

Lorsqu'on reproche aux journalistes de favoriser le succès de l'extrême droite ou à défaut le succès de ses idées dans l'espace médiatique, ces derniers rappellent qu'ils ne sont que les relais entre la réalité et le public qui prend conscience de cette dernière, et qu'à bien des égards, sans prétendre à une objectivité ou à une neutralité, ils ne peuvent être tenus pour responsables de l'évolution de la société. Quelle est dès lors l'influence réelle de la presse et de la télévision sur nos esprits lorsqu'il s'agit de comportements électoraux ? Cette question est complexe, et d'autant plus difficile qu'elle s'inscrit dans un contexte où la politique se fait de plus en plus sur les plateaux de télévision.

Médias et politique

Entretien avec Jenifer Devresse

Chercheuse au Département des Arts et Sciences de la Communication (ULg)

Julien Paulus : Pouvez-vous nous dresser un petit historique des rapports de Jean-Marie Le Pen avec les médias en France ?

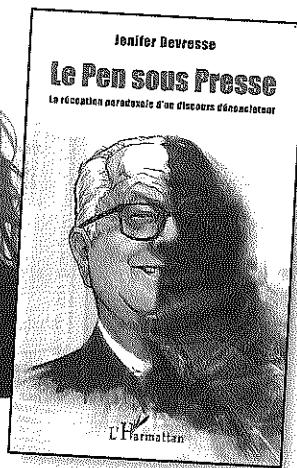
Jenifer Devresse : On pourrait dire que la relation entre Jean-Marie Le Pen et les médias français a consisté en un progressif apprivoisement des médias par le Président du Front National. Qui se souvient encore de l'homme au bandeau noir sur l'œil, de son allure martiale et inquiétante ? Jean-Marie Le Pen, de même que sa fille aujourd'hui, a beaucoup travaillé son image pour parvenir à incarner cette espèce de force perturbante mais d'un autre côté parfaitement conventionnelle qu'il incarne aujourd'hui. Et pour cela il avait besoin des médias. À la première phase, où il apparaissait – d'ailleurs assez peu – comme un trublion vitupérant, a donc succédé une seconde, qui a correspondu à son ascension électorale, durant laquelle il s'est montré physiquement plus présentable, tout en lâchant de temps à autre ses fameux « mots » qui scandalisaient le monde politique et médiatique et auxquels, par conséquent, les médias donnaient un très grand écho.

Cette période peut être qualifiée, du point de vue du FN, de lune de miel : son côté provocateur lui assure la visibilité que les médias, pour des raisons d'audience, ne peuvent manquer de lui donner. Le fameux débat avec Bernard Tapie (personnage qui mobilise par ailleurs une forme d'émotion groupale de même nature), et qui a valu son poste à Paul Amar (celui-ci, on s'en souvient, avait proposé des gants de boxe aux « combattants ») est emblématique de cette époque de fascination médiatique pour le personnage. Il est curieux que, jusqu'à la date du 21 avril, la télévision – et, dans une certaine mesure, la radio – n'ait jamais trouvé le moyen de débattre avec Jean-Marie Le Pen sans entrer dans le cadre qu'il posait sur la réalité. Au fond, il semble que c'était bien le fait du débat en lui-même, l'intensité qu'il prenait et la provocation qu'il présentait, et non les idées débattues, que recherchaient les médias audiovisuels. Peut-être la nécessité que ressentaient alors les journalistes de s'opposer fermement à lui les a-t-elle également empêchés de prendre une position qui, libérée de cette nécessité absolue, leur aurait permis d'apporter à la discussion des éléments plus constructifs que le discrédit qu'ils tenaient tant à jeter sur le personnage. C'est tout le problème du « but conscient » dont parle Bateson : quand vous avez un objectif que vous voulez à toute force atteindre, vous devenez inconscient du contexte et vous adoptez des attitudes qui n'y répondent plus.

Julien Paulus : Les médias peuvent-ils être tenus pour responsables du succès de Jean-Marie Le Pen auprès de l'opinion, en particulier en 2002 ? Et, si oui, en quoi ?

Jenifer Devresse : Accuser les médias d'être responsables du succès de Jean-Marie Le Pen serait absurde ; son ascension électorale jusqu'au traumatisme de 2002 résulte nécessairement d'une multiplicité de causes qu'il ne faudrait pas occulter par un médiacentrisme naïf. D'un autre côté, nier toute implication des médias dans ce phénomène n'aurait pas davantage de sens, quand on sait la place centrale qu'ils ont dans la construction des réalités sociale et politique. Mais « responsabilité » n'est pas « faute » ; parler de la « responsabilité » des médias nous rappelle simplement leur rôle fondamental dans le processus électoral démocratique. Et de ce point de vue, on peut dire qu'ils ont effectivement favorisé le succès du FN, mais de manière indirecte et, bien entendu, inconsciente.

