

Séminaire fermé sur le cordon sanitaire médiatique

CSA - 10 novembre 2010

Parlement de la Communauté française (Bruxelles)

Autres intervenants :

Roland Bless, directeur du Bureau du représentant pour la liberté des médias de l'OSCE

Dave Sinardet, politologue à l'université d'Anvers et à la VUB

Séminaire animé par **Marc Janssen**, Président du CSA

« *Cordon sanitaire et principes journalistiques : le point de vue de la réception* »

À côté du point de vue de la science politique ou du point de vue juridique (*cf.* interventions précédentes), il est une autre manière de poser la question du cordon sanitaire médiatique, dans une perspective davantage communicationnelle. Si nous sommes d'accord pour dire que le cordon sanitaire vise un *objectif*, c'est-à-dire empêcher la propagation des idées d'extrême droite et donc aussi entraver les mouvements qui les portent, nous serons également d'accord pour dire que la pratique du cordon sanitaire par les médias vise à produire certains *effets* sur le public. À savoir, le préserver des dangers que l'idéologie d'extrême droite constitue pour la démocratie. Si tel est bien l'objectif, alors il est indispensable de se préoccuper des effets qui sont effectivement produits par le discours médiatique à sa réception. Autrement dit, il s'agit de remettre le public au centre de la question.

Il me semble en premier lieu que présumer qu'on évitera de favoriser l'extrême droite en ne lui laissant pas la parole, repose au moins sur deux présupposés, d'ailleurs intimement liés : d'abord, que la communication politique est influente, persuasive, bref efficace ; ensuite, que le public est fragile et directement manipulable. Première remarque : la communication politique nous parvient l'immense majorité du temps médiatée ou médiatisée. Deuxièmement, les théories de la communication nous ont appris que le sens d'un discours n'est jamais transmis directement à son récepteur, comme un message qu'il s'agirait de décoder plus ou moins bien. L'énonciateur et le récepteur sont bien partenaires dans la construction du sens.

Par conséquent, le sens que produit le discours médiatique à la réception ne dépend pas seulement du contenu du discours, mais aussi de la relation qui unit le public au média. D'après Paul Watzlawick, cette relation est même première par rapport au contenu ; c'est elle qui va orienter le sens du message à la réception. En clair, on ne peut réfléchir aux effets du discours médiatique sans tenir compte d'abord de la relation que le public entretient avec le média – notamment liée aux attentes et représentations que le public se fait de ce média. Et lorsque l'on étudie le discours médiatique avec cette approche, on se rend compte non

seulement que les médias ne produisent pas toujours des effets directs, loin s'en faut, mais aussi que les effets sur le public peuvent même être parfois inverses à ceux recherchés.

C'est précisément ce genre d'effets contre-productifs que j'ai pu observer en étudiant les discours de la presse française sur le Front National (FN). Il s'agissait d'une recherche portant sur la période des présidentielles françaises de 2002, lorsque Jean-Marie Le Pen s'est vu qualifié au premier tour des élections face à Jacques Chirac. Les résultats sont fondés sur une analyse de discours des trois quotidiens nationaux d'information généraliste (*Le Figaro*, *Libération*, *Le Monde*), croisée avec les discours du public (forums citoyens et autres blogs, courriers de lecteurs, interviews d'électeurs du FN, etc.).

Cette recherche a permis de mettre en évidence que les discours de la presse française, bien qu'ils aient été clairement et massivement dénonciateurs, ont généré des effets pervers de légitimation du FN, et ont ainsi involontairement et indirectement participé au succès du parti. Ces effets pervers s'expliquent, entre autres, par le fait qu'à plusieurs égards, la position des journalistes sur l'extrême droite contrarie certaines attentes du public par rapport aux médias. Notamment, et c'est sur ce point que j'insisterai aujourd'hui, certains principes qui fondent la légitimité du journalisme moderne ont été malmenés, du moins aux yeux du public : je veux parler ici de l'indépendance par rapport au pouvoir politique, de l'objectivité, de l'impartialité, de la représentativité et enfin du droit à l'information. Ce sont ces points que je vais développer, en tentant chaque fois de montrer à la lumière de la relation entre le média et son public, comment un discours invariablement dénonciateur a pu parfois paradoxalement favoriser le FN.

