des rapports de forces constitutifs du débat politique. Car l'un des enjeux de cette compétition porte précisément sur l'élargissement du domaine du politique.

Depuis le milieu des années 80, aux Etats-Unis plus qu'en France, on assiste à une réactivation des discours démocratiques qui exaltent ou conspuent, selon qu'ils sont pour ou contre, un nouveau genre de programme : les talk show avec participation du public. Ces émissions de libre expression, ce que l'on nomme aux Etats-Unis "la talk show democracy", se présentent à leur tour et très explicitement comme vecteur d'un progrès démocratique, assurant le passage d'une démocratie représentative à une démocratie prétendument délibérative ou participative, d'une fausse vers une vraie démocratie... Jerry Williams, animateur d'un *talk-show* depuis Boston considère lui que le genre du talk show avec participation du public est «le dernier bastion de la liberté d'expression des citoyens quelconques ou ordinaires»². L'argument démocratique est si puissant qu'il emporte parfois l'adhésion des plus sérieux opposants à cette nouvelle forme de journalisme dont le producteur de *60 minutes*, Don Hewitt, lui-même : "What's happened is that local stations have gone tabloid without us - they buy all these shows. It's one big porno shop. But am I going to tell someone who wants to watch it not to watch ? No. It's democracy. It's the marketplace"³. En France, André Bercoff justifiait ainsi *Français si vous parliez* : «Je veux que mon émission soit une sorte d'agora de forum antique (...) Les électeurs aujourd'hui en savent autant que leurs députés. La télévision participe de la démocratie. Il faut que les gens puissent exprimer, théâtraliser ce qu'ils ressentent, au-delà des sondages. (...) notre vocation va à la pédagogie ludique (...) C'est plus de l'instruction civique ou plutôt une fête civique. (...) Je défendrai jusqu'au bout cette idée de télé forum»⁴. Les facteurs explicatifs de l'institutionnalisation ou non (ou mal) de ces mises en scène de la parole profane restent sans doute d'abord mercantiles, «seuls les plus naïfs contesteraient qu'au royaume de la télévision commerciale, les talk shows existent principalement pour vendre aux téléspectatrices»⁵. Mais rien n'autorise le sociologue à ignorer ou dénigrer la sincérité complémentaire des justifications politiques, au sens noble, de ces promoteurs de la "talk show democracy". Pour rendre compte de la réalité des effets politiques, économiques ou sociaux bien réels que ces nouveaux programmes ont pu ou peuvent opérer, il convient néanmoins — ne serait-ce que parce que cette "révolution démocratique" est prophétisée par les professionnels de télévision eux-mêmes — de respecter une stricte neutralité axiologique sans chercher à mesurer un hypothétique potentiel démocratique, ni à donner raison pas plus qu'à prendre part au débat et autres jugement de valeur sur l'évolution de la télévision, le bien public ou l'idéal démocratique... dans la mesure du possible. Ces perspectives «démocratiques» enchantées empêchent, non seulement de réaliser un constat réaliste des changements opérés ou opérables, mais encore interdisent d'en découvrir les causes véritables.

En convoquant la démocratie, quel qu'en soit le sens, les professionnels des médias bénéficient du secours de la plasticité d'un terme à la fois très positivement⁶ connoté et

² cité par Munson, Wayne, *All talk. The talk show in media culture*, Philadelphia: Temple University Press, 1993, p. 1.

³ *Newsweek*, novembre 1988, p. 74-75.

⁴ *Libération*, 7 février 1994. Parmi cent autres illustrations disponibles, Michel Field en lançant une émission de libre expression *L'Hebdo* se fixait pour objectif de mettre la «parole politique en danger en la confrontant à celle d'acteurs du champ culturel ou à celle d'un mouvement de la société» (*Infomatin*, 7 octobre 1994).

⁵ Shattuc (Jane M.), *The Talking cure. TV talk shows and Women*, Routledge, New York, London, 1997, p. 51. Jane Shattuc se présente «as a fan and an academic» et comme féministe, son travail repose principalement sur des entretiens avec des téléspectatrices, des observations des plateaux, un questionnaire sur la réception et l'analyse de 240 heures d'enregistrements. p. 10.

⁶. Au contraire évidemment du sens négatif ou péjoratif que lui prêtaient les penseurs depuis l'Antiquité jusqu'à la première moitié du XIX^{ème} siècle.

extraordinairement polysémique. On conviendra par ailleurs, avec Daniel Gaxie, qu'en matière d'études sur la démocratie, la révérence l'emporte souvent sur le souci de l'explication⁷. Ici plus qu'ailleurs, utiliser le vocabulaire opérationnel relève d'une «théorie de l'abdication théorique» : la «démocratie» est un mot d'ordre sacralisée ou un idéal plutôt qu'un concept de sociologie politique ; le signifiant « démocratie » renvoie à une telle constellation de signifiés tellement idéologisés qu'il est rendu sociologiquement inutilisable. Il y a d'ailleurs quelques risques sérieux de malentendus à user sans précautions de cette notion hautement symbolique, dans la mesure où une définition *réaliste* de la «démocratie» se présente comme symétriquement inverse à celle du sens commun, ce que relevait Marcuse : «la démocratie étant précisément [pour le sens commun] un régime où les électeurs imposent leur volonté à leurs représentants et non pas à l'inverse un régime où les représentants imposent leur volonté aux électeurs, ceux-ci se bornant à sélectionner et réélire les représentants»⁸. Quoi qu'il en soit, il n'existe ni vraie, ni fausse définition de la démocratie mais bien une lutte, opposant des acteurs très diversement motivés et puissants, pour le monopole de sa véritable définition. Si ces discours de montées en généralité démocratiques autour des nouveaux médias font à chaque fois du neuf avec de l'ancien seules les configurations à chaque fois spécifiques des rapports de forces permettent de redonner sens aux mots échangés et en particulier celui de « démocratie ». La rhétorique apologétique comme celle disqualifiant la «*talk show democracy*» s'effectue donc au nom de la démocratie mais sous des acceptions différentes. Comme pour les sondages d'opinions, les *talk-shows* avec participation du public sont alternativement crédités d'une contribution au renouveau ou à la dépravation du débat politique. Les promoteurs des *talk-shows* avec participation du public s'auto-consacrent responsables d'une triple mission à haut rendement «démocratique», qui sert traditionnellement la justification journalistique : la mission de relais (de porte-parole du peuple), la mission civilisatrice (éduquer le peuple) et la mission d'investigation (instruction du champ politique)⁹. Les opposants à la mise en scène télévisuelle du profane, fidèles à la logique représentative (primat de l'offre) doivent affronter la logique des partisans du primat de la demande *supportée* par l'importance croissante accordée à la recherche d'audience. On retrouve ainsi périodiquement, chez les professionnels de télévision, selon la position relative qu'ils occupent au sein de leur rédaction et selon celle

⁷. Gaxie (D.), *La démocratie représentative*, Paris, Montchrestien, 1993.

⁸. « la méthode démocratique [caractérise] le système institutionnel, aboutissant à des décisions politiques, dans lequel des individus acquièrent le pouvoir de statuer sur ces décisions à l'issue d'une lutte concurrentielle portant sur les votes du peuple (...) en règle générale, les électeurs ne contrôlent en aucune façon leurs chefs politiques, sinon en refusant de les renommer (ou de réélire les majorités parlementaires qui les soutiennent), il paraît convenable de ramener la conception que nous faisons de ce contrôle aux deux moyens — nomination et révocation — indiqués dans notre définition ». Schumpeter (J.), *Capitalisme, socialisme et démocratie*, Paris, Payot, 1979, p. 355 et p. 359. Pour B. Manin, moins sociologue vers la fin de son essai de repérage du gouvernement représentatif qu'au début, «l'élection constitue l'institution centrale du gouvernement représentatif» à laquelle on peut ajouter trois autres principes constants depuis que cette forme de gouvernement a été inventée : «les gouvernants conservent, dans leur décisions, une certaine indépendance vis-à-vis des électeurs ; les gouvernés peuvent exprimer leurs opinions et leurs volontés politiques sans que celles-ci soient soumises au contrôle des gouvernants ; les décisions publiques sont soumises à l'épreuve de la discussion» : Manin (B.), *Les principes du gouvernement représentatif*, op. cit., p. 17-18.

⁹. Sur ces rôles «démocratiques» des journalistes : J. Le Bohec dont la typologie trouve à s'actualiser dans ces émissions-forums. Ainsi la définition de la démocratie comme «participation» est convoquée prudemment par les journalistes qui ne méconnaissent le caractère «suicidaire» (pour le métier) d'une extension tous azimuts du «concept» d'émission forum. Le journaliste représentant d'une opinion politique («compétition») ne se rencontre plus à la télévision depuis les années soixante-dix. La mission de service public («représentation») serait celle du relais (en y associant l'intention pédagogique), celle de contre-pouvoir (la démocratie comme «séparation des pouvoirs») correspondant à la mission d'investigation : Le Bohec (Jacques), *Les rapports presse-politique. Mise au point d'une typologie «idéale»*, Paris, L'Harmattan, 1997 ; *Les mythologies journalistiques*, Paris, L'Harmattan.

que leur rédaction occupe dans l'espace médiatique, une opposition structurante des prises de position qui oscillent entre deux extrêmes : d'un côté les tenants du pôle «cultivé», plus autonomes, attachés à une conception plus «élitiste» ou «ancienne» du rôle du média comme instrument d'instruction ou de libération politique des profanes ; de l'autre ceux plus «modernes», plus proches des contraintes commerciales dominantes, qui prônent la revanche populiste des «sans grades», l'avènement d'une télévision de la demande créée par et pour les téléspectateurs. L'affrontement de l'offre et la demande se décline ainsi classiquement entre divers couples notionnels, maintes fois réinventés dans le champ universitaire : l'ancien et le nouveau, l'émission et la réception, la qualité et la quantité, le message et le média, la communion et la communication, le fond et la forme, l'expression et le contenu, l'énoncé et l'énonciation...

Si les *talks shows* américains sont connus en France sous l'aspect trop exclusif des scandales et drames¹⁰ qu'ils supportent, ces derniers ne reflètent guère le genre par ailleurs relativement hétérogène. Il sera ici question de la comparaison du seul talk show français avec participation du public *C'est mon choix* avec les « issues-oriented daytime talk shows » de la première génération (*Oprah, Donahue et Geraldo*¹¹) menacées par une avant-garde plus apolitique et proche des *tabloïds* (*Ricki Lake, Gordon Elliot, Jenny Jones...*). Sur le plan méthodologique, l'étude porte à ce stade sur l'analyse des revues de presse, l'objectivation encore incomplète de l'historique des intervenants et des thèmes et une observation *in situ* du plateau de *C'est mon choix*. Si les thèmes des émissions américaines se suivent et se ressemblent, leur traitement est sans doute plus nuancé selon la personnalité respective des animateurs : Raphael raisonne en mère de famille qui concilie ses obligations professionnelles, l'approche de Donahue est réputée plus intellectuelle et politique, le point de vue défendue par Oprah semble plus émotionnel, celui de Geraldo Rivera plus « bravado »¹². Ces différences sont toutefois plus minimes que ne le laissent entendre les autodéfinitions (biographies¹³) et les descriptions liées de la presse populaire aux Etats-Unis. Avec la télévision américaine, "l'espace public" se serait transformé, à la faveur d'un nouveau marché (l'audience féminine et inactive de la télévision locale en journée), avec ses nouveaux acteurs (les animateurs-journalistes de télévision) installés dans de nouveaux sites (les talk show avec participation du public), porteurs de nouveaux thèmes (politisation du privé, de l'univers domestique, du "féminin"), énoncés par de nouvelles «façons de parler» ("féminine" et "populaire"). En France, seule l'émission *C'est mon choix* semble avoir réussie une implantation sur le PAF relativement durable de 1999 à 2005 sur le modèle des talk shows américains¹⁴. Jusque là, tous les dispositifs français prévoyant une prise de parole du public

¹⁰ . En mars 1995, Scott Amedure a été tué par balles par son camarade Jonathan Schmitz qui n'aurait pas supporté d'apprendre sur le plateau du *Jenny Jones Show* que le premier, homosexuel, était secrètement amoureux de lui ; le 27 juillet 2000, Ralph Panitz assassine sa femme après lui avoir lancé en direct au cours du *Jerry Springer Show* qu'elle était « trop vieille et trop grosse ».

¹¹ Qui constituent bien avec Sally Jessie Raphael et selon Jane Shattuc un « cultural group » du fait de l'audience féminine, du traitement d'enjeux sociétaux, de la présence d'un discours d'expertise qui peut-être celui de l'animateur p. 3.

¹² Shattuc : 54-58

¹³ pour une biographie « officielle » d'Oprah Winfrey : Mair (George), *Oprah Winfrey The Real Story*, New York, A Birch Lane Press Book, 1994 ; pour une version non « officielle » Bly (Nelly), *Oprah ! Up Close and Down Home*. New York : Kensington, 1993.

¹⁴ Le temps de l'institutionnalisation à la télévision est peut-être plus rapide aujourd'hui qu'il y a 20 ans et plus, en raison d'une « meilleure » évaluation des exigences de l'audience qui s'useraient de surcroît plus rapidement qu'autrefois ; une telle « évidence » empruntée aux professionnels de la télévision eux-mêmes, ne va pourtant pas de soi, ne serait-ce que parce que les émissions américaines les plus regardées restent toujours parmi les plus

n'ont eu soit qu'une existence éphémère, soit que la parole profane à la télévision y restait corsetée : sélectionnée avant l'émission, encadrée pendant l'émission et sans effets réels après faute précisément d'une institutionnalisation politique minimale des talk show avec participation du public en France au contraire des Etats-Unis¹⁵.

Car en France l'institutionnalisation d'un espace de libre expression télévisuelle pour les classes populaires à la télévision semble avoir toujours échoué, malgré les nombreuses tentatives et sur toutes les chaînes (*Jour après Jour, Alors heureux* - sur France 2 - ou *Ya pas photo* sur TF1, *Français, si vous parliez* d'A Bercoff sur FR3, *Le visiophone* de M.O. Fogiel sur Canal Plus, etc.). Le dispositif de l'émission française *C'est mon choix*, qui vient de connaître sa dernière saison télévisuelle après avoir été lancée le 22 novembre 1999 sur France 3 s'inspire très explicitement des prototypes américains (*Donahue, Leeza, Geraldo, Oprah, Jerry Springer, Rolonda...*). Contrairement aux prédictions alarmistes autour de l'américanisation de la télévision française, l'émission d'Evelyne Thomas demeurera étrangement unique en son genre¹⁶. Les ressemblances n'excluent pas quelques adaptations nationales mais la place dans la grille (horaires et jour de diffusion), le dispositif scénique et le déroulement séquentiel des émissions signalent la proximité des fonctions attribuées à ces produits culturels de deux côtés de l'Atlantique : cette programmation vise à rajeunir et fidéliser, avec un réel succès, une audience essentiellement féminine (plus des trois-quarts de l'audience est féminine) et inactive.