Il est clair qu'on ne peut pas accuser les journalistes de complaisance ; on constate au contraire un souci permanent, bien visible, de dénonciation et de bannissement symbolique du parti de J.-M. Le Pen, quelle que soit d'ailleurs la tendance politique du média. C'est là tout le paradoxe : alors même qu'ils s'attachaient à discréditer massivement le Président frontiste, les médias ont paradoxalement produit les conditions de sa légitimité. Ceci s'explique en partie par une certaine adéquation entre les stratégies lepénistes et les logiques médiatiques. D'une certaine manière, les thèses lepénistes se trouvent crédibilisées par la résonance qu'elles présentent avec une certaine définition médiatique des enjeux publics, dans ses dimensions simplificatrice et dramatisante. À la veille des élections 2002, que disaient les médias ? Que la France vivait une crise sans précédent, qu'elle était « malade », en proie aux affres d'une « insécurité » généralisée. Les journalistes rivalisaient de lamentations sur des candidats jugés médiocres, tenants d'un système politique sclérosé. Ils dénonçaient une campagne sans idées, dans laquelle on ne distinguait plus la gauche de la droite. Jean-Marie Le Pen dit-il autre chose ? Entre le portrait d'une France qui court à sa perte, la dénonciation généralisée d'une classe politique radicalement



inadaptée, et l'affirmation que l'élection était jouée d'avance – c'est-à-dire confisquée par le pouvoir en place – les conditions étaient effectivement posées pour favoriser un vote largement protestataire.

Or dans un tel contexte, c'est précisément le traitement marginalisant que les journalistes réservent habituellement au président du FN qui lui procure un argument de distinction décisif, inappréciable au sein d'une offre politique indifférenciée. La présentation médiatique d'un Jean-Marie Le Pen « symptôme du malaise français » lui a permis de se poser en véritable alternative à la médiocrité politique, et d'incarner le « candidat protestataire » par excellence. D'autant que son personnage de « pirate de la politique » convient à merveille à cette position antisystème. Dans cette perspective, on peut dire que les médias ont à la fois favorisé et légitimé le mécontentement des électeurs, tout en désignant une voie royale pour l'exprimer : le vote FN.

Julien Paulus : Quelles ont été les conséquences du « choc » de 2002 sur le comportement des médias ?

Jenifer Devresse : La crise provoquée par le fameux « dimanche noir » de 2002, on s'en souvient, a vu l'espace médiatique se muer en une gigantesque entreprise de propagande anti-FN. L'information et l'analyse ont fait place à un engagement virulent de la part des journalistes, qui ont pour une fois dérogé à toutes les règles habituellement de mise. Tous les moyens se sont trouvés bons pour « combattre » Jean-Marie Le Pen. On a alors assisté à une radicalisation des procédés médiatiques de stigmatisation du Président frontiste : J.-M. Le Pen s'est mué en menace absolue, et son avènement signifierait la fin de la démocratie, la fin de la République et des droits de l'homme. En réalité, le traumatisme de 2002 a été tel que c'est la condamnation morale du FN qui s'est définitivement imposée dans l'ensemble des médias, au détriment d'une discussion proprement politique. Ceci explique que la prise de position unanime de journalistes engagés dans le « salut de la République » se passe d'arguments, et ne repose généralement que sur une représentation diabolisante de J.-M. Le Pen doublée d'une « ennemification » de ses électeurs.

Ce qui est remarquable, c'est que le choc de 2002 n'ait pas suscité de remise en question profonde, de la part des médias, de leurs stratégies de dénonciation du FN. Les journalistes n'ont fait que radicaliser ces procédés, qui pourtant génèrent un certain nombre d'effets pervers. Car c'est précisément cette diabolisation médiatique qui permet à J.-M. Le Pen de crier au grand complot de « l'establishment » politico-médiatique. Et de suggérer du même coup que sans cet « acharnement » contre sa personne, ses scores électoraux seraient bien plus élevés – ce qui est tout sauf certain. Il faut tout de même rappeler aussi qu'aux lendemains du « séisme » de 2002, le volontarisme démocratique des journalistes a été plutôt mal perçu par l'opinion. À tel point que les médias se sont vus paradoxalement taxés d'« anti-démocratiques », y compris par des anti-frontistes convaincus. Pour beaucoup, la partialité exhibée, le « matraquage » anti-FN, les injonctions à voter Chirac, étaient autant de signes que les principes fondateurs de la légitimité et de la crédibilité médiatiques étaient bafoués. Le discours de victimisation lepéniste a ainsi pu gagner en crédit ce que les journalistes y ont perdu.

Julien Paulus : Existe-t-il, sous une forme ou sous une autre, un cordon sanitaire médiatique en France ?