1. Indépendance par rapport au pouvoir politique

Précisons d'abord qu'il n'existe pas à proprement parler de cordon sanitaire médiatique en France. Mais cela n'empêche que, je l'ai dit, la presse ne traite du FN que pour le dénoncer, d'une façon ou d'une autre. Lorsque Le Pen se trouve qualifié pour le second tour, les journalistes se montrent d'autant plus virulents, et appellent explicitement à voter pour Chirac et contre Le Pen. On observe même une glorification plutôt étonnante du président sortant, qui se retrouve tout à coup bombardé en « chevalier blanc ». L'ennui est que du coup, pendant toute cette période, l'engagement des journalistes contre l'extrême droite, même s'il s'est fait au nom de la démocratie, s'est confondu avec la communication électorale du président sortant. On ne distingue alors plus trop dans les médias ce qui relève de l'information journalistique d'une part, et ce qui relève de la communication politique d'autre part ; les deux parlent d'une même voix.

Pour beaucoup de gens, le fait que les médias tentaient de persuader les électeurs de voter en faveur d'un parti plutôt qu'un autre, extrême droite ou non, a paru incompatible avec le principe de neutralité journalistique, et donc inadmissible. Pour le public, on était passé d'une logique d'information à une logique de persuasion qui paraissait déplacée. Et surtout,

l'indépendance des journalistes par rapport au pouvoir politique en place n'apparaissait plus si clairement. Cela a fort dérangé à ce moment ; si bien que ce malaise a suscité auprès du public une certaine distance, une certaine méfiance par rapport au discours des médias. En tout cas, cette confusion a pu fournir un argument de poids à Le Pen, qui s'est trouvé du coup plus crédible lorsqu'il évoquait le grand complot des élites politico-médiatiques contre le FN.

On peut, dans une certaine mesure et toutes proportions gardées, mettre ce phénomène en parallèle avec ce qui s'est passé dernièrement dans l'affaire du débat entre la RTBF et la VRT. Je parle ici du fait que le MR se soit appuyé sur des réglementations médiatiques pour refuser le débat de la RTBF, c'est-à-dire pour servir sans doute un calcul politicien ; et du fait que le Conseil d'Administration de la RTBF ait refusé le débat. Or ces faits entretiennent une confusion entre cordon sanitaire médiatique et cordon sanitaire politique qui me paraît assez malsaine. Il semble qu'on ait tout intérêt à distinguer clairement les deux, sous peine de laisser planer un doute dangereux sur l'indépendance des journalistes par rapport au politique.

2. Objectivité

Au-delà de l'indépendance des médias, un second principe est apparu douteux aux yeux du public : l'exigence d'objectivité des journalistes.

Dans la presse, on observe alors que Le Pen fait l'objet d'une disqualification inconditionnelle. Ses paroles sont systématiquement discréditées, et cela même lorsque son discours est sensé. Un exemple parmi d'autres, lorsqu'à la veille des élections Le Pen annonce qu'il sera qualifié pour le second tour, les journalistes le ridiculisent ; on ne lui accorde aucun crédit. Pourtant, cela paraît plausible au vu de l'évolution des sondages. Lorsque le résultat des élections tombe, Le Pen ne se prive pas de clamer qu'il a eu raison « seul contre tous », et il gagne en crédit ce que les médias y perdent. Le fait d'être systématiquement discrédité apporte ainsi de l'eau au moulin du FN ; c'est précisément cela qui leur permet de prétendre que l'on refuse de les écouter, lorsqu'ils ont pourtant raison. Du même coup, beaucoup de lecteurs se sont méfiés du point de vue des journalistes sur le FN, parce que ces derniers paraissaient le condamner *a priori*, sans discernement.

En fait, ce qui fonde la disqualification médiatique de Le Pen, ce n'est pas tant ce qu'il dit que ce qu'il *est*. La plupart du temps, il fait l'objet d'attaques *ad hominem* – ou attaques à l'homme – autrement dit, c'est la personnalité même de Le Pen qui sert d'argument aux journalistes pour disqualifier son discours. La stratégie de la presse consiste donc à le faire voir comme violent, vulgaire, raciste, etc., comme si cela suffisait pour dénoncer ses idées politiques. Mais le public peut facilement interpréter cela comme un acharnement sur sa personne. C'est d'ailleurs là-dessus que joue Le Pen ; il se pose volontiers en victime, et l'ennui est qu'on ne peut pas tout à fait lui donner tort sur ce point.

D'autre part, cette stratégie médiatique suppose une certaine mise en évidence et une certaine mise en scène de la personnalité du leader frontiste. Or plusieurs études ont démontré que précisément, le succès du FN repose pour l'essentiel sur une adhésion à la personne, davantage qu'au programme ; sans entrer dans les détails puisque ce n'est pas le propos aujourd'hui, ce sont principalement son charisme, son franc-parler, son humour, etc., qui suscitent l'admiration – y compris parfois, bien malgré eux, de la part des électeurs anti-FN. De ce point de vue, il semble qu'on ait plutôt intérêt à remettre au premier plan les enjeux proprement politiques et à éviter de laisser trop de place à son image.