D'abord, *C'est mon choix* était programmé en semaine et en journée (à 13h55 ; à l'exception de quelques prime time réussis voire très réussis en terme d'audience) sur le modèle des talk shows américains avec participation du public qui constituent depuis le début des années quatre-vingt dix, 25% des programmes diffusés en journée par les quatre principales « chaînes » des Etats-Unis. Ensuite, au niveau de la mise en scène, l'émission reprend scrupuleusement - et pour la première fois de manière durable en France - le concept initié dès 1967 mais demeuré dans l'ombre jusqu'aux années 80, par Phil Donahue du *talk show* avec participation du public qui prévoit d'une part, la participation orale, donc effective, du public et d'autre part, la transgression par l'animateur de la frontière distinguant la scène et la salle. Enfin, au niveau de son déroulement chronologique, *C'est mon Choix* est structuré toutes les 5 à 12 minutes par l'entrée en scène de nouveaux témoins anonymes (aux Etats-Unis, les séquences de 7 minutes environ sont précédées et terminées par une coupure publicitaire, ce qui reste interdit en France). On compte ainsi une dizaine de séquence par édition de *C'est mon choix*.

Une étude précédente concluait d'autre part que la "talk show democracy" à l'américaine s'avère d'abord moins critique que complice des institutions dominantes appuyant la domination masculine et au-delà (des contes de fées au dictionnaire en passant par les partis politiques de gouvernement) : les talk shows ne se contentent pas d'assurer la promotion des biens et services qui financent le programme par les publicités ; ce faisant, les responsables des émissions-forums entretiennent symboliquement la division sexuelle du travail social (dont la passivité politique des téléspectatrices puisque le programme apparaît tout entier consacré à leur rappeler qu'elles sont en charge de l'entretien du capital familial - et

anciennes (The Wheel of Fortune, Jeopardy, le journal télévisé, Oprah...), fidélisation et audience vieillissante obligent.

¹⁵ Darras (E.), «Télévision et démocratisation La télévision forum en France et aux États-Unis», in Neveu (E.) et François (B.), dirs, *Espaces publics mosaïques*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, 1999.

¹⁶ *C'est mon choix* reprend le principe de l'émission « Evelyne » présentée par Evelyne Thomas du 20 mai au 8 août 1996 sur TF1. Pour un bilan critique des études françaises et anglo-américaines sur les émissions forums : Le Grignou (B.), « Le rêve démocratique de la télévision : l'exemple des vox-pop talk-shows », *Cahiers Politiques*, février 2000, n°4, CREDEP, Paris IX, pp. 30-46. Voir également Rouquette (Sébastien), *L'impopulaire télévision populaire*, Paris, L'harmattan.

notamment de la préservation du modèle pourtant sociologiquement dépassé de la famille nucléaire idéalisée), la célébration de la responsabilité et du salut individuels comme de la communication (plutôt que de l'action politique). Ces produits culturels pourraient renforcer ainsi chez les téléspectatrices les schèmes conservateurs intériorisés dès la prime enfance qui préviennent que l'on peut et doit changer «son état d'esprit» sans changer (et plutôt en acceptant) ses conditions sociales d'existence ; ces produits culturels reposent (sur) et supportent une *doxa* atomistique et psychologisante qui conforte la domination en faisant des dominées (les femmes au foyer qui composent l'audience de ces émissions du *daytime*) les responsables de ce qu'elles sont et font. De ce fait, les causes sociales des détresses féminines mises en scènes dans ces émissions sont précisément déniées dans des lectures psychologisantes¹⁷. Tous les travaux retrouvent globalement ces conclusions inspirées à chaque fois de Michel Foucault, en particulier ceux de Sonia Livingstone et Peter Lunt, de Janice Peck, de Jane Shattuc et de Sujata Moorti¹⁸. Pour autant, d'une part, ce constat basé sur des analyses des *productions* culturelles pose le problème de l'extrapolation de ces conclusions vers les *réceptions* soient les téléspectatrices (l'analyse sociologique des réceptions suppose à tous le moins de rencontrer des téléspectateurs...) dont on ne sait toujours à peu près rien de sociologiquement un peu consistant. Dire cela ne revient pas à sous-estimer l'importance de cet espace de parole rassemblant plusieurs millions de téléspectatrices (plus de 15 millions d'américaines regardent tous les jours au moins l'un de ces programmes, l'audience de *C'est mon choix* a pu dépasser les 7 millions de téléspectateurs en prime time) : les téléspectatrices découvrent qu'elles ne sont pas seules à vivre telle ou telle difficulté ou détresse, elles peuvent mobiliser le programme pour embrayer une discussion familiale peut-être salutaire, s'informer ou bénéficier des conseils prodigués, etc. D'autant que les thèmes et leur traitements peuvent ici rompre radicalement et utilement avec les routines journalistiques (et contribuer un jour peut-être à leur mise en cause ?) : les descriptions du suicide ou des viols dans certains talk shows américains sont autrement plus réalistes que celles ordinairement opérées par les productions journalistiques les plus légitimes focalisant trop exclusivement sur l'exceptionnel au détriment de la norme ; alors que le violeur décrit dans les talk show américains, est bien, comme celui des statistiques, un proche de la victime, le violeur généralement décrit dans les journaux est un inconnu agissant dans un espace public avec une arme¹⁹... les « informations » sur le viol délivrées dans les émissions-forums sont donc autrement plus susceptibles de prévenir les téléspectatrices d'éventuels risques, même si elles n'incitent pas à l'activisme politique et même si elles ne vont pas jusqu'à remettre en cause la division genrée des qualités, espaces ou comportement, bien au contraire. Par ailleurs, la retranscription plus ou moins burlesque ou épique d'un enjeu politique (tout particulièrement lorsqu'il s'agit de la place de la femme — mais aussi des homosexuels — dans la société vue par les émissions télévisuelles américaines du *daytime*) peut parfaitement contribuer à neutraliser le message au même titre que l'«esthétisation» et la «psychologisation» des problèmes politiques et sociaux. D'autre part, l'analyse sans doute encore trop normative s'aveugle ainsi sur d'autres aspects, certes seconds : les enjeux débattus dans ces programmes, comme les manières de les traiter, peuvent occasionnellement trouver

¹⁷ Darras, « Télévision et démocratisation... » art. cité

¹⁸ Par exemple pour Sujata Moorti « The experts and audience rarely offered systemic solutions ; instead, the programs repeatedly presented short-term, depoliticized answers to structural problems », Moorti, art. cité, p. 95. Sonia Livingstone and Peter Lunt, *Talk on Television*, NY: Routledge, 1994. Janice Peck, «TV talk Shows as Therapeutic Discourse: The Ideological Labor of Televised Talking Cure», *Communication Theory*, February 1995: 58-81.

¹⁹ Sujata Moorti, p. 88. En surenchérissant sur le caractère pathologique du violeur, Oprah contredit toutefois les explications auparavant avancées dans l'émission sur le rôle de la socialisation sexuelle créatrice d'une « rape-enabling culture » ; selon l'auteure féministe ; « Winfrey occupied an awkward and contradictory position : she both espoused and disavowed the feminist perspective on rape » : p. 93.

acquéreurs dans les champs journalistique et politique qui ne peuvent toujours y demeurer hermétiques.

Ce qui est en jeu par ailleurs pourrait encore être l'importation d'une conception « américaine » de la démocratie. La « talk show democracy » s'appuie (sur) et glorifie d'abord une théorie « démocratique » atomistique en idéalisant l'intérêt et la compétence politiques (technique et sociale) des profanes²⁰ : elle s'autorise de (et accrédite symboliquement) la fiction démocratique de l'égalité 1- d'accès à l'espace public ; 2- des ressources discursives et 3- du « poids » des points de vue politiques. De ce point de vue, il en va de ces discours de justification, comme de ceux glorifiant l'internet, les référendums ou les enquêtes d'utilités publiques... salués comme des formes de dépassement de la démocratie représentative alors même que « ces dispositifs tendent à fonctionner dans la logique et les limites mêmes des mécanismes de la représentation que leurs promoteurs entendent parfois contrecarrer. Il est plus fréquent que les référendums soient à l'initiative des gouvernants que des gouvernés et ils sont alors envisagés ou organisés dans le but de renforcer leur position politique ou d'imposer une réforme contre ceux qui pourraient y faire échec »²¹. Considérer (à bon escient) les nouvelles possibilités d'expressions et communications politiques ne devrait pas conduire à surestimer les possibilités d'une conscience, d'un discours et d'une efficacité politiques offerts aux plus démunis²². Elle promeut ensuite un modèle de démocratie « délibérative » par l'opposition des points de vues : le format du débat politique contradictoire comme vecteur du consensus, de la décision collective, d'une opinion « éclairée »... les experts restent toutefois généralement très présents. Mais si aux Etats-Unis elle constitue un lieu très occasionnel du débat politique, il n'est toujours pas, sauf exceptions rarissimes, un lieu de décision politique²³. La « talk show democracy » idéalise encore la parole, le verbe et le respect de la règle du jeu d'une compétition politique symbolique (où s'échangent des mots) travaillant ainsi à discréditer des procédés concurrents de résolution des conflits et des oppositions (et notamment l'action véritablement collective) et même si l'histoire des talk shows américains est aussi connue pour quelques faits de violence physique. Enfin, la substitution, qui est aussi négation, des porte-parole politiques ou syndicalistes au profit de l'individu anonyme (qu'il soit panélisté, sondé ou internaute... n'y change rien) nie les groupes politiques historiquement mais aussi juridiquement déposés. Elle présente une autre vision intéressée de la société comme agrégation d'individus égaux atomisés. Mais l'individu anonyme non représentatif défend plus rarement un groupe ou une Cause qu'il ne témoigne de son expérience singulière... Conformément aux visions du monde néo-libérales dominantes, il vient confirmer le primat de l'individu sur le groupe. Par ailleurs, la vision « communautariste » de la société et l'élargissement possible du débat politique aux propos racistes constituent d'autres différences sérieuses avec les conceptions européennes de la « démocratie ».

²⁰. Bourdieu (P.), « L'opinion publique n'existe pas » in *Questions de sociologie*, Paris, Minuit, 1980 (1972), p. 222-235 ; Gaxie (D.), *Le cens caché. Inégalités culturelles et ségrégation politique*, Paris, Seuil, 1978. Barnes (S. H.), Kaase (M.), eds, *Political Action. Political Action in Five Western Democracy*, Beverly Hills, Sage, 1979.

²¹. Gaxie (D.), « Gouvernabilité et transformations structurelles des démocraties », in CURAPP, *La gouvernabilité*, Paris, PUF, 1996, p. 252. Sur les limites politiques d'Internet : Benson (T.W.), « Rhetoric, Civility and Community: Political Debate on Computer Bulletin Boards », *Communication Quarterly*, 44 (3), p. 359-392

²² CURAPP, *La politique ailleurs*, Paris, PUF, 1998.

²³. Ce qui distinguent significativement les talk shows ici étudiées des tentatives télévisuelles de mise en délibération d'une décision politique : les exemples d'Amsterdam, Santa Monica, Manchester... voir le bilan et perspective de Papadopoulos (Yannis), *Démocratie directe*, Economica. Voir également Fishkin

Quel bilan peut-on tirer de la comparaison entre la France et les Etats-Unis (I) ; Comment peut-on expliquer les différences dans l'économie des échanges linguistiques au sein des talk shows ? (II) ; Comment peut-on rendre compte de la quasi-absence des tribunes télévisuelles politiques populaires en France ?

I- LA TALK SHOW DEMOCRACY : RESSEMBLANCES ET DIFFÉRENCES

Les promoteurs de la « talk show democracy » et leurs détracteurs s'opposent autour de la définition du progrès démocratique à au moins trois niveaux : celui des locuteurs avec la volonté de donner la parole aux absents de la scène publique, de « l'élargissement » du dicible à la télévision via le choix des thèmes et celui du perfectionnement des dispositifs de la prise de parole en public.

Le choix des intervenants : un homme=une voix

Aux Etats-Unis, les intervenants des débats de la journée sont - au contraire de la télévision du soir et du dimanche matin - plutôt jeunes (78% ont moins de 40 ans), qu'il s'agit majoritairement de femmes (58%) et que les minorités ethniques (chinois, hispaniques et surtout américains d'origine noire-africaine) y sont largement représentées (32%), conformément aux anticipations rationalisées du profil des téléspectateurs de la journée. Bien qu'il soit impossible de l'évaluer, les intervenants des émissions-forums américaines sont surtout très peu diplômés et majoritairement membres des classes populaires. La "talk show democracy" s'inscrit donc à la télévision en rupture avec "l'espace public de représentation" qui caractérise l'ancien régime lorsque «les élites se donnaient en spectacle aux masses, tout en utilisant les lieux publics pour communiquer entre elles» et dans la continuité des journaux et cafés populaires du XIXe siècle bien loin d'une "reféodalisation de l'espace public" dont on peut toutefois trouver, par ailleurs, des illustrations empiriques nombreuses et variées²⁴. Le profil des intervenants marque donc un fort contraste avec les attributs sociaux des professionnels et semi-professionnels de la parole publique (dont les professionnels de la politique mais aussi les responsables associatifs et tous types d'entrepreneurs de causes), ce que les responsables de la télévision forum américaine ne manquent pas de rappeler régulièrement en mobilisant un discours anti-big guys au nom du "peuple" et de la démocratie directe... à l'opposé des deux magazines d'actualité (*Public Affairs Shows*) qui font référence en matière de journalisme télévisuel : diffusées en seconde partie de soirée. 10,3% des intervenants américains de l'émission *Nightline* sur ABC sont des femmes ; 7,9% des invités

²⁴ Habermas, L'espace public, p 251 "Elle (l'infrastructure de la sphère publique) s'est à nouveau transformée avec le développement des mass-média électroniques, l'importance récente de la publicité, l'assimilation croissante de la distraction et de l'information, la centralisation renforcée dans tous les domaines, le déclin de la vie associative libérale, des espaces publics locaux, etc. (...) avec la commercialisation et la condensation du réseau communicationnel, la croissance des investissements en capital et du degré d'organisation des institutions médiatiques, les voies de la communication ont été plus fortement canalisées et les chances d'accès à la communication publique ont été soumises à des contraintes de sélection toujours plus puissantes (...) le pouvoir médiatique, (qui,) utilisé de façon manipulatrice, a ravi l'innocence du principe de publicité. L'espace public, qui est en même temps préstructuré et dominé par les mass-media, est devenu une véritable arène vassalisée par le pouvoir [...] je maintiendrai dans ses lignes générales la description des transformations de l'espace public vassalisé (ibid p.XVI-XVII).

américains de l'émission sont des personnes de couleurs. 90% des invités du magazine de la chaîne publique (PBS) *McNeil/Lehrer* sont des hommes, 87% sont blancs²⁵.