Jenifer Devresse : Les médias français n'appliquent pas, comme c'est le cas en Communauté française de Belgique, de cordon sani-

taire à proprement parler. Mais cela ne signifie pas pour autant que le FN soit traité comme un parti « comme les autres ». On sent tout de même une certaine réticence à lui concéder une tribune, réticence plus ou moins marquée selon le média. Mais c'est assez ambigu. D'une manière générale, les rapports entre J.-M. Le Pen et les médias sont caractérisés par une sorte de relation amour-haine. Les journalistes semblent en fait toujours pris entre la fascination et la méfiance. D'un côté, on observe le souci médiatique de ne pas se rendre indirectement complice d'un discours considéré comme dangereux, raison pour laquelle le Président du FN est banni de certaines émissions, par exemple. On craint les dérapages et les provocations, on craint surtout que le journaliste ne parvienne pas à tenir tête à l'orateur hors pair qu'on voit en lui. D'un autre côté, les apparitions médiatiques de J.-M. Le Pen sont toujours un spectacle qui garantit le succès de l'émission. C'est un fait, Le Pen fait vendre. C'est ce qui pousse les médias à l'inviter malgré tout régulièrement, et à exploiter au maximum les « qualités médiatiques » du personnage – charisme, franc-parler, humour, provocation, etc. – plutôt qu'à débattre son programme. Pour s'étonner ensuite de son succès aux urnes. Rappelons tout de même que la popularité médiatique de J.-M. Le Pen a précédé sa popularité électorale... Cela dit, Marine Le Pen ne possède ni le charisme ni la verve du père. Et le discours du FN, aujourd'hui plus policé, trouve d'autres ressorts pour s'imposer, si bien que le « muselage » du FN « orchestré par la caste politico-médiatique », dont J.-M. Le Pen a fait son fonds de commerce, tend à prendre des formes nouvelles.

Julien Paulus : Pensez-vous que le cordon sanitaire médiatique observé en Belgique francophone soit efficace et faut-il le maintenir coûte que coûte ?

Jenifer Devresse : C'est assez difficile à dire, dans le sens où l'insuccès de l'extrême droite belge francophone peut être attribué à bien d'autres causes que la pratique du cordon sanitaire. À commencer par la faiblesse du Front National en lui-même, marqué qu'il est par des déficiences organisationnelles et idéologiques, par d'incessantes scissions ou conflits internes. Et du coup, la question de l'efficacité ou non du cordon sanitaire ne se pose pas vraiment pour nous – du moins actuellement – d'autant moins que le Front National a perdu ses deux seuls représentants au fédéral. La question est : que fait-on à partir du moment où un tel parti devient représentatif en termes électoraux ? Le cordon sanitaire deviendrait difficilement tenable si nous avions une extrême droite forte ; comment légitimement refuser a priori de donner la parole à un parti qui rassemblerait – imaginons – 20% des opinions ? Cela reviendrait à bannir symboliquement de l'espace public un cinquième des électeurs. De plus, que condamne au juste le cordon sanitaire ; des discours ? des personnes ? des idées ? Il semble que la confusion soit permise, et elle me paraît dangereuse.

Il me semble aussi que lorsqu'on « censure » systématiquement le discours de tels partis – notamment les « dérapages » – se pose le problème de la preuve. Le public est censé croire le journaliste en quelque sorte sur parole, ce qui n'est pas forcément chose acquise. Ainsi voit-on nombre d'électeurs qui, par exemple, ne croient pas que le FN soit un parti « réellement raciste », avec des discours du genre « les journalistes exagèrent » ; « ils sortent la phrase de leur contexte » ; etc. Or le cordon sanitaire pose effectivement la question délicate de la censure et de ses limites. On l'a vu en mai dernier, avec la polémique autour du débat politique organisé conjointement par la RTBF et la VRT. En gros, le MR a mis son veto au débat, invoquant que la présence du Vlaams Belang contrevenait au principe du cordon sanitaire médiatique. Le débat a été annulé à la RTBF, mais s'est bien tenu à la VRT, avec la présence du MR. Cette affaire a fait couler pas mal d'encre sur la question de l'impartialité du cordon sanitaire avec, notamment, les principes d'impartialité et de droit à l'information. Mais le plus préoccupant est sans doute le soupçon qui a plané d'une ingérence politique dans les choix éditoriaux des médias. Ceci témoigne en fait d'une confusion à mon sens malsaine entre cordon sanitaire médiatique et cordon sanitaire politique, que l'on aurait tout intérêt à distinguer sous peine de voir l'indépendance des journalistes mise en doute.

Mais finalement, peut-être en demande-t-on beaucoup aux médias ; avec la question du cordon sanitaire ou du traitement de l'extrême droite, nous touchons du doigt un problème qui les dépasse forcément. Comment les médias pourraient-ils réparer, armés du seul pouvoir des images et des mots, une faille inscrite si profondément dans la nature même des démocraties, qui admettent en leur sein le fils matricide ? **