En période de crise, c'est-à-dire lorsque le FN obtient des scores élevés comme c'est le cas en 2002, la disqualification médiatique se mue en diabolisation. Le Pen est ainsi composé en mal absolu, en menace terrible, aux relents apocalyptiques. Le « séisme » du 21 avril 2002 signera, si l'on en croit les journalistes à l'époque, la fin des droits de l'homme, la fin du vote, la fin de la démocratie et le retour du fascisme – avec tout l'imaginaire inquiétant que cela suppose. Mais le fait même de diaboliser Le Pen suppose qu'il soit effectivement dangereux, donc puissant, donc crédible. Pour dissuader leurs lecteurs de voter FN, les journalistes ont tendance à jouer sur la peur et sur l'intimidation, parfois sur la menace directe. Mais en même temps tout se passe comme si cette menace suffisait en soi ; même à ce moment, on ne trouve pas dans la presse d'article qui décortiquerait un tant soit peu le programme du FN, ou qui envisagerait sérieusement ce que pourrait donner un Le Pen Président de la République. Ainsi la menace ne peut-elle alarmer que les électeurs préalablement convaincus – et encore. L'exagération que les lecteurs ressentent dans ces discours, y compris les lecteurs anti-frontistes, les poussent parfois à rejeter en bloc un discours médiatique perçu comme corrompu. Pour beaucoup, une telle dramatisation ne peut être « objective », et n'est donc pas crédible ; mais comment discerner le vrai du faux ? Sans doute, du côté des journalistes, est-il plus urgent de combattre l'extrême droite par tous les moyens que de comprendre ce qui peut fonder son succès ; sans doute aussi évite-t-on de l'expliquer de peur de le justifier.

Cette diabolisation de Le Pen implique aussi que tout ce qu'il touche va être condamné d'office. Ce qui entraîne une série de tabous. Il suffit de voir par exemple comment ses thématiques de prédilection, disons en gros l'insécurité et l'immigration, sont devenues plutôt difficiles à aborder pour d'autres partis. Lorsque Chirac mène sa campagne axée sur l'insécurité, on le taxe aussitôt de « lepénisme », et cela suffit à le discréditer. Mais cet effet-tabou peut se révéler profitable au FN. Effectivement, si les autres partis n'abordent que difficilement ces thèmes de peur d'être associés à l'extrême droite, cela limite la concurrence sur ces thèmes, qui demeurent en quelque sorte la « chasse gardée » du FN. Ensuite, cela peut laisser croire que les idées du FN sont de fait les plus convaincantes sur les questions de l'insécurité et de l'immigration. Or ceci a effectivement pu conduire les électeurs à « préférer l'original à la copie », pour reprendre les propres termes de l'intéressé.

Bref, très clairement, le traitement journalistique réservé à Le Pen s'avère très différent de celui des autres candidats. Ceci est bien entendu le signe que les journalistes prennent très à cœur leur rôle démocratique. Mais pendant ce temps, une large part du public estime ce

traitement injuste puisque jamais réellement justifié ou argumenté. Sortant ostensiblement de leur rôle d'informateur objectif, les journalistes ont largement perdu la confiance de leur public. En outre, cette diabolisation a dans une certaine mesure crédibilisé Le Pen dans ses stratégies de victimisation et de dénonciation du grand complot. Paradoxalement, ce sont les médias qui sont apparus comme « anti-démocratiques ».

Au-delà de ce malaise, il me semble que le traitement marginalisant du FN engendre au moins trois effets indésirables, susceptibles de favoriser le succès électoral du parti. *Primo*, cette disqualification est perçue par le public comme un obstacle de taille à la réussite politique du parti. Ainsi le FN sort-il grandi de la moindre victoire : si celui-ci obtient 20% *malgré* sa diabolisation, non seulement cela paraît incroyable, mais en outre cela sous-entend que le parti obtiendrait de bien meilleurs score encore s'il était traité comme les autres partis. On peut en douter. *Secundo*, ce traitement marginalisant fait apparaître Le Pen comme tout à fait différent de l'ensemble des autres politiques. De cette façon on construit pour lui une catégorie « à part », qui lui permet de se distinguer radicalement des autres candidats. Il acquiert ainsi une position privilégiée au sein de l'échiquier politique, qui va de plus lui permettre, et c'est mon *tertio*, d'incarner aux yeux des électeurs une véritable alternative protestataire. En particulier au sein d'une offre politique médiocre et indifférenciée, au sein de laquelle les électeurs ne distinguent plus bien la gauche de la droite. En érigeant Le Pen en « candidat protestataire », les médias le pointent comme candidat tout désigné pour les électeurs déçus ou mécontents.