Qu'en est-il en France ? L'un des responsables de CMC affirme lui aussi réaliser « un magazine par et pour le peuple ». Le producteur de l'émission, Stéphane Rak l'affirme clairement : « Il existe une distorsion entre ce que j'ai lu dans la presse et ce que pense le public (...) ce n'était pas dans la culture télévisuelle française de donner la parole au public. On considérait que les intervenants devaient être encadrés par des professionnels de la parole : sociologues, psychanalystes, etc. ce qui, d'un certain point de vue, relevait d'une forme de mépris. Sur le plateau de CMC les témoins peuvent s'exprimer sans tabous, ni censure. C'est une forme de démocratie directe » (*L'Est Républicain*). Cette justification politique est constante, on la retrouve chez Bertrand Mosca, Directeur des programmes de France 3 : « C'est vraiment l'émission type qui manquait, de service public, qui prône la tolérance. C'est clair, c'est clair. Alors, ça fait hurler certains critiques, certains journalistes, mais on sait lesquels, ce n'est pas grave, on n'est pas là non plus pour faire de la télévision pour rassurer quelques ghettos intellectuels. On est une chaîne généraliste grand public, donc au service de tous les publics et je trouve que *C'est mon choix* a sa place » (Nulle Part ailleurs, Canal Plus 11/11/00).

Ceteris paribus (les personnes de couleur sont par exemple proportionnellement moins nombreuses mais aussi peut-être moins remarquées comme telles en France), les personnes qui interviennent dans l'émission française apparaissent en effet particulièrement atypiques à la télévision au regard de leur propriétés sociales : ils semblent souvent jeunes et issus de milieux populaires, les femmes sont très présentes²⁶. Les experts semblent particulièrement rares dans *C'est mon choix* (ainsi par exemple, une gynécologue, auteure de Questions de femmes chez Odile Jacob, intervient dans l'émission du 20/4/2001) tandis qu'ils sont assez systématiquement présents aux Etats-Unis au moins pour épauler le modérateur et conclure par la traditionnelle final thought, l'équivalent fonctionnel de la morale de la fable. Pour Sujata Moorti, sans doute convaincue du « bon sens » démocratique des citoyens une fois placés en situation de délibération (sur un marché linguistique libre et transparent), ce sont précisément les experts qui réorientent et rabaisent le niveau et la portée de la discussion vers le sens commun. Le problème semble surtout posé par la qualité et les croyances des experts, en l'occurrence tous psychologues ou presque. Mais, on l'a dit, CMC est unique et en voie de disparition. Au commencement, Evelyne Thomas ne s'interdisait pas d'inviter des hommes politiques (*Télé 7 jours*) mais le vœu n'a jamais été concrétisé, faute selon toute vraisemblance de combattants (cf. *infra*)

L'argument politique selon lequel toutes les opinions se valent fonctionne désormais ordinairement pour justifier les sondages d'opinions les plus farfelus mais il rencontre encore en France de sérieuses résistances s'agissant de justifier le principe de la libre expression télévisuelle d'individus appartenant aux classes populaires. Les journalistes français

²⁵ Aux États-Unis, deux *Public Affairs Shows* font référence en matière de journalisme télévisuel. Ils sont diffusés en seconde partie de soirée. 10,3% des intervenants américains de l'émission *Nightline* sur ABC sont des femmes ; 7,9% des invités américains de l'émission sont des personnes de couleurs. 90% des invités du magazine de la chaîne publique (PBS) *McNeil/Lehrer* sont des hommes, 87% sont blancs Croteau, David, and Hoynes, William, *Are You on the Nightline Guest List ?* (le corpus de validation est hélas toutefois peu conséquent et ne peut prévenir d'éventuelles effets de saisonnalité : entre le 2/6/89 et 8/4/89) ; des démonstrations analogues sont disponibles.

²⁶ Le corpus d'émissions de débat sur des sujets de « société » de Sébastien Rouquette qui ne compte que trois magazines de débats depuis 1958 au « recrutement fondamentalement populaire » (Mea Culpa sur TF1 en 1991-1993, Evelyne et *C'est mon choix*) offre une autre confirmation du profil atypique des intervenants de *C'est mon choix*. Rouquette (Sébastien), *Vie et mort des débats télévisés, 1958-2000*, Paris, INA-de Boeck, 2003, p. 153.

rappellent alors que les points de vues peuvent être inégalement compétents (faute d'une pratique ou de connaissances) en s'inquiétant des effets du nivellement télévisuel par le bas. Pour ne citer qu'un seul exemple, celui d'un article de *Libération* : « avec CMC au moins il n'y a pas tromperie sur la marchandise. On est dans le gras, jusqu'au cou. On plonge dans l'épaisse mélasse, dans l'égo affichée sans orgueil ni honneur, dans d'incroyables souffrances qui s'ignorent. Pour sur, ça frise l'apocalypse (...) Il faut bien se demander si nous n'aurions pas, au fond, une responsabilité la dedans. Nous qui avons si peu fait contre l'esprit karaoké, cette culture du tout se vaut, un chanteur avec une voix et un employé de bureau avec des mimiques de chanteur, cette ambiance de succédanée, de simili qui règne partout » (David Dufresne, 14/11/00, *Libération*).

Les stratégies de légitimation peuvent se lire en contraste de celles dénonciatrices, les justifications populistes font classiquement écho aux accusations élitistes : « On lui reproche [à CMC] de donner la parole aux laissés-pour-compte des statistiques, les oubliés des sociologues. Cette mosaïque de particularités insolites, bizarres, hors normes, qui forment pourtant une part de la société » (Télé 7 jours) etc.

Le choix des sujets : l'élargissement américain du dicible en politique

La lutte politique reste avant tout une lutte pour le droit de dire ce qui est politique donc ce qui ne l'est pas. Or, pour continuer à paraphraser Bourdieu, un problème « politique » ou « d'actualité » reste un problème que les professionnels de la politique ou de « l'actualité » « reconnaissent (au double sens) comme tel (parce qu'il s'inscrit dans la logique de l'histoire du champ et dans leurs dispositions historiquement constituées pour et par l'appartenance au champ) »²⁷. Pour les féministes américaines, ces limites du pensable en politique sont inséparables d'une culture patriarcale sexiste qui n'épargne pas les chercheurs, et Habermas lui-même²⁸. La division genrée de l'oïkos féminin et de la polis au masculin s'inscrit au fondement de la domination libérale qui rend difficile voire impossible le grandissement et la politisation des causes domestiques. Pourtant au sein de cette compétition symbolique pour le droit de dire ce qui est politique, les animateurs des talk shows américains les plus prestigieux ont plusieurs fois réussi un élargissement parfois significatif de l'espace du dicible et du possible en politique. Ce n'est pas le cas en France en raison d'une part de la forte autonomie du champ politique et d'autre part de la très faible légitimité des animateurs de talk show dans le champ médiatique.

Faire parler des femmes, des enfants, des minorités les plus démunis et obtenir (de manière plus ou moins conscientisée ou explicitée) une politisation des problèmes rencontrés par ces populations relève d'un volontarisme politique affichée par les modérateurs des talk shows américains et français au nom de leurs audiences. Pour Evelyne Thomas : « On aborde des thèmes, ceux dont parlent les gens entre eux. Avec leurs mots à eux, comme dans la vie. Ça devait manquer à la télé » (*Télé Loisirs*, 20/10/00) ou encore « mon souhait c'est que la télévision soit de plus en plus le reflet de la vie, qu'elle colle à la réalité » (TV Magazine).

²⁷ Bourdieu (P.), *Questions de sociologie*, Paris, Minuit, 1984, p. 118.

²⁸ Qui aurait occulté le rôle décisif des femmes dans l'avènement du nouveau régime en surévaluant le rôle du tribunal de l'opinion publique mais aussi en le surmasculinisant. Cf. Joan Landes, *Women and the Public Sphere*, Ithaca and London: Cornell University Press, 1988:5s. Susan Herbst, « Gender, Marginality and the Changing Dimensions of the Public Sphere », *Communication Research*, 19, 1992: 381-392. Frazer, art. cité

Mais d'emblée, les prétentions de Stéphane Rak, producteur de CMC, tranche semble-t-il avec celles de ses homologues américains : « Nous faisons une télévision active qui parle de choses qui dérangent et qui font réfléchir. Pas de prosélytisme. Nos invités désirent seulement qu'on les écoute et qu'on les comprenne ».

La création et la réparation du lien social problématique est au cœur des trois quart des émissions américaines²⁹ pour plus de la moitié des éditions de *C'est mon choix*. La hiérarchie des types de liens problématiques évoqués est comparable dans les deux pays : les relations entre hommes et femmes, dont celles hors mariage, sont ultra-majoritaires aux Etats-Unis comme en France (62% et 61% « ex : « je veux rester vierge avant le mariage » ; « j'aime les femmes rondes ») viennent ensuite les relations parents-enfants (18% de *C'est mon choix*) et les relations amicales (21%). Aux Etats-Unis, les tabous sexuels constituent des sujets privilégiés et marquent la rupture avec les années 70³⁰. L'unique émission française évoque plus souvent que ses homologues américaines le rapport au corps et la beauté ainsi que d'autres thèmes ayant trait aux stars, aux talents anonymes (radio crochets, concours d'imitateurs, de magiciens...), aux particularités ou comportements originaux (« je participe à tous les jeux concours », « je communique avec l'au-delà », « nous représentons les 7 péchés capitaux », « je refuse le progrès », superstitions, désuets), aux hobbies (« nous deviendrons les rois de la danse ») aux nouveaux objets du quotidien, etc. En France, le seul espace d'expression télévisuelle des plus démunis économiquement et culturellement ne s'est surtout jamais véritablement attaché à des sujets politiques ou politisables. Au contraire des Etats-Unis.

Comprenons bien que les thèmes des émissions américaines (fixés sous la contrainte de la concurrence, des annonceurs et d'un phénomène d'entropie inhérent aux productions télévisuelles quotidiennes) n'abordent qu'exceptionnellement des sujets que les féministes souhaiteraient voir débattre. De surcroît, on l'a dit, le traitement de ces thèmes exceptionnels (le viol, le sexisme au travail...) n'aboutit pas nécessairement à une politisation, bi en au contraire (puisque ces émissions ne cessent de rappeler les téléspectatrices à l'Ordre et à la responsabilité individuelle): même aux Etats-Unis les talk shows constituant un forum de formation et d'expression des identités ou des dispositions citoyennes, d'élaboration d'une conscience et d'un débat politiques relèvent de l'exception et non de la règle.

Reste, d'une part, que les talk shows américains contribuent occasionnellement au débat sur des enjeux qui ont cours dans le champ politique ; Phil Donahue d'emblée aborde les élections présidentielles, les interventions militaires, la pauvreté et le SIDA ; il sera durablement suivi jusqu'à aujourd'hui par ses successeurs (par exemple : *whether parole for convicted criminals with life sentences should be abolished, Marijuana use among teenagers, a discussion of problem facing black women, alternative medical treatment, young people and the AIDS virus, a debate over gun control*). Pour Jane Shattuc, ces tribunes télévisuelles s'inscrivent notamment dans les routines de la presse tabloïd qui privilégient depuis le XIXe siècle avec Pulitzer et *The Sun* « les croisades contre les puissantes concentrations de pouvoir » qu'ils

²⁹ Darras dans Neveu et François, art. cité

³⁰ L'homosexualité, l'inceste sont des sujets tabous dans les *soaps operas* parce que la résolution du conflit devient impossible à l'intérieur d'unités domestiques basés sur la romance hétérosexuel. «Jusqu'à une date récente, *Procter & Gamble*, qui possède cinq *soap operas* diffusés par les networks, se fixait pour règle inviolable que des personnes non mariées ne pouvait être montrées ensemble au lit, même si le scénario prévoyait que deux personnes non mariés ont des relations. Ce n'est que contraint et forcé qu'ils ont accepté la libéralisation induite par les *talk-shows*. Comme le précise Bob Short, Directeur de *P&G Productions*, avec un soupir de frustration : 'Que pouvez-vous y faire ? Tout change!.' Les projets de scénarios incluant des amours homosexuels auraient toutefois été censuré : LaGuardia Robert, *Soap World*, Arbor House, NY, 1983, p. 55.

s'agissent des partis, des lobbies, du fisc ou des monopoles économiques. On ne peut tout à fait suivre l'auteure sur ce point tant le principe connaît d'exceptions dont les monopoles de l'électricité, des télécommunications ou de la grande distribution qui, s'ils concernent très directement ces téléspectatrices, possèdent ou financent l'économie de la télévision et constituent à ce titre des sujets proprement inimaginables avec beaucoup d'autres³¹. Par ailleurs, Phil Donahue n'innove pas tant par ses sujets et ses invitations que l'on retrouve dans les magazines politiques les plus anciens et légitimes de la télévision américaine *Meet The Press*, *Face the Nation* ou *Issues and Answers*³². En France, quelques sujets rencontrent ou chevauchent voire précèdent des débats impliquant l'ensemble des institutions constitutives du champ politique dont ceux sur la reconnaissance des couples homosexuels aboutissant à la législation sur le PACS ou ceux sur l'adoption et ses effets posant entre autres le problème de la préservation de l'anonymat des parents ayant opté pour un placement de leur enfant... De même quelques sujets sur l'éducation peuvent contribuer au travail de politisation de cette prérogative féminine (et à ce titre exclue du procès de politisation : « Je n'ai pas besoin d'homme pour élever mes enfants » ; « J'ai eu une éducation très stricte »...). Mais ces illustrations trop rares et sans effets politiques demeurent plus épisodiques que représentatifs, qu'elles que soient les affirmations de Stéphane Rak pour qui « les sujets ne sont jamais gratuits. Ils sont ancrés dans de vrais problèmes de société et contribuent à changer les regards » (*Le Parisien*, 12/11/00).

Mais d'autre part, les programmes américains constituent concurremment des espaces publics alternatifs pour des enjeux précisément déniés par la politique officielle et dûment étudiés dès lors par les sociologues féministes dont les violences sexuelles³³, le racisme³⁴, l'enfance maltraitée mais aussi le surendettement (*Report Card Problem*), le handicap ou le suicide des jeunes, autant d'enjeux absents ou mal traités au sein du champ politique.

Ces succès politiques au niveau 1, celui du débat politique, sont d'ailleurs tels qu'Oprah Winfrey ou Phil Donahue peuvent faire valoir une action au niveau supérieur, celui de la décision ou de l'action politique. C'est l'exemple de la « loi Oprah » pour la protection de l'enfance en danger comme de bien d'autres actions politiques dont dernièrement un militantisme intéressé pour la lecture (the « reading again crusade ») au travers de la création d'un club de lectrices et de sa très influente *Recommended Book List*. Jamais en France Evelyne Thomas, pas plus que ces prédécesseurs, n'a pu soutenir des prises de position politiques analogues à celles d'Oprah Winfrey, de Geraldo Rivera ou de Phil Donahue.

Façons de parler : l'économie des échanges linguistiques

L'étude des émissions forums aux Etats-Unis peut contribuer à la périlleuse réflexion sociologique sur les modalités infra- ou plutôt extra-graphique du raisonnement politique. Tous ou presque conviennent désormais de la faible compétence politique de l'immense

³¹ Shattuc, p. 19.

³² La National Organization for Women, Ralph Nader, Eldridge Cleaver (self confessed rapist and author), le KKK et l'American Nazi Party y sont aussi présents dès les années 70 au même titre que plusieurs dictateurs d'amérique centrale et d'ailleurs.

³³ Moorti (Sujata), "Cathartic Confessions or Emancipatory Texts? Rape narratives on the Oprah Winfrey Show", *Social Text*, 57, Winter 1998, p. 83-102

³⁴ Janice Peck, « Talk about Racism : Framing a Popular Discourse of Race on Oprah Winfrey », *Cultural Critique*, 27, spring 1994 : 89-126.

majorité des électeurs³⁵ et le débat sociologique porte désormais sur la pertinence des instruments de mesure. Ne faut-il pas chercher la compétence politique des profanes ailleurs que dans le discours politique officiel, ailleurs que dans des termes politologiques... d'où l'hypothèse des raccourcis de jugements et autres *shortcuts* mais aussi le renouvellement des protocoles d'enquêtes qui abandonnent les sondages d'opinions pour les *focus groups* ou les sondages délibératifs de telle sorte que la parole politique profane puisse éventuellement advenir avec ses mots et ses façons de parler³⁶. Le risque du glissement populiste, au sens de Grignon et Passeron, de l'analyse est certes réel et sérieux. S'agissant des émissions américaines, ces dispositifs télévisuels facilitent certaines dispositions qui trouvent alors à s'y actualiser, à s'exprimer autrement que par la voix de la « Raison graphique » de l'argumentation rationnelle jusque là réputée indispensable à la délibération politique depuis Habermas³⁷. A ce stade, il reste difficile d'objectiver méthodiquement la prise de parole et la conversation des classes populaires à la télévision ; comme ailleurs, leurs façons de parler s'y distinguent nettement de celles des classes populaires : il est question sur le plateau d'un entre soi populaire, d'un franc parler caractéristique, des formes moins euphémisées de violence verbale, du recours aux émotions (quoique cette fausse opposition entre le cœur et la raison demeure peu convainquante) du recours à l'expérience vécue donc au témoignage et à diverses formes de mises en scène de soi et du groupe qui n'ont absolument pas cours au sein des classes supérieures et qui peuvent aboutir le cas échéant à l'expression individuelle et collective d'une cause politique dans des formes inouïes à la télévision française. Pour les féministes américaines Oprah Winfrey promeut occasionnellement un espace public féminin en privilégiant « l'émotionnel sur le rationnel, le fragmented and repetitive dialogue over narrative closure et l'expérience tant individuelle qu'interpersonnelle »³⁸. Au-delà, il peut s'agir de remettre en cause les fondements intellectuels de la domination politique justifiée précisément par l'expertise et le savoir méritocratique : le comment (l'expérience, le vécu, le témoignage) est opposé au pourquoi (la recherche des causes produisant les mêmes effets ceteris paribus étant au cœur du raisonnement rationnel qui est aussi celui de la science fondamentale), l'authenticité contre le discours, le nombre contre la Raison, etc. Pour avancer sur ces terrains, la comparaison avec d'autres dispositifs autorisant la prise de parole populaire s'impose qu'ils s'agissent de l'étude des manifestations, des comités de quartiers mais aussi des cafés, etc.

En France, les manifestations de violence verbales semblent extrêmement rares, la surveillance dont l'émission française fait l'objet tant au CSA que dans les rédactions de la presse spécialisée donne à penser que les écarts auraient donné lieu à publicité. Durant ces six

³⁵ Pour ne citer que les classiques : Gaxie (Daniel), *Le cens caché*, Paris, Seuil, 1978. Angus Campbell, Philip E. Converse, Warren E. Miller, Donald E. Stokes, *The American Voter*, New York: Wiley & Sons, 1964. Daniel Gaxie contribue lui-même à l'actuel renouvellement de ce débat : Gaxie (Daniel), « Une construction médiatique du spectacle politique ? Réalité et limites de la contribution des médias au développement des perceptions négatives du politique » dans Lagroye (Jacques), dir., *La politisation*, Paris, Belin, 2003. Gaxie (Daniel), « Appréhensions du politique et mobilisation des expériences sociales », *RFSP*, 52 (3), p. 145-178.

³⁶ La littérature d'analyse est d'ores et déjà abondante, pour des synthèses productives, voir: Loïc Blondiaux, « Mort et résurrection de l'électeur rationnel » dans la *Revue française de science politique*, 46 (5), 1996, p. 753-791. Le Grignou (Brigitte), *Du côté des publics. Usages et réceptions de la télévision*, Paris, Economica, 2003, p. 143-157. Gerstlé (Jacques), *La communication politique*, Paris, Dalloz, 2004, p. 91-108.

³⁷ Voir notamment la traduction de la critique d'Habermas par Nancy Frazer, « Repenser la sphère publique. Une contribution à la démocratie telle qu'elle existe réellement », *Hermès*, 31, 2001, p. 125-156 (1992). Et les réactions d'Habermas lui-même dans Calhoun ed, *Habermas and the Public Sphere*, MIT Press, 1992.

³⁸ Sujata Moorti, art. cité, p. 88. Oprah Winfrey comme les autres animateurs de talk show joue surtout le rôle du contradictoire en prenant presque systématiquement le contrepied de celui qui parle ; ce faisant, elle peut tenir un discours approfondi sur les causes sociales des expériences exposées de même qu'elle mobilise régulièrement des statistiques à l'appui de la discussion : p. 92

saisons, la communication est restée principalement non violente, pas d'insultes ni de grossièreté, de mises en causes déplacés (sur le physique de l'invité), au total la dignité des invités est préservée permettant à tous de conserver la face selon la formule de Goffman. Rien d'étonnant à cela pour le lecteur de Labov, les modalités populaires de la conversation s'effectuent elles-aussi selon les règles d'un gentlemen agreement plus ou moins spécifique et que l'on retrouve pour partie dans toutes les émissions de ce type (tutoiement spontané, idiomes, ironie, auto dérision, circonvolutions, usages de métaphores sexuelles...)

Dans *C'est mon choix* les interventions du public sont effectives souvent comparable en temps (ou en volume total) à celle des invités et au moins deux fois supérieures à celles cumulées d'Evelyne Thomas. Si le public reste plus présent sur la bande image que sur la bande son, une analyse systématique des tours et temps de parole montre bien la réalité de la présence verbale donc réelle du public au contraire de toutes les émissions françaises précédemment analysées. Sur la base des émissions analysées³⁹, il apparaît que les interventions du public – tous types confondus – sont en moyenne au moins une fois et demi supérieure aux Etats-Unis, il en va de même de celles de l'animateur. Les échanges linguistiques sont nettement plus rapides aux Etats-Unis : les tours de parole sont plus nombreux et les temps de parole plus fractionnés. S'agissant du ton général, de l'ambiance, de la teneur des propos échangés et bien qu'il soit difficile de valider empiriquement une telle affirmation (ne serait-ce que parce que l'économie des échanges linguistiques est moins fonction des types de dispositifs que de la nature des propos échangées : un sujet grave comme les « enfants handicapés » ne provoquent pas les échanges de « blondes vs brunettes » or il s'avère difficile de trouver des enregistrements portant des deux côtés de l'Atlantique sur les mêmes sujets), il apparaît pourtant que les manifestations du public sont moins nombreuses et soutenues que dans les prototypes américains ou ils se montrent plus décontracté, emporté, sensible...

II- COMMENT PEUT-ON EXPLIQUER LES DIFFÉRENCES DANS L'ÉCONOMIE DES ÉCHANGES LINGUISTIQUES ?

L'habitus national n'explique sans doute à peu près rien : des Français placé dans le dispositif de Geraldo ne se comporteraient sans doute pas très différemment d'un public américain. Si les interventions restent moins nombreuses, moins rapides et variées dans *C'est mon choix* par comparaison avec ses équivalents américains, c'est peut-être parce que le montage ultérieur de la bande son prévoit plus souvent de les supprimer. Mais pour l'essentiel, les raisons d'une telle différence sont principalement liées au rabaissement des contraintes pragmatiques aux Etats-Unis à plusieurs niveaux : la mise en scène, le comportement de l'animateur beaucoup plus tactile, plus humoristique et entraînant mais aussi plus proche de son public aux Etats-Unis, la préparation plus professionnelle de la parole profane,

Les mises en scènes minimalistes

A l'opposé des magazines politiques de télévision, la talk show démocratie évite la bimbeloterie intimidante (livres, bibliothèques, symboles du pouvoir) et l'inévitable mobilier antiquisant pour privilégier des mises en scène minimaliste. A l'extrême, certains escomptent

³⁹ « nous communiquons par télépathie » ; « je ne crois plus en l'amour » ; Danny ! « I can't stop snooping »

peut-être favoriser la prise de parole et les phénomènes d'identification en recourant à la symbolique de l'univers domestique : décor avec murs en briques apparentes, lambris, banquettes et coussins, chaises de bois verni avec accoudoirs, étagères et bibelots, sol carrelé, tableaux réalistes d'animaux domestiques pour *Ricky Lake*. De nombreuses variantes sont possibles, dont les vases et les bouquets de fleurs, les tapis et tapisseries, les supports photos pour les portraits de la famille, les lampes de chevets, les rideaux, les appliques murales, les plantes d'intérieur, les fenêtres en trompe-l'oeil avec persiennes (*Mark Walberg*), l'escalier en bois (*Gordon Elliot*) ou la cheminée (*Tempestt*). Les émission-forums se contentent plus souvent d'emprunter quelques-uns de ces éléments décoratifs connotant l'univers domestique.

L'affinité des habitus

L'animateur est d'abord judicieusement mis en scène : aux Etats-Unis la raison sociale de l'émission fait référence à son prénom (un show éponyme pour un effet de proximité) — plus rarement à son patronyme —. « Do you know that everyone calls me by my first name ? Young people, old people, black people, it's always Geraldo' They don't call Dan or Tom and Peter by their first names. There's a love and affection there. I'll take the people over the critics any day »⁴⁰.

Son entrée en scène est systématiquement spectaculaire sous les vivats et les applaudissements du public debout, certains animateurs traversent une haie d'honneur. Le générique de plusieurs talk-shows comprend quelques micro-trottoirs où les interviewés déclarent vénérer le présentateur de l'émission ("We love you Jerry"). Les thèmes confèrent ensuite régulièrement et explicitement au présentateur le statut d'homme providentiel (*Elliot grants viewers' wishes*). L'hôte d'un *talk-show* américain peut ainsi contrarier l'endogamie de classe : *Oprah plays matchmaker for suburban men and urban women*. La presse populaire renseigne enfin sur leurs vies privées, leurs recettes de cuisine... mais divulgue régulièrement les montants de leurs salaires et les étapes de leurs trajectoires sociales ascendantes : cette contradiction symbolique magnifie les mythes de l'égalité des chances et de l'Acteur seul maître de sa destinée (« des milliardaires comme vous »). Si cette affinité des habitus est donc construite par le marketing, elle n'en est pas moins bien réelle par ailleurs et explique comme le montrait déjà Richard Hoggart l'essentiel du succès de ces producteurs culturels qui savent anticiper les réceptions populaires tant qu'ils sont en mesure d'activer des dispositions adéquates parce qu'issues de leurs enfance et adolescence populaires⁴¹. Comprendre le succès de ces produits culturels suppose de comprendre les homologues de dispositions populaires qui lient ces animateurs à leurs audiences, en dehors de tout cynisme et même si ces homologues sont aussi stratégiquement orchestrées par le marketing (comme lorsque la presse populaire magnifie la vie de famille, les vacances ou l'enfance difficile de ces animateurs vedette).

⁴⁰ *Newsweek*, november 14, 1988, p. 78

⁴¹ Hoggart (Richard), *La culture du pauvre*, Paris, Minuit, 1970. En France, A. Bercoff (licencié es lettres, écrivain, ancien journaliste de *l'Express* et Directeur de la rédaction de *Lui*), M. Field (leader médiatisé des manifestations lycéennes de 1972, agrégé de philosophie) ou E. Thomas (cf. *infra*) présentent certes des parcours atypiques, mais les trajectoires sociales des animateurs de la télévision américaine sont autrement plus chaotiques et surtout marqués par une origine sociale populaire ; ce qui semble plus vrai encore pour la nouvelle génération de *talk show hosts* apparus après 1995. Jerry Springer est l'ancien maire de Cincinnati mais Geraldo Rivera, est le fils d'un serveur d'une cafétéria du quartier Babylon à New York où ses parents servaient dans une cafétéria à Manhattan devenu avocat grâce à la Brooklyn Law School. Le fils du président Ronald Reagan, Ron, s'est essayé dans un talk show mais sans succès.

Le questionnement d'Evelyne Thomas se distingue vraisemblablement de celui de ses homologues américains en cela qu'elle cherche, le plus souvent, à éviter les conflits : le ton est consensuel, les tensions sont désactivées par ses questions de détournements. Elle apparaît distancée à l'opposé de l'engagement de la plupart de ses homologues américains. Les questions du public jugées trop agressives, blessantes, trop personnelles sont manifestement coupées au montage. La présentatrice de l'émission prévient « on ne se moque jamais des témoins, nous les respectons. Aucun n'est reparti mécontent ». (*Télé 7 jours*). En outre, E Thomas sans doute plus mobile que Michel Field dans *L'hebdo* l'est visiblement moins que ses homologues américains. L'animatrice ne coupe que rarement la parole et les « tunnels » (selon un terme indigène devenue péjorant chez les professionnels de la télévision qui intériorise ainsi la contrainte du zapping de l'audience, qui signifie monologue, car selon une expression souvent entendue: « à la télé il faut se zapper soi même pour ne pas être zappé ») ne sont pas rares rappelant ainsi qu'à ses heures peu stratégiques, une parole profane relativement libre et argumentée peut aussi bénéficier du privilège rare à la télévision de la « longue durée » (à l'échelle de la télévision néanmoins c'est à dire rarement plus de quelques dizaines de secondes).