3. Impartialité

Comme on le voit, le fait que les journalistes dérogent exceptionnellement au principe d'objectivité ne paraît pas nécessairement légitime aux yeux du public ; cela ne va guère de soi. Il en va de même pour le principe d'impartialité. J'aimerais aborder brièvement deux types de stratégies utilisées par les médias français dans le cadre de leur engagement contre l'extrême droite.

En période « normale », l'on observe bien une prise de position contre le FN de la part des journalistes, mais le discours conserve la forme informative et le langage de l'évidence des faits – on n'est clairement pas dans le ton du « commentaire » ou de l'opinion, pour le dire autrement. Même si cette opinion est largement partagée, elle n'en demeure pas moins une opinion, mais se présente comme une vérité. Il y a donc une contradiction entre d'une part un contenu empreint de parti-pris, par nature subjectif et discutable, et d'autre part une forme qui reste objectiviste et donc indiscutable. La prise de position est bien visible pour la plupart des lecteurs, mais en même temps le discours tenu ne prête absolument pas le flanc à la critique ni même à la discussion. Ainsi le lecteur peut-il parfois pressentir qu'on tente de lui imposer une opinion déguisée en fait, et qu'on ne lui laisse ni le choix de sa position, ni la possibilité d'en débattre. Le risque est que, présentant une forme de manipulation, le public ne se détourne tout simplement du discours médiatique.

En période de crise ou d'urgence, comme c'est le cas dans l'entre-deux-tours 2002, les journalistes adoptent une stratégie différente, que l'on pourrait qualifier de posture *moraliste*. La prise de position se fait très explicite, même virulente. D'une certaine manière, cette posture est le corollaire de la stratégie de diabolisation du FN : il s'agit bien de condamner l'extrême droite, mais de la condamner *moralement*. Le vote anti-FN n'apparaît plus comme un choix politique, mais comme un devoir, et l'indécision même constitue une *faute*. Cela se traduit, notamment, par une série d'injonctions morales et autoritaires au lecteur à voter Chirac. Si le parti-pris contre le FN se montre dans ce cas tout à fait explicite, on ne peut malheureusement pas davantage estimer qu'il ouvre à la discussion et au débat. Les positions ne sont guère plus étayées ; on ne trouve toujours pas de discussion des idées ou du programme.

Cette stratégie moraliste peut produire au moins trois effets également contre-productifs. Premièrement, la posture d'autorité morale des journalistes paraît illégitime. Les lecteurs ne voient pas bien en quoi les médias seraient habilités à édicter le bien et le mal ; cela leur paraît incompatible avec les principes d'impartialité et de neutralité journalistiques. Ainsi les médias donnent-ils l'impression de s'autoproclamer gardiens des valeurs démocratiques. Deuxièmement, les procédés d'injonction autoritaire, et la pédagogie qui l'accompagne, produisent une forme d'infantilisation du lecteur. On est alors très loin d'une logique d'information équitable destinée à un public jugé adulte et capable de choisir en toute connaissance de cause. On ne réclame pas du lecteur l'adhésion à une opinion, mais une obéissance aveugle, qui se passe d'arguments. Troisièmement, cela laisse aux électeurs la sensation d'un simulacre de démocratie dans lequel ils n'auraient guère le choix de leur vote. Et finalement, ces trois effets pervers fournissent un terrain très favorable, précisément, au vote protestataire incarné dans le vote FN, ou au désintéret et à l'abstention, ce qui n'est guère mieux. Ainsi voit-on bien comment les stratégies mises en place par les médias pour contrer l'extrême droite, peuvent en définitive se retourner contre eux aussi bien que contre la cause qu'ils défendent.

4. Pluralisme et représentativité

Le dernier point que j'aborderai concerne la question du pluralisme et de la représentativité. Or cette dernière question de la représentativité passe aussi par les différentes représentations que les médias proposent de l'opinion publique, et dans laquelle le lecteur se retrouvera ou non.

L'analyse des représentations de l'opinion publique pendant les élections 2002 fait voir que l'électorat que l'on présente au public comme un miroir est assez homogène et indifférencié. Il se résume la plupart du temps à une opinion majoritaire ou opinion « moyenne », comme si tous les électeurs avaient *grosso modo* la même opinion. Or lorsqu'il s'agit de traiter de l'extrême droite, le journaliste s'associe à cette opinion majoritaire, exprimée dans un « on »

ou un « nous », pour légitimer son propre parti-pris. De cette manière, il ne demeure aucune place dans son discours pour les opinions divergentes.