L'isegoria de C'est mon choix

Pour ce qui concerne la constitution du public de CMC, l'accès est ouvert à tous ceux qui réservent, par téléphone et internet, une place pour l'enregistrement dans le studio 102 de la maison de Radio France dont la date est prévue au moins une semaine à l'avance. Au téléphone, les professionnels de *Réservoir Prod* sollicite l'âge de la personne de telle sorte, vraisemblablement, qu'un contingent suffisant de « moins de 35 ans » soit présent sur le plateau, rajeunissement de l'audience oblige, en particulier pour les chaînes publiques françaises. L'équipe de l'émission n'hésite d'ailleurs pas rappeler les spectateurs prévus pour la constitution du public quelques jours avant l'enregistrement pour obtenir une confirmation de leur venue. Si l'on en croit plusieurs membres du public interrogés pendant l'attente avant l'entrée dans le studio d'enregistrement, le thème de l'émission n'est pas toujours connu au moment de la prise de rendez-vous par téléphone. Le placement dans le studio n'est pas fonction d'une anticipation des prises de parole profanes alors qu'il est plus ou moins aisé d'intervenir selon la place que l'on occupe. Les membres du public accèdent par groupe de deux ou trois dans le studio et sont stratégiquement placés par Lauren qui veille à « mélanger un peu les garçons et les filles » mais aussi manifestement à privilégier pour les emplacements les plus souvent dans le champ des caméras (derrière le visage de la présentatrice) : les jeunes, physiquement attrayants, vêtus de manière suffisamment télégénique (les chemises blanches sont notamment proscrites...) pour reléguer au contraire les plus âgés à la périphérie des gradins ; toutefois la proxémique n'explique pas tout à la télévision, le second rang prime sur le premier dans la mesure où les personnes du premier rang apparemment favorisées, par leur proximité physique à la scène seront néanmoins exclu d'un passage à la télévision parce que placés au contrebas des caméras à hauteur d'hommes. Pour ce qui concerne l'émission observée *in situ* la placeuse veille scrupuleusement au respect de ses consignes : deux personnes âgées avaient profités de son absence pour venir s'installer plus au centre des gradins mais se sont vus contraintes, poliment et avec le sourire, de regagner leur places initiales reléguées : « Mesdames, je vous avais dit de vous mettre là ! ». Le placement devient plus difficile à mesure que les gradins se remplissent, Lauren demandant régulièrement à

plusieurs personnes placés au centre de se pousser sur les côtés pour céder leur place à aux derniers venus jugés plus télégéniques.

Sur un public composé d'environ 70-80 personnes, une quinzaine sont déjà venues, certains sont restés après avoir assisté à l'enregistrement précédent, quelques-uns sont des habitués (à la sortie du studio on nous distribue le programmes des 12 prochains enregistrements), Hélène par exemple qu'Evelyne Thomas salue et félicite pour la qualité de ses questions. Les moins de 30 ans sont ultra-majoritaires, et les origines géographiques réellement variées : ce jour, Nantes, Mont-Saint-Michel, Marseille, Besançon.

L'inégale préparation de la libre parole

Contrairement à ce qu'une lecture d'herméneute placé devant la SLAV de l'INA, son poste de télévision, son chronomètre et ses enregistrements peut donner à penser⁴², ce n'est peut-être pas tant l'animatrice pendant l'enregistrement qui « galvanise » le public que ce qui se déroule avant l'émission qui est ici incident. L'abaissement du cens social est assuré par plusieurs procédés.

Le public est d'emblée invité à devenir acteur de l'émission puisqu'immédiatement avant d'entrer dans le studio, tous sans exception (« on ne peut pas y échapper », sorte de prix à payer de son invitation) doivent passer par groupe de deux ou trois devant la caméra installée dans le sas et donner leur avis sur le thème de l'émission du jour : « Que pensez-vous des jumelles qui ne veulent vivre qu'avec des jumeaux ? ». Malgré l'urgence, les professionnels de l'équipe de J.-L. Delarue restent courtois et invitent les personnes présentes à s'exprimer librement sur le sujet devant la caméra : « S'il y en a un qui veut marcher sur les mains c'est possible ! ». L'expérience d'une improvisation devant une caméra reste particulièrement intimidante pour la plupart des anonymes du public ; mais le micro-traumatisme créé a ainsi toutes les chances d'opérer une désinhibition forcée de chacun des membres du public que l'on souhaite enthousiaste. Au total, c'est une cinquantaine de *shots* que les professionnels de Réservoir Prod vont enregistrer à la chaîne, la lassitude est perceptible devant le peu d'originalité ou la mauvaise volonté voire le manque de professionnalisme des anonymes qui se succèdent devant la caméra.

Le public respecte un certain nombre de règles non écrites qui lui ont été notifiées avant le début du programme. Ainsi, avant l'enregistrement, le « chauffeur de salles » rappelle, avec humour, quelques consignes à respecter : ne pas faire de signe à la famille, regarder les caméras, attendre son tour pour parler. La règle selon laquelle les interventions individuelles impromptues sont proscrites sera d'autant mieux respectée qu'elle est ensuite répétée par l'animatrice elle-même. Evelyne Thomas n'insistera d'ailleurs que sur cette consigne spécifique : « sans le micro, ça ne sert à rien vous dérangerez l'émission mais personne ne vous aura entendu dans votre quartier parce que ça ne s'entend pas à la télévision ! ».

Plus d'un quart d'heure avant l'entrée en scène d'Evelyne Thomas et le début de l'enregistrement, un « chauffeur de salle » assure le succès des réactions du public grâce à la complicité créée avec le public « il y en a qui viennent de loin ? », par son dynamisme, ses sollicitations « qui veut chanter une chanson ? », sa bonne humeur, son humour, ses recommandations : « ne regardez pas les caméras, faites comme si elles n'étaient pas là... l'émission d'aujourd'hui est très rythmée (...) il faut sourire, applaudir, rigoler allez-y n'hésitez pas (...) il faut de l'émotion (...) je compte sur vous (...) c'est le stade de France ! »

⁴² Champagne (Patrick), "Qui a gagné ? Analyse interne et analyse externe des débats politiques à la télévision", *Mots*, 20, 1989.

Cet « échauffement » préalable est aussi le prétexte du repérage des questionneurs potentiels pendant l'émission : « On fait comme si on posait une question ». Au total c'est plus d'une dizaine de questions qui seront posées sous le regard du réalisateur en régie avant l'émission. Le chauffeur de salle teste les réactions, la répartie, la spontanéité et le potentiel médiatique des personnes présentes en interrompant, commentant leur discours et en présentant sans cesse le micro sans même poser de questions. Pendant l'émission le « chauffeur de salle » se place hors-champ face au public et initie bon nombre des réactions du public en lançant le premier « Houou... », la première salve d'applaudissements, le premier rire...

Claire et Marie apprécient le rôle actif dévolu au public, qui, dans *C'est mon choix*, peut poser des questions », et particulièrement le comportement d'Evelyne Thomas (« plus présente, plus communicative avec le public ») et de son équipe qui dialoguent véritablement avec le public avant l'émission. Elles ont aussi participé à l'émission *Célébrités* où, à l'inverse, la relation de l'animatrice avec le public reste, selon elles, inexistante : jamais Carole Rousseau ne parle ni ne regarde la salle, « dans *Célébrités*, on est vraiment des pots de fleurs », d'ailleurs, les responsables de l'émission n'hésitent pas à reléguer en cours d'enregistrement un membre du public bien placé qui ne sourit pas suffisamment, à l'occasion d'une interruption de l'émission. L'expérience de plusieurs dizaines d'observation des plateaux d'émissions politiques classiques rappelle en effet que le statut relativement actif du public dans l'émission *C'est mon choix* constitue sans doute une innovation particulière dans l'histoire de la télévision française.

L'observation du plateau de l'enregistrement de l'émission rend compte de la réalité de cette liberté d'expression largement inouïe à la télévision française, avant le début de l'enregistrement, le chauffeur de salle le répète : « tout le monde peut poser une question, si vous voulez poser une question, lever bien le bras attendez qu'Evelyne Thomas vienne à vos cotés, rester avec le bras levé, même un quart d'heure ! ne vous exprimez pas tout seul, tout fort ! ». Le programme des prochains enregistrements distribué à la sortie précise explicitement : « Au cours de cette émission les spectateurs ont la possibilité s'ils le désirent d'interroger nos invités ».

Associé et responsabilisé, le public devient rapidement solidaire de la réussite de l'émission, tous ou presque acceptent d'applaudir, de huer (« Qu'est ce que vous faites quand vous n'êtes pas d'accord ? » « Hou, Hou... ») et de rire sur commande ; le jour de l'observation une habituée avec un rire très communicatif contribue à crédibiliser l'hilarité générale.

Pendant « l'échauffement », plus d'une dizaine de salves d'applaudissements sur commande sont sollicitées en plus de celles provoquées par les réponses de tel ou tel membre du public ou les commentaires du « chauffeur de salle ».

Mais à l'inverse, d'autres facteurs refroidissent l'ardeur du public présent.

En premier lieu, les attentes successives : il y a d'abord la file d'attente du vestiaire ; ensuite, toujours debout, celle avant l'entrée dans le sas vers le plateau, et enfin assis sur les gradins du public avant le démarrage de l'enregistrement. Au total, ce jour, celui arrivé comme convenu à 16h précises aura patienté plus d'une heure.

En second lieu, il y a les interruptions techniques de l'émission qui « cassent » la montée en puissance du public, malgré le relais du chauffeur de salle et les bons mots d' E. Thomas qui s'adresse directement au public pendant ces intermèdes obligés (ce jour, un interruption aura duré plus de 20 minutes). L'émission enregistrée le 13 mai 2001 aura nécessité la présence du public de 16 heures à 18h40 ; l'enregistrement commence à 17 heures pour se terminer à 18h35 (par l'enregistrement de la bande-annonce qui introduira l'émission), dont 20 minutes

d'interruptions techniques, soit 75 minutes de *rushs* pour chacune des huit caméras pour une émission montée, le produit fini, qui dure 50 minutes (dans l'absolu, le réalisateur dispose donc de 600 minutes de bandes-images pour un montage de 50 minutes).

En troisième lieu, il faut noter outre la présence impressionnante des « caméras épaulées » comme de l'ensemble du dispositif filmique puisque l'enregistrement s'effectue dans les conditions du direct (si les caméras qui font face au public sont dissimulées dans le décor c'est pour qu'elles n'apparaissent pas à l'écran lors des contrechamps mais aussi peut-être pour éviter les sourires crispés ou pour que les membres du public ne regardent par la caméra qui les filme dans la mesure ou le regard Yeux dans les Yeux avec le téléspectateur aurait pour effet déplorable de rappeler, de manière brechtienne, la réalité des artifices de mises en scène...), l'inconfort des gradins et la chaleur du studio au sein duquel le public demeure immobile durant plus de deux heures. La chaleur générée par les spots semble clairement perçue comme un frein à l'enthousiasme du public, et les responsables de Réservoir Prod conseillent plusieurs fois au membres du public de se dévêtir autant que possible dès avant que les puissants éclairages du plateau ne s'allument.

Last but not least, les thèmes demeurent très inégaux devant l'intérêt du public. Lors d'un enregistrement auquel nous avons assisté, la plupart des personnes présentes semble avoir pris connaissance du thème de l'émission le jour même quelques minutes seulement avant le début de l'enregistrement : il ne s'agit en aucun cas de sélectionner un public participant sur la base de ses compétences techniques au regard des sujets du jour. Claire et Marie considèrent à la sortie de l'émission, que le public n'était pas assez « pris », sans doute parce que le sujet ne s'y prêtait pas. Elles auraient préféré assister à l'émission « Tu ne seras pas seins nus cet été » programmée la semaine prochaine. Les sujets de discussion ne se valent pas puisque le degré de proximité des enjeux en discussion constitue un facteur décisif de l'intérêt pour la discussion comme le montre la sociologie des non réponses aux sondages. Or et c'est fondamental c'est bien parce qu'il n'est pas question de « politique » au sens officiel dans cette émission que les langues se délient. Dans la mesure où tous sont invités à rendre compte d'expériences vécues, ou à émettre des jugements éthiques sur des sujets à faible consensus tous ou presque sont en mesure de produire une opinion à la minute. Mais les profanes participants ne sont eux-mêmes pas dupes du dispositif. Ils ne livrent pas leur moi profond comme le montre Dominique Mehl à propos des reality-shows⁴³. La polarisation des enjeux peut aider à la prise de parole ou la contrarier. Le principe agonistique du talk show américain qui vise à opposer deux camps se retrouve clairement dans *C'est mon choix* comme dans nombre de dispositifs politiques à la télévision. Mais comme aux Etats-Unis, dans CMC les oppositions peuvent ne pas préexister à l'émission qui contribue à les créer sous le registre performatif. Sauf exception, tous les sujets de *C'est mon choix* sont abordés sous le registre des pour et des contre : l'émission « je n'aime pas mes seins » oppose en réalité ceux qui préfèrent les « petits seins » à ceux qui préfèrent les « gros » seins ; l'émission « C'est moi qui « drague » les hommes » oppose celles qui prennent l'initiative et celles qui ne comprennent pas qu'une femme « fasse le premier pas » ; l'émission « je ne veux pas l'épouser » oppose les pour et les contre le mariage, etc. A nouveau, la plupart de ces conflits sont purement artificiels créés par et pour l'émission. Il faut enfin souligner l'utilitarisme revendiqué (paradoxe éclairant) de ces dominés qui avouent volontiers user de la télévision comme opération de prestige personnelle, pour monter à Paris ou Chicago "aux frais de la princesse", voire pour être rémunérés, mais aussi comme moyen de rechercher un emploi ou comme issue thérapeutique bien qu'ils ne se fassent guère d'illusion sur l'efficacité réelle de la démarche. Il s'agit souvent de prendre du bon temps, ce qui facilite aussi la prise de parole. C'est surtout parce que cette parole profane est et se vit comme insignifiante, sans-effets qu'elle est facilitée : la parole profane à effet (celle notamment des jurés d'assises) se

⁴³ Mehl (Dominique), *La télévision de l'intimité*, Paris, Seuil, 1996.

distingue sans doute nettement de la parole profane "gratuite". Les membres du public interrogés semblent vivre très différemment cette expérience selon les ressources notamment culturelles dont ils disposent : Marie, étudiante en licence de sciences du langage à Paris, reste très distante, même si elle admet regarder l'émission tous les jours ou presque : l'idée de participer « c'est plutôt un délire entre amis » (ils sont venus à trois) ; pour d'autres, il s'agit d'une expérience à vivre, il s'agit d'approcher Evelyne Thomas, pour d'autres encore, on cherche à se faire repérer, ou plus modestement à passer à la télévision pour la famille et les gens de son entourage. De fait les motivations politiques même entendues dans une acception large (goût pour le dialogue, le débat, la confrontation d'idées...) semblent plutôt secondaires.

Travailler le naturel de la prise de parole

L'improvisation reste circonscrite ou préméditée. Les invités qui viennent témoigner sont accueillis par les « journalistes » de l'émission, qui les « briefent » avant et pendant leur séance de maquillage et coiffage sur les questions d'Evelyne et celles susceptibles d'être posées (il en va de même pour les émissions politiques les plus classiques), de telle sorte que les principales réponses soient plus mûrement réfléchies ou préméditées. Mais qu'en est-il du côté du public participant ? c'est ici sans doute que réside une différence essentielle entre la France et les Etats-Unis. Nous avons pu montrer que le total du temps de parole profane est, par un apparent paradoxe, nettement moindre dans un dispositif de « libre-parole » (17% du total du temps de parole de *L'hebdo*) que dans une formule conversationnelle où la parole profane est guidée par un tour de parole obligé (37% du temps de parole de la séquence « panel » du *rendez-vous de l'Europe*)⁴⁴. Ce phénomène est bien connu des enseignants : s'exprimer spontanément sans y être invité suppose une certaine forme de « culot social » très inégalement partagé. Les tours et temps de parole distinguent sans ambiguïté porte-parole improvisés pour la circonstance et professionnels de la parole publique rompus à l'exercice routinier de l'exhibition de soi. Le « laisser-faire » des émissions françaises laisse faire l'automatisme des rapports de force sociaux qu'il conviendrait justement de contrarier⁴⁵. Cet exemple suffit à montrer que l'« objectivité » de l'animateur passe par un traitement approprié donc différencié de ses invités très inégaux devant la « mise en mots » télévisuelle de leurs revendications. Les travaux ethnographiques sur les plateaux américains sont encore trop rares pour que l'on puisse établir avec certitude que ce sont précisément ces différences de traitement avant l'émission qui explique la qualité et la quantité très supérieures des interventions profanes aux Etats-Unis. Tout donne à penser que l'on y a grandement travaillé le naturel des interventions profanes.

III- COMMENT EXPLIQUER LA RARETÉ DES TRIBUNES POLITIQUES POPULAIRES EN FRANCE ?

⁴⁴ Darras in Neveu et François, art. cité

⁴⁵ D'ou l'importance souvent comprise des dispositifs d'obligation de prise de parole que l'on retrouve dans plusieurs dispositifs politiques. Voir Détienne (Marcel), dir., *Qui veut prendre la parole ?*, Seuil. P. Bourdieu note que « tout oppose cette forme de maïeutique (que devrait être l'entretien sociologique) à l'imposition de problématique qu'opèrent, dans l'illusion de la neutralité (...) ces interviews de télévision qui extorquent aux interviewés des propos directement issus des propos que la télévision tient à leur sujet », et ajoute plus loin « Il suffit en effet de laisser faire, de s'abstenir de toute intervention, de toute construction, pour tomber dans l'erreur : on laisse alors le champ libre aux préconstructions, ou à l'effet automatique des mécanismes sociaux » : Bourdieu (P.), dir., *La misère du monde*, Paris, Seuil, 1994, p. 917 et 918.

Pourquoi cette absence de tribunes politiques populaires à la télévision française ? La comparaison avec les Etats-Unis montre qu'en France comme aux Etats-Unis, le processus politisation reste avant tout l'œuvre des institutions dominantes des champs politiques. Si les politiques acceptent en France depuis toujours de participer occasionnellement à des émissions de divertissement⁴⁶ mais aussi aux émissions prévoyant une intervention très circonscrite ou contrôlée de profanes anonymes (depuis les années 60⁴⁷ et jusqu'aux expériences de Canal Plus), ils répugnent aux émissions de libre-expression insuffisamment institutionnalisée qu'elle soient initiées par G. Durand, A. Bercoff ou E. Thomas. Sans doute l'origine américaine du format relève-t-elle en elle-même d'une infirmité originelle en France mais il y a plus : les professionnels français de la politique n'y trouvent aucun intérêt. A l'inverse, les quelques prises de position d'Oprah Winfrey (ou de Phil Donahue) dans la vie politique américaine sont rendues possible par les conditions institutionnelles et les règles du jeu qui régissent spécifiquement le champ politique américain.

Aux Etats-Unis les annonceurs peuvent toujours comme au temps de *Procter&Gamble* contrôler partiellement les contenus de la télévision en boycottant au nom de la morale les programmes les plus décriés tel *The Morton Downey Jr Show* « beset by fading advertiser support, low ratings, slow clearance activity and questions surrounding Downey's behavior on and off camera »⁴⁸. Tandis qu'en France, c'est d'abord la contrainte juridique qui s'exerce de manière décisive sur les sujets qui constituent aux Etats-Unis quelques-uns des thèmes les plus récurrents : le racisme mais aussi la reprise des grands procès dont celui d'OJ Simpson. Evelyne Thomas et Stéphane Rak confiant d'eux-mêmes s'éloigner du modèle américain en indiquant que le racisme n'a pas sa place dans *C'est mon choix*, « parce que c'est un thème trop vaste pour être traité en 55 minutes - pas plus que tout ce qui va à l'encontre de la justice » (*L'Est Républicain*, 16/10/00) n'ignorent pas les limites que la loi française leur impose de toutes façons. Ce que confirme la présentatrice qui, rappelant qu'elle a fait son droit (public), précise qu'elle n'abordera pas des thèmes qui iraient à l'encontre de la loi : racisme, pédophilie, zoophilie... « Je suis raciste et c'est mon choix » on ne le fera jamais. Ce sont des thèmes qui doivent être traités lors de grands débats de société, avec des spécialistes. Nous on veut juste informer en divertissant » (*France Soir* 11/11/00). En France, de tels sujets exposent à des risques qu'une boîte de production télévisuelle comme *Réservoir Prod* ne saurait prendre.

Les résistances françaises du champ journalistique

Pour le reste, les sujets « sérieux », « graves », « de société » ou « politiques » sont rendus d'autant plus improbables dans les émissions françaises de libre expression du type de *C'est*

⁴⁶ Darras (Eric), «Espaces privés à usages politiques. La psychologisation de la scène politique», in Haroche (Claudine), dir., *Le for intérieur*, Paris, PUF-CURAPP, 1995, pp. 378-397

⁴⁷ Au titre des illustrations historiques, citons le vendredi 6 février 1968, lorsque la première chaîne programme à 20h45 l'émission *Forum* de Michel Péricard et J.-E. Jeannesson. Elle devait être enregistrée, contrairement à la formule initialement prévue, le mercredi précédent et devait opposer des étudiants et le ministre Edgar Faure mais «des difficultés ayant surgi au sujet du choix des étudiants appelés à poser des questions à M. E. Faure, et celui-ci devant faire face à des obligations de dernière heure, déclare t-on au ministère de l'éducation nationale, c'est dans ces conditions que le ministre a été amené à renoncer, cette fois du moins, à participer à Forum » (*Le Monde*, 6 décembre 1968.)

⁴⁸ *Broadcasting*, July, 24, 1989, p. 34.

mon choix qu'ils sont précisément susceptibles de provoquer les réactions efficaces des dépositaires du droit de parler politique et autres professionnels de la parole publique⁴⁹.

Les registres de dénonciation et de justification publiques des talk shows sont comparables des deux côtés de l'Atlantique, mais les stratégies de légitimation de *C'est mon choix* demeurent vraisemblablement plus impérieuses par comparaison avec les Etats-Unis où le modèle est déjà ancien et routinisé, où les contraintes juridiques et « éthiques » de la syndication sont moindres ou différentes et où la « presse intellectuelle nationale » reste sans doute moins incidente même si elle n'est sans doute pas moins présente sur ce thème. Les difficultés politiques de l'émission d'Evelyne Thomas, diffusée sur une chaîne du service public, apparaissent principalement au moment de la genèse. La levée de bouclier s'effectue au moment où France 3 programme ponctuellement *C'est mon choix* en *prime time*. Dès lors, l'émission jusque-là diffusée en début d'après-midi donc réservée aux femmes des classes populaires de manière largement exclusive - une homogénéité de la réception qui lui confère aussi sa liberté d'expression - s'adresse à une audience à la fois plus large et plus composite comprenant inévitablement d'autres milieux sociaux dont les gardiens du bon goût télévisuel. Catherine Tasca, alors Ministre de la Culture et de la communication, se serait personnellement inquiété du programme mais de nombreux critiques de la presse spécialisée l'ont dénoncé publiquement aux côtés de parlementaires dont Didier Mathus (s'interrogeant surtout sur ce phénomène par lequel une boîte de production privée, *Reservoir Prod*, monopolise l'organisation des débats sur le service public), Christian Kert, Jean-Marie Le Guern ou Michel Françaix.

Finalement le CSA adresse un premier courrier le 31 juillet puis un avertissement le 27 novembre 2000 à France télévision sur l'ensemble de la programmation de *C'est mon choix* : « la façon dont l'émission *C'est mon choix* aborde les sujets de société en privilégiant le sensationnalisme et le voyeurisme ne semble compatible ni avec l'exigence de respect des personnes invitées, ni avec celle de respect du public », le CSA soulève également le moyen de la protection de l'enfance en journée (à propos de la diffusion d'une séquence « gore » le 18 octobre à 14h50). Le président du CSA Hervé Bourges conviendra lui-même ultérieurement de la disproportion médiatique et politique prise par cet incident. Marc Tessier, alors Président de France Télévision justifie le maintien de l'émission dans une tribune du *Monde* en précisant que « la télévision publique n'est pas – et ne sera jamais – celle qu'une élite conçoit pour tous les autres ». Il faudra y compris recourir au sondage ad hoc pour justifier l'émission : « dans la polémique qui s'est ouverte sur *C'est mon choix*, cette vérité est bien oubliée : cette émission est considérée par plus de 80% des Français comme « proche d'eux », « leur donnant la parole » et « tout à fait à sa place sur le service public. C'est cela qui, pour moi, est l'essentiel, même si le respect dû aux téléspectateurs impose une vigilance de tous les instants qui a pu être prise en défaut »⁵⁰. Avec lui, seule Ségolène Royal, ministre déléguée à la Famille et à l'Enfance, reconnaît la regarder régulièrement en compagnie de ses enfants et indique que CMC « pousse à une certaine forme de tolérance », se déclare frapper par « l'hypocrisie » des réactions dans la mesure où l'on constate des « dérapages » sur d'autres chaînes « notamment *Les enfants de la télé*, d'Arthur ; On y trouve presque systématiquement des propos sexistes grossiers, dégradants pour la dignité humaine [...] Apparemment il y a des émissions intouchables, au contraire d'autres » (Aujourd'hui, 1/12/2000, p ; 36). Quoi qu'il en soit, la chaîne renonce non seulement à une diffusion plus régulière à 20h20 mais surtout à une orientation plus « sérieuse » ou « journalistique » de *C'est mon choix*.

On voit que ces « new news programs » exercent leurs effets sur le champ journalistique aux Etats-Unis mais pas en France où Evelyne Thomas doit faire face aux fortes capacités de

⁴⁹ Bourdieu, « la représentation politique », art. cité

⁵⁰ *Le Monde*, 1/12/2000, p. 16.

résistances des journalistes en général et de la rédaction de France 3 en particulier. Alors que les *News Department* ont perdu aux Etats-Unis le monopole qu'ils détenaient en interne sur la construction de l'actualité depuis le milieu des années 80⁵¹, leurs équivalents fonctionnels français ne semblent pas directement menacés.

Au commencement Stéphane Rak précise dans un communiqué de presse pour crédibiliser le dispositif de *C'est mon choix* que « 28 journalistes travaillent tous les jours sur cette émission pour trouver les invités que vous appréciez, parce qu'ils viennent s'exprimer en toute liberté, et pour vérifier la véracité de leur propos ». Le professionnalisme d'Evelyne Thomas était régulièrement mis en avant : A la question « Etes vous journaliste ou animatrice ? », E. Thomas répond « J'aime bouger, être sur un plateau, mais je ne pourrais pas être qu'animatrice. En tant que journaliste, je prends autant de plaisir à passer d'un thème sérieux à un sujet plus léger, à préparer un dossier de fond qu'à accueillir un sosie d'Elvis Presley » (TV Hebdo, 11/11/00). Si, en réponse aux levées de boucliers déjà évoquées, Evelyne Thomas aurait alors pu d'autant mieux surenchérir dans la mise en valeur de ses ressources strictement journalistiques⁵² sur le modèle de ses homologues américains que cet argument revêt une valeur juridique décisive⁵³, elle abandonne de fait toute prétention journalistique pour *C'est mon choix*. Bien qu'ayant exercé le métier de journaliste dès la première profession, E. Thomas reste éloignée des réseaux journalistiques et ne bénéficie pas en conséquence des contacts professionnels utiles avec le champ politique qui lui aurait peut-être permis de convaincre tel ou tel leader de premier rang d'accepter une invitation en passant outre le discrédit politique dont souffre *C'est mon choix* dès après son lancement. Nul doute néanmoins que l'animatrice de l'émission aurait pu intéresser sans trop de difficulté plusieurs parlementaires ou élus locaux dans telle ou telle de ses émissions. L'absence de professionnels de la politique tient sans doute à la faible autonomie de l'animatrice salariée vis-à-vis de sa hiérarchie elle-même confrontée aux réticences des journalistes du service politique de *France 3*, à la sensibilité particulière de l'émission qui génère l'autocensure des plus haut responsables de la boîte de production.

La transformation du recrutement et de l'excellence journalistique

L'insistance justifiée des sociologues sur les difficultés économiques et structurelles des plus jeunes et des journalistes en contrebas des hiérarchies indigènes⁵⁴ ne doit pas masquer la réalité d'une amélioration structurale de la situation des titulaires des positions dominantes

⁵¹ Daniel Hallin, *We Keep America at the top Of World*, NY: Routledge, 1999:77. Timothy Cook, *Governing with the News*, Chicago: University of Chicago Press, 1998.

⁵² A 40 ans, Evelyne Thomas crée sa boîte de production. Elle est née à Périgueux d'un père militaire de carrière, effectue une prépa littéraire avant d'être étudiante à Lille en droit public jusqu'en 1984 (où elle obtient une maîtrise ?) ; elle devient ensuite chroniqueuse judiciaire (1984-1986) puis reporter à France 3 Lille (86-92), où elle présente le journal régional à partir de 1988. En 1992, E. Thomas rejoint France 3 Ile de France puis TF1 en 1996 pour le test en fin de saison d'un talk show quotidien « Evelyne » qui ne sera pas renouvelé. Viennent ensuite jusqu'en 1999, plusieurs contrats, dont « 7 en France » sur TPS, « Mon auto et moi » sur France 3, le dimanche à 13h30 puis avec Sylvain Augier « Pourquoi ? Comment ? » un magazine bimensuel « d'infotainment en prime time ». Après six années de contrat avec *Réservoir Prod* pour *C'est mon choix* (1999-2005) elle retourne sur TF1 pour la saison 2005 afin d'y présenter *Combien ça coûte* avec Jean-Pierre Pernaut. Le comité Marianne réunissant un jury de 350 maires l'a élu nouvelle « marianne » en soulignant sa « personnalité, ses qualités républicaines et son dynamisme ».

⁵³ Au contraire des émissions du programme, le CSA ne s'autorise que très exceptionnellement à mettre en cause le travail journalistique à la télévision, au nom de la liberté rédactionnelle des journalistes.