Cela revient en premier lieu à supposer que le lecteur est déjà acquis à la cause anti-FN, qu'il a en gros la même opinion que la « majorité » et surtout que le journaliste. Mais si le lecteur est présumé acquis, cela signifie aussi que l'on ne s'adresse pas aux « autres », aux protestataires ou aux frontistes. Tout lecteur qui n'aurait pas le même point de vue que l'opinion dominante se trouve de fait moralement disqualifié. Voilà tout le paradoxe : les stratégies de dénonciation de l'extrême droite mises en place par les médias sont censées entraver le succès du FN, alors que leur discours ne s'adresse visiblement pas à ceux qu'ils prétendent convaincre. Si le discours des journalistes exclut d'emblée les électeurs du FN comme interlocuteur possible, ceux-ci s'ôtent forcément les moyens de les convaincre. Ainsi les médias réalisent-ils en quelque sorte une pétition de principe, puisqu'ils présupposent l'adhésion à ce qu'ils entendent démontrer.

Deuxièmement, si l'opinion dominante se voit indistinctement généralisée à l'ensemble de l'électorat, cela revient à minimiser et à marginaliser les opinions discordantes, dont l'électorat frontiste – qui soit dit en passant, représente tout de même pas loin de 20% des Français en 2002 – mais pas seulement. Si ceux-là sont *de facto* exclus du « nous » sur lequel s'appuie le journaliste, ils ne peuvent se retrouver que dans le « ils », l'autre. Ces électeurs se voient ainsi disqualifiés en tant qu'ils ne feraient pas partie de l'opinion publique. Or souvent, les opinions peu ou mal représentées trouvent précisément refuge dans un vote protestataire qui, comme eux, se trouve marginalisé, ce qui tend à conforter les positions du FN.

Il arrive pourtant que les médias parlent des électeurs du FN ; mais toujours comme un « autre », qu'il s'agirait de condamner au même titre que le candidat pour lequel ils votent. On constate effectivement une forte stigmatisation des électeurs frontistes dans les médias, comme s'il fallait impérativement les diaboliser, eux aussi, pour parvenir à « combattre » le FN. Les électeurs du FN sont généralement représentés comme racistes, violents, vulgaires et peu instruits ; ils sont ainsi taillés pour confirmer les stéréotypes les plus négatifs que l'on peut entretenir à leur égard. Il faut signaler, il est vrai, que peu d'électeurs du FN osent s'avouer comme tels aux sondages, journalistes et autres enquêteurs. Si bien que ceux qui s'expriment dans les médias sont généralement les plus extrémistes. En attendant, les électeurs du FN se reconnaissent parfois assez peu dans ce portrait, et l'interprètent comme une forme de discrimination de la part des médias.

En définitive, il y a une nette contradiction entre l'illégitimité médiatique du FN et sa légitimité électorale. À partir du moment où le FN, par ses scores électoraux, devient représentatif d'une frange significative de l'opinion, la diabolisation et la marginalisation deviennent des positions médiatiques difficilement tenables. Il apparaît en tout cas que ces stratégies génèrent des effets contre-productifs de légitimation et de crédibilisation du FN. Notamment, parce qu'en substituant une condamnation morale à une discussion proprement politique, celles-ci ne font que durcir les positions de part et d'autre et renforcer l'incompréhension mutuelle.

Pour conclure

Au-delà de la question de savoir si, d'un point de vue juridique ou, disons, plus philosophique, la pratique du cordon sanitaire médiatique contrevient aux principes de la liberté d'expression ou de la liberté d'information, il est sans doute nécessaire de poser aussi cette question *du point de vue du public*, et de réfléchir aux implications de ce point de vue. Il semble, à tout le moins, qu'il conviendrait de proposer des discussions de fond au sein même des médias sur les raisons des choix liés à la pratique du cordon sanitaire. Il ne suffit pas de bannir symboliquement de l'espace public les partis d'extrême droite en leur collant le label « anti-démocratique », car au moins dans le chef d'une partie de leur électorat, les choses ne paraissent pas si claires. La plupart de ces partis se définissent d'ailleurs eux-mêmes comme « démocratiques » (*cf.* l'en-tête du site du Vlaams Belang ou le nom des « Démocrates Suédois », pour ne citer que ces exemples). Et à partir du moment où un tel parti devient « représentatif » en termes de résultats électoraux, la posture qui consiste à nier purement et simplement la frange de l'opinion publique qui constitue son électorat en l'excluant d'emblée de l'espace de discussion médiatique paraît aussi intenable que contre-productive.