⁵⁴ Accardo (Alain), dir., *Journalistes au quotidien. Outils pour une socio-analyse des pratiques journalistiques*, Bordeaux, Le Mascaret, 1995 ; *Journalistes précaires*, Bordeaux, Le Mascaret, 1998

dans le champ et peut-être particulièrement des journalistes en charge de l'actualité d'information politique depuis la télévision nationale et jusqu'au niveau de la presse locale : leurs salaires, niveaux et types d'études comme la considération sociale dont ils bénéficient les distinguent sans doute nettement de leurs homologues des années 70 et les rapprochent de leurs sources officielles à mesure qu'ils les éloignent du lectorat populaire. Comme pour le développement aux Etats-Unis d'un journalisme communautaire⁵⁵, les animateurs de la télévision forum bénéficient ainsi d'un marché de lecteurs des classes populaires délaissé par les médias dominants. C'est au nom des femmes noires américaines sans emploi pour Oprah Winfrey ou des hispaniques pour Geraldo Rivera⁵⁶ que se construit un nouveau journalisme (dont l'avenir n'est certes pas assuré, loin s'en faut) fondé la réalité vécue des téléspectateurs, des femmes, des sans-emploi... contre le journalisme dominant des "classiques", de la presse quotidienne nationale "noble" ou des *networks* producteurs d'une actualité créée par et pour l'élite politique, administrative et journalistique. Geraldo Rivera se compare ainsi volontiers à Edward Murrow prétendant réinventer le journalisme par le « street-level journalism » et au nom de son audience « when you get 50 millions viewers, that is not a cult, that's not a fringe audience, that's the people. So arte these handful of critics from a relatively narrow slice of American society right and all those 50 million people wrong? I mean, what the hell is going on ? »⁵⁷.

La définition de l'excellence journalistique et au-delà du métier de journaliste et du journalisme ne correspond déjà plus guère aux définitions officielles de la profession⁵⁸ et l'opposition entre animateurs et journalistes redoublent ainsi tout une série de couples notionnels l'avenir contre le passé (ou inversement selon la position occupée l'aventurisme contre la tradition), le peuple contre les gros (ou le nombre contre la Raison, etc.), la subjectivité assumée contre l'objectivité professionnelle, l'audience contre les sources dominantes, la reconnaissance par l'argent et le marché contre la reconnaissance professionnelle, la formation autodidacte ou sur le tas contre les diplômes professionnels des universités et écoles prestigieuses, le terrain contre le bureau, le traitement des enjeux par le comment contre le pourquoi, l'oral contre l'écrit, etc

Les usages politiques des talk shows aux Etats-Unis

La prise de contact avec le personnel politique s'effectue d'abord au travers des besoins de financement de la vie politique américaine. L'argent privé jouant un rôle crucial dans le champ politique américain, la fortune personnelle d'Oprah Winfrey - l'une des femmes les plus riches des Etats-Unis (« la femme noire la plus connue du monde » est aussi l'entertainer le mieux payé des Etats-Unis selon *Forbes* avec une fortune estimée en 1996 à 1 billion d'USD ; en 1990 elle aurait gagné à titre personnel 40 millions de dollars pour « seulement » 8 millions en 1988 lorsqu'elle n'était que salariée de King World) - alimente plusieurs

⁵⁵ America Rodriguez, *Making Latino News*, Thousand Oaks calif.: Sage, 1999. Rod Benson's Thesis.

⁵⁶ Sa boîte de production au nom explicitement provocateur « Investigative News Group » est à l'origine depuis 1972 de plusieurs révélations médiatiques (sur un hôpital psychiatrique, sur l'accueil des immigrés, des sujets audiovisuels qui ont pu être réalisés pour *Good Morning America* ou *ABC's 20/20*) qui s'appuient sur des sources caractéristiques du muckraking ou du street-level journalism : drogués, prostitués, criminels.

⁵⁷ *Newsweek*, november 14, 1988, p. 78

⁵⁸ On ne saurait aujourd'hui donc se contenter des statistiques officielles d'attribution de la carte professionnelle pour délimiter les contours d'un champ journalistique dont certaines positions en contrebas (blogs et toutes sortes d'amateurs en journalisme) mais aussi dominantes et avant-gardistes sont détenues par des individus qui n'en sont pas titulaires dont Karl Zéro, Jean Luc Delarue et bien d'autres suivant les traces ouvertes par leurs prédécesseurs en particulier Philippe Gildas.

fondations philanthropiques, Oprah Winfrey ne dissimule pas ses sympathies démocrates et agit en tant que fundraiser, mettant sa notoriété et ses talents au service de Jesse Jackson.

Certains contacts avec les équipes des principaux leaders politiques pourraient être datés de l'élection présidentielle de 1992, acte de naissance pour beaucoup de la « talk show democracy ». Mais les principaux candidats sont toutefois rarement présents dans ces talk shows avec participation d'un public populaire ; ils privilégient ceux nocturne (ou très matinaux) dont le *Larry King's Show* (pour approximativement 2,5 millions de téléspectateurs les 4 et 18 juin 1992). Il n'en demeure pas moins que c'est en acceptant l'invitation de Donahue que Bill Clinton peut s'exprimer devant 8 millions de téléspectateurs, de surcroît faiblement politisés⁵⁹. Les conseillers en communication se montrent ainsi particulièrement intéressés à un triple niveau : d'abord, par l'audience importante et autrement inaccessible aux discours politiques (unemployed, minorities, female audience... la présence devant leurs postes de télévision de 3 millions de jeunes électeurs de 18 à 34 ans explique ainsi également la présence de Bill Clinton dans le talk show rock de Arsenio Hall de MTV en 1992) ; ensuite, par l'écho suscitée par les retombées presse écrite et audiovisuelle de la performance télévisuelle du candidat dans une tel dispositif et enfin, par la possibilité offerte, en particulier pour les challengers en l'occurrence Bill Clinton et Ross Perot grâce aux questions des profanes d'un argumentaire sur le fond, un « dialogue substantif » constituant « une alternative aux programmes d'information qui focalisent sur les événements de campagne et la course de petits chevaux »⁶⁰.

Effets de champ

Cet apparent paradoxe pourrait rendre compte d'un effet de champ : c'est parce que l'ensemble du champ journalistique américain, jusqu'aux dépositaires des positions rédactionnelles les plus prestigieuses⁶¹, s'est aujourd'hui radicalisé dans son traitement « cynique » au sens de Thomas Patterson⁶² ou *episodic*, au sens de Shanto Iyengar (par

⁵⁹ Doris A. Graber, "The News Media and Politics: What Does the Future Hold", *PS: Political Science and Politics*, vol. 29 (1), March 1996: 34.

⁶⁰ Christine F. Ridout, "News Coverage and Talk Shows in the 1992 Presidential Campaign", *PS: Political Science and Politics*, vol 26 (4), 1993: 715. Erik Neveu réalise d'ailleurs un constat peu éloigné en France : Neveu (Erik), « Des questions « jamais entendues ». Crise et renouvellements du journalisme politique à la télévision », *Politix*, 37, 1997, pp. 25-56.

⁶¹ La remise en cause du « sensationnalisme » semble toutefois relever d'un effet 9/11 peut-être provisoire, il accompagne en tous cas un retour de l'intérêt des américains pour les news comparables à « l'âge d'or » des années 60 et 70, celui des interventions militaires extérieures, du civil rights movements, de l'assassinat de Kennedy.... En 2001, le principal sujet politique éligible concernait encore selon Herbert Gans « representative Gary Condit and the disappearance of his intern-lover Chandra Levy » : Herbert Gans, *Democracy and the News*, Oxford and NY: Oxford University Press, 2003, p. 30.

⁶² Thomas Patterson, *Out of Order* : la retraduction de l'actualité politique dans les cadres du "game schema" s'impose progressivement, et y compris au *New York Times* depuis les années 60. Sur la base d'une étude de 5000 sujets d'actualité traités par 2 networks, 2 newsmagazines, journaux nationaux de référence et 26 quotidiens locaux Thomas Patterson établit qu'en 1980, 25% de la couverture journalistique des candidats à l'élection présidentielle était négative pour 60% en 2000 ; les soft news augmentent de 35% à 50% en 1998. Dans un autre texte non publié, Thomas Patterson définit les soft news comme les sujets traités dans les termes du human interest, scandal, celebrities and entertainment stories mais au-delà tout ce qui ne relèvent pas du hard news c'est-à-dire des majors issues et breaking events (cité par Gans, op. cit. p. 28). La valse des concepts « tabloidization », « soft news », « sensationalism », « episodic », « people oriented news », « event centeredness »... rend compte non seulement de la permanence des points de vue normatifs (soit de l'insuffisante professionnalisation de la sociologie américaine du journalisme mais ce n'est certes pas aux universitaires français travaillant sur le journalisme de faire ici la leçon !) mais aussi des limites malgré tout de la validation empirique du constat déplorant une déliquescence inexorable qui n'emporte pas véritablement ou complètement l'adhésion pour qui s'intéresse un minimum à une histoire plus longue du journalisme. C'est vrai y compris du traitement médiatique de l'affaire Monica Lewinsky dont il existe plusieurs précédents historiques.

opposition à *thematic*) de l'actualité politique⁶³ que les animateurs ont pu par contraste ou en réaction devenir le lieu d'expression d'une parole politique argumentée autour des enjeux (*issues oriented campaign*)⁶⁴. Convenir avec Erik Neveu que les questions auparavant « jamais entendues » des profanes peuvent surprendre par leur réalisme ou leur pertinence n'emporte pas souscription au travers populiste prêtant au bon sens populaire ou aux profanes des pensées de politistes ou d'économistes : en France comme aux Etats-Unis nombre de questions posées sont aussi d'autant plus faciles qu'elles ne sont pas informées, parfois naïves rarement originales, souvent formulées dans l'hyper-correction et ne souffrant aucun droit de suite. Quoi qu'il en soit, le journalisme politique français de télévision s'il suit l'évolution américaine n'atteint peut-être pas un degré comparable quoique les rares comparaisons disponibles peuvent le laisser penser⁶⁵.

La représentante des sans voix

Oprah Winfrey bénéficie de l'élévation de sa position télévisuelle dans l'espace public dans la mesure où elle cumule une légitimité interne (Emmy awards) et externe et parce qu'elle représente à ce titre auprès du personnel politique, l'ensemble des talk-shows du daytime qu'elle symbolise à tort ou à raison. Aux Etats-Unis, les talk shows avec participation du public se sont en effet généralisés en journée depuis le milieu des années 80, on en compte en permanence plus d'une quinzaine visible *coast to coast* (17 en 1997, beaucoup plus bien sûr si l'on considère tous les marchés locaux) tandis qu'ils demeurent à la fois rarissimes et éphémères en France.

Forte de ce pied d'estale, Oprah Winfrey se distingue néanmoins de ses concurrents plus jeunes par ses origines professionnelles de journaliste (Joan Rivers, Jenny Jones et Ricki Lake sont d'anciennes stand-up comédiennes, Montel Williams afro-américain ancien officier de marine sans expérience précédente à la télévision, Kathie Lee Gifford était chanteuse sur les croisières...). Si la trajectoire sociale des plus célèbres animateurs de talk shows aux Etats-Unis apparaît à chaque fois très particulière, Oprah Winfrey peut faire valoir auprès des élites politiques ses origines professionnelles journalistiques plutôt que ses qualités plus souvent mises en avant dans la presse populaire, celle d'ancienne Miss black Tennessee ou celle de femme fidèle. Elle bénéficie encore du privilège rare pour une vedette de télévision, celui de la consécration cinématographique pour son rôle phare et politiquement significatif dans le film de Spielberg, *The Color Purple*. Les autres « anciens » du genre Phil Donahue, Maury Povich et Geraldo Rivera bénéficient eux-aussi de ce crédit journalistique mais s'ajoute au bénéfice d'Oprah Winfrey des succès d'audience qui la placent très au-delà de ces principaux concurrents (diffusée sur plus de 200 stations locales et dans 120 pays étrangers, l'émission est vue par 10 à 12 millions et jusqu'à 16 millions d'américains quotidiennement). Elle revendique dès lors avec un relatif succès un porte-parolat des femmes, des enfants, des plus démunis et des minorités, de tous les exclus de la politique.

⁶³ Iyengar (Shanto) and Kinder (Donald), *News that Matter: Television and American Politics*, Chicago, University of Chicago Press, 1987.

⁶⁴ L'analyse du journaliste Robert MacNeil, interrogé sur l'importance des talk shows as a « new news form » semble éclairante à ce sujet : "I think it's healthy for democracy. I don't see why politics in any sense should be the preserve of the "scred, initiated priesthood" who are political reporters on television or in the newspapers. In fact for a lot of people, that's a big turnoff they see them as part of the system". Quoted in Liz Cunningham, *Talking Politics*, Westport: Praeger, 1996:10.

⁶⁵ Gerstlé (Jacques), Duhamel (Olivier), Davis (Dennis R.), «La couverture télévisée des campagnes présidentielles. L'élection de 1988 aux Etats-Unis et en France», *Pouvoirs*, 63, 1992, pp. 53-69. Neveu (Erik), « Politics on French Television. Towards a renewal of political journalism and debate frames ? », *European Journal of Communication*, 14, 1999, pp. 379-409. Benson (Rod), « Field Theory in Comparative Context : a New Paradigm for Media Studies », *Theory and Society*, vol. 28, 1998, pp. 463-498.

Si la filiation avec les *town meetings* apparaît plus anoblissant que réaliste pour ces talk shows, leur *ancienneté* les enracine dans l'histoire de l'audiovisuel et les crédibilise ainsi auprès des plus haut responsables politiques, d'autant qu'ils sont importés de la talk radio - de la libre antenne⁶⁶. Le questionnement direct des plus haut responsables politiques, religieux ou économique par un public participant est ainsi prévu dès 1948 à la télévision américaine. *ABC's America Town Meeting* reprend à la télévision l'émission radiophonique homonyme initiée en 1935 pour satisfaire la visibilité télévisuelle des élites politiques et ainsi éviter le vote d'un amendement au *Federal Trade Commission Act* de 1934 qui aurait stipulé que le quart du spectre hertzien doit être réservé au *public service organizations*⁶⁷. L'expérience prend fin dès 1952 et il faudra attendre le *Phil Donahue Show* initié à Dayton (Ohio) en 1967 mais syndiqué nationalement en 1977 (réalisant des records d'audience historiques de 9 millions de téléspectateurs dès 1979 qui seront battu par Oprah s'installant à Chicago à 1984) et dès lors régulièrement censuré par NBC⁶⁸, pour revoir, à périodicité fixe, un public participant, non plus seulement dans les émissions de jeux ou de variétés mais dans une émission dont les débats sont parfois très directement liés à l'actualité y compris politique, signant l'acte de naissance pour beaucoup de l'infotainment.

C'est donc l'importance sociale (dont la tradition) des « issues-oriented talk show » comme *genre* aux Etats-Unis qui oblige les leaders politiques à tenir compte de ce porte-parolat mais dans une certaine mesure, car les investissements politiques réussis de ces *talks-shows hosts* sont aussi rares que remarquables.

Lorsque le président des Etats-Unis lui-même en vient à soutenir publiquement le projet de loi, d'abord rejeté, voulu par Oprah Winfrey en mémoire d'Angelica une fillette de 5 ans violée et tuée à Chicago, qui deviendra le *Child Protection Act* en 1993 (dite la « loi Oprah » qui crée un fichier des « child molesters ») c'est aussi, selon toute vraisemblance, parce qu'il entre en congruence avec une cause antérieurement défendue dans le camp démocrate (la loi est portée par le gouverneur de l'Illinois Jim Thompson) et qui trouve à actualiser une coalition d'intérêts qui sont aussi strictement politiques (ne serait-ce qu'une majorité négociée au congrès) même s'ils sont appuyés par cette « croisade télévisuelle » d'Oprah Winfrey qui témoignera devant le Sénat des Etats-Unis⁶⁹.

L'économie de la syndication

Une raison apparemment simple de l'absence de tribune populaire réside peut-être dans le fait que l'audience en France ne suit pas ? On pourrait alors convoquer Tocqueville et multiplier

⁶⁶ Munson, *All Talk*, op. cit.

⁶⁷ Eric Barnouw, *Tube of Plenty: The Evolution of American Television*, Oxford : Oxford University Press, 1981 : 76.

⁶⁸ Selon Donahue, «WNBC felt a need to protect women from material it decided was too sexual or too visually explicit like the film of hip-reduction surgery that showed the bare-buttocks » : Phil Donahue and Co, *My Own Story Donahue*, NY: Simon & Schuster, 1979: 100 quoted in Shattuc p. 38.

⁶⁹. Une comparaison internationale plus systématique permettrait d'accroître utilement les données empiriques : Gay Byrne, animateur du talk show *Late Late Show* (la plus ancienne et très populaire émission irlandaise) crédite son émission, entre autres succès politiques, de la co-responsabilité de l'arrêt d'un projet de construction d'une centrale nucléaire dans le comté de Wexford, de la légalisation de l'homosexualité en 1993 et de la vente libre des préservatifs en pharmacie. Selon Catherine Monroy, «Gay Byrne, vétéran mondial de l'animation télévisée», *Le Monde radio-TV*, 5-6 juin 1994.

les explications culturalistes (individualisme américain et autre puritanisme⁷⁰, culture du dialogue et de la tolérance, town meetings, éducation plus interactive à l'école...) mais on resterait dans cet entre-deux « de l'indémontrable et du même pas faux » dont Bourdieu signalait le peu d'utilité sociologique. Ce serait surtout méconnaître des différences plus prosaïques entre la France et les Etats-Unis.

Si la presse écrite perd des lecteurs depuis la fin de la seconde guerre mondiale – hors périodes de *breaking news* –, ce n'est que depuis les années 90 que les journaux locaux – qui ont toujours été les plus populaires aux Etats-Unis – connaissent une érosion de leurs audiences⁷¹, que le câble puis le satellite – qui supportent CNN (plus de 60 millions d'abonnés à partir de 1992) – atteignent un nombre concurrentiel donc inquiétant pour les réseaux hertziens de téléspectateurs. Dérégulation, concentration, numérisation et contraintes de coûts⁷² les talk shows se généralisent dans ce contexte de crise de l'information télévisée. Le succès des talk-shows relève surtout d'un effet de l'économie de la syndication : le marché télévisuel américain est divisé en plus de 700 stations locales qui, en dehors des périodes de forte d'audience (*non network periods*) restent libres de leurs programmations ; mais les coûts de production et de diffusion des programmes de télévision rendent difficile voire impossible un retour sur investissement, qui plus est toujours plus rapide – *shareholder value* oblige – sur les productions locales du seul fait de l'étroitesse des marchés publicitaires locaux : en journée, la programmation pose surtout le problème du remplissage de la grille au moindre coût. D'où la généralisation des programmes proposés gratuitement par le principal annonceur, le lessivier *Procter&Gamble*, en échange des droits sur les publicités qui ponctuent les *soaps-operas*. Les seules productions locales rentables sont du fait de leur faible coût de production, le journal télévisé et des émissions de plateaux (les plus prestigieux talk shows ne coûteraient eux-mêmes que 25 à 50000 USD l'épisode en 1995⁷³) où l'on parle dont le talk show de Phil Donahue qui, avec son orientation plus « intellectuelle », rencontrera un succès local considérable mais surprenant avant d'être progressivement repris sur d'autres marchés locaux puis imité au détriment des *soap-operas*. La particularité économique de ces nouvelles formes d'informations télévisuelles réside dans leur « nonnetwork status », soit dans cette origine locale puis dans une production et une distribution assumée par un syndicateur (une filiale d'un grand groupe multimédia spécialisée dans , Tribune pour Geraldo ie. la holding qui possède le Chicago Tribune, King World et HARPO pour Oprah, Multimedia Inc Pour Donahue et Sally Jessie Raphael) qui revend le droit de diffusion à chaque station locale (les heures de diffusion voire les jours peuvent donc différer, il est possible de voir le même programme à tel endroit sur des chaînes différentes à différents moments) moyennant des droits de diffusion payée par les diffuseurs locaux (cash license agreement), une part des revenus publicitaires de la tranche horaire (43% en 1994 pour King World) et un temps de publicité dont le syndicateur assure lui-même la vente (barter

⁷⁰ L'origine américaine du genre n'interdit pas certaines formes d'anti-américanisme par les importateurs du genre dont le principal responsable de l'émission, Stéphane Rak qui indique « on a francisé le concept. Les Français veulent s'instruire, non se rinçait l'œil ».

⁷¹ Paul Farhi, "Nightly News Blues", *American Journalism Review*, June 2001: 33-37. Le journalisme de télévision local est aussi partie prenante d'un autre mouvement « démocratique », le *public journalism* qui escompte réinventer la discussion démocratique à l'échelle des villes : Jay Rosen, *Getting the Connections Right : Public Journalism and the Troubles in the Press*, NY : Twentieth Century Press, 1996. Pour une présentation succincte du public journalism : Neveu (Erik), *Sociologie du journalisme*, Paris, La découverte, 2003.

⁷² Benson (Rod), « La logique du profit dans les médias américains », *ARSS*, 131-132, 2000, pp. 107-115.

⁷³ Le *New York Times* en rend compte de même que le *Wall Street Journal* : en 1991, l'émission d'Oprah Winfrey réalise un chiffre d'affaire de 157 millions de dollars, Donahue 90 millions et Sally Jessy Raphael 60 millions pour un coût total estimé entre 10 et 20 millions de dollars. *The New York Times*, June 22, 1992:L D1 et D8.

agreements : 2 minutes pour Oprah). L'importance économique aujourd'hui considérable de ces programmes ne doit pas tromper : la principale explication de sa généralisation réside dans son faible coût de production à un moment où la réduction des coûts relevait d'une question de survie pour les diffuseurs locaux. La dérégulation favorise les concentrations et menacent les stations *owned and operated* à l'échelle locale ; enfin, les talk shows « issues oriented » peuvent satisfaire aux exigences du cahier des charges en termes de programme d'information ce qui est utile aux propriétaires des stations locales pour la négociation avec la FCC lors du renouvellement de la concession de la fréquence. Pour réaliser un bénéfice, il est souhaitable d'augmenter les ventes ou la marge mais il reste aussi possible de rogner sur les coûts. Ces programmes permettent de gagner sur les coûts dans une tranche horaire où il était difficile de générer du chiffre d'affaires publicitaire. Les stations locales ont compris le profit à tirer de ces tranches horaires auparavant délaissées. Ces programmes constituent bel et bien une aubaine inespérée dans les années 80 puis 90 pour les stations locales.

Certes la généralisation de la sous-traitance audiovisuelle et l'impératif de réduction des coûts pour le « remplissage » en journée, constituent des points communs en France et aux Etats-Unis. Elle s'accompagne de la généralisation d'une comptabilité analytique qui permet de comparer les coûts respectifs des programmes considérés sur le service public comme ailleurs comme des unités de profits (relativement) autonome les unes des autres. Mais c'est essentiellement l'économie dérégulée de la syndication de la télévision américaine qui a rendu possible la généralisation des prises de parole d'anonymes populaires.

Dans le même temps, les annonceurs réclament une adéquation plus fine des programmes à la structure de la clientèle visée par leurs produits, d'où le rajeunissement et le nombre croissant de représentants des minorités. Les diffuseurs négocient avec les producteurs une meilleure qualité des programmes et optent pour des stratégies fines de programmation sur la grille, afin d'optimiser les parts de marché et réviser à la hausse le prix des publicités.

L'anticipation rationalisée des audiences plurielles

L'économie de la télévision repose encore sur les instruments de mesure de l'audience. Les outils (panels, bouton-poussoir, méthode d'échantillonnage) et les croyances professionnelles qui y sont attachés se sont importés en France comme ailleurs, et particulièrement la figure mythifiée de la ménagère de moins de 50 ans alias « Roseanne Connor, a stay-at-home, non-white-collar woman with about a ninth-grade education »⁷⁴. Mais il subsiste d'autres raffinements des audiences utiles de la télévision que la perspective comparative révèlent : aux Etats-Unis, l'anticipation rationalisée des réceptions repose aussi sur une partition ethnique de l'audience qui n'a pas cours en France parce que les chaînes restent moins dépendantes des annonceurs imposant leurs stéréotypes et leurs divisions commerciales du monde social. De surcroît, ces cibles secondaires y sont sans doute plus stratégiques qu'en France et en particulier sur *France 3* dont les contraintes d'audiences n'équivalent guère celles des stations locales américaines. Au total, les professionnels américains de la télévision ne raisonnent plus dans les termes du « grand public » mais bien dans celui des niches marketing notamment ethniques. Henry S. Schleiff, chairman of Viacom entertainment confie au NYT que sa stratégie de positionnement du show de Montel Williams entre Oprah, Phil et Sally selon les identifications distinctes avec les téléspectateurs : « Donahue sells the white male intellectual feminist [...] Oprah sells incredible empathy with the viewers Sally sells something between the two – with red glasses »⁷⁵. Le tout aboutit surtout à une division des marchés entre hispaniques (Geraldo), african-americans (Oprah explicitement concurrencée

⁷⁴ Shattuc, op. cit., p. 47.

⁷⁵ *The New York Times*, June 22, 1992:D8.

sur sa « cible » par Rolonda) et peut-être même immigrants européens (caucasiens) même si ce terme n'a pas véritablement cours puisque les appartenances ethniques sont supposées caractérisées les autres « minoritaires » selon des critères très liées à la couleur de peau, les « minorités visibles » (Donahue évoque en tous cas régulièrement ses origines d'immigré irlandais). Une telle conception affinée de l'audience pourrait poindre chez les plus hauts responsables de l'audiovisuel public en France comme lorsque Marc Tessier regrettant la difficulté à fédérer des publics justifie *C'est mon choix* en avançant l'argument de la France plurielle : « Il faut en effet se souvenir que les Français ne sont pas tous fait dans le même moule. Ils n'abordent pas les débats de société que nous leur proposons à partir d'expériences vécues identiques »⁷⁶. Mais la situation française marquée par la position nettement dominante de TF1 qui concentre plus du tiers de l'audience et donc plus encore en terme de part de marché publicitaire, sans aucun concurrent immédiat, préserve en quelque sorte l'information télévisée des effets d'une concurrence dure telle qu'on la rencontre sur les marchés de la télévision locale et nationale aux Etats-Unis.

La transformation des publics

Par un retour aux sources de la sociologie du journalisme, il pourrait s'avérer fécond d'essayer de comprendre les transformations du journalisme à la télévision par celles des publics autrement dit par les transformations démographiques⁷⁷ et particulièrement celles en cours de la famille et de la distribution de la richesse, du capital social, du savoir et du temps libre (choisi ou subi) entre les classes sociales. Les talk shows avec participation du public se substituent en journée aux soap operas sous l'effet de mutations sociologiques lourdes dont l'élévation des exigences culturelles liées à une meilleure formation scolaire (même si elle reste inévitablement modeste) des femmes issues des familles pauvres ou modestes, à la multiplication des familles monoparentales comme à la raréfaction du travail féminin voulu et à plein temps, mais aussi par exemple à la paupérisation des lycéens et étudiants (qui ne disposent pas nécessairement de revenus suffisant pour d'autres pratiques culturelles que celles télévisuelles en journée) et au-delà la raréfaction du capital social parmi les plus démunis sous l'effet de la disparition de tous types de lieux de sociabilité populaire⁷⁸ comme peut-être, à l'instar de la *yellow press* du début du siècle en raison des opportunités d'une socialisation à l'anglais et à la culture populaire des grandes villes américaines par la main d'œuvre immigrée abondante et sous-employée⁷⁹, etc. Jane Shattuc remarque qu'à l'instar de l'idéologie populiste de Pulitzer assurant le succès de *The World*, les valeurs diffusées par les *issues-oriented talk shows* sont aussi celles des grandes villes du mid-west populaires ou le genre est d'ailleurs né avec Donahue, Sally Jessie Raphael puis Oprah et Geraldo (Dayton

⁷⁶ *Le Monde*, 1/12/2000

⁷⁷ Le retour prévisible de programmes d'information en journée est inséparablement lié du vieillissement des audiences lui-même tributaire de l'arrivée en retraite des premiers baby-boomers.

⁷⁸ Robert D. Putnam, *Bowling Alone*, NY: Simon & Schuster, 2000. Le volume imposant et bienvenu des démonstrations statistiques ne convainc pourtant pas tout à fait. Le constat d'une faillite de l'esprit public américain reste grevé par une insuffisante problématisation théorique (qui aboutit à construire un corpus qui intègre à la fois trop et trop peu) et l'absence d'une prise en compte des inégales évolutions des trends selon les classes sociales n'autorisent pas de conclusions plus subtiles ni surtout causales ; ainsi par exemple, sur l'audience de la télévision Putnam simplifie en inversant comme beaucoup l'effet et la cause : ce n'est peut-être pas tant la télévision qui génère un désengagement civique que l'absence de pratiques alternatives, faute aussi de moyens économiques, qui contraint certaines populations à regarder la télévision constituant ainsi une clientèle captive pour certains types d'annonceurs appelant ainsi un certains types de programmes. p. 237.

⁷⁹ Park (Robert E.), « The Natural History of Newspaper », *AJS*, novembre 1923, vol XXIV, number 3, pp. 273-289

pour Donahue, St Louis puis New Haven pour Sally Jessie Raphael, Chicago pour Geraldo et Oprah) : une culture cosmopolite de working-class qui s'opposerait à l'amérique rurale conservatrice et patriarcale⁸⁰. Quoiqu'il en soit et en sociologue, il conviendrait de partir aussi des publics, donc des pratiques culturelles, pour comprendre de concert la transformation des champs de production culturelle, dont ceux politique et journalistique⁸¹.

. *To be continued...*

⁸⁰ Shattuc, p. 23. Oprah Winfrey a ainsi enregistré de manière très provocatrice l'une de ses émissions sur le racisme dans une ville très conservatrice, « a racist Georgia Town » et les grands procès racistes ou sexistes offrent régulièrement l'opportunité d'émissions événements pour Donahue, Oprah ou Geraldo.

⁸¹ Le travail de Bernard Lahire réouvre la voie sur ce point : Lahire (Bernard), *La culture des individus*, Paris, La découverte, 2002.