

L'interaction conflictuelle : mode d'expression symbolique du jeu politique démocratique

Gwenolé Fortin

► **To cite this version:**

Gwenolé Fortin. L'interaction conflictuelle : mode d'expression symbolique du jeu politique démocratique. Cahiers de l'Institut de Linguistique de Louvain, Peeters, 2004, 30 (4). <sic_00110425>

HAL Id: sic_00110425

https://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_00110425

Submitted on 29 Oct 2006

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

L'interaction conflictuelle : mode d'expression symbolique du jeu politique démocratique

Gwenole FORTIN
Chercheur associé au CREDILIF (Université Rennes 2)
Docteur en Sciences du Langage
ATER à l'IUT de Nantes

Tout peut se dire et se redire indéfiniment, puisqu'en fait
il ne se dit jamais rien.

Il n'est rien qui soit plus absolument exigé par le jeu
politique que cette adhésion fondamentale au jeu lui-
même, *illusio*, *involvement*, *commitment* (...)
(Bourdieu Pierre)

Le « débat immobile »

Partons d'un constat : les débats politiques à la télévision n'ont pas bonne presse.¹ Comme l'écrit même Christian le Bart, le discours politique « semble aujourd'hui condamné au mépris, sinon à l'insignifiance ».²

Le sentiment qui domine est en effet plutôt « négatif » et les débats télévisés suscitent le plus souvent des réactions hostiles de la part des téléspectateurs. Aussi, Marianne Doury, menant des travaux sur l'argumentation en situation de débat³, établit que ces réactions sont de divers types⁴ :
— « Ils ne savent que s'insulter ! » : ce qui ressort d'emblée ce serait donc la violence de l'affrontement des personnes et le sentiment que les argumentaires se limitent régulièrement à l'insulte ou la dépréciation. L'argumentation ne saurait donc dépasser l'affirmation initiale du désaccord.
— « Je ne suis pas d'accord avec vous ! » : ce seul mode d'expression des interlocuteurs au sein du débat, laisse entendre que toute volonté d'argumenter se heurte inexorablement à des mises en causes personnelles tout autant qu'aux contraintes spécifiquement liées à l'appareil médiatique.
— « C'est un dialogue de sourd ! » : le sentiment dominant est que les interlocuteurs mènent leur propre discours sans tenir compte du discours adverse et qu'aucun « véritable dialogue » n'est possible. « Chacun se contente d'affirmer et de réaffirmer sa position, sans véritable volonté de discussion critique, et avec la ferme intention de ne rien entendre de ce que pourra dire l'adversaire. »⁵

¹ Voir CAYROL (Roland), *Le grand malentendu. Les Français et la politique*, Seuil, Paris, 1994.

² LE BART (Christian), *Le discours politique*, Que sais-je, n°3397, PUF, Paris, 1998, p. 3.

³ Sur un *corpus* d'émissions ayant pour thématique les « parasciences ».

⁴ Voir DOURY (Marianne), *Le débat immobile. L'argumentation dans le débat médiatique sur les parasciences*, Editions Kimé, Paris, 1997, p. 8.

⁵ *Ibid.*, p. 9.

Ainsi, la réception négative des débats politiques télévisés permettrait de les assimiler à un *débat immobile*⁶, à la manière des témoignages issus du *corpus* de Marianne Doury. Car si la thématique des débats n'est pas la même, le sentiment qu'il ne s'y dit rien de concret et que se répètent inlassablement les mêmes arguments de débat en débat semble en revanche fortement partagé.

Le débat politique a en effet bien du mal à se défaire et se soustraire de son mythe aristocratique ou guerrier. Il se présente comme une sorte de jeu se déroulant selon un canevas précis, obéissant à des règles et des codes établis dont la finalité apparaît dans ces « duels aux sommets », ces « joutes verbales » que représentent les débats politiques télévisés — et en particulier le débat de l'entre-deux tours des présidentielles. Ces débats sont assimilés (par les différents « protagonistes » et le public qui les regarde) à des « matchs » ou des « duels », ce que résume l'expression classique de « combat des chefs » pour les débats présidentiels.

La représentation classique du débat politique télévisé — sorte de matrice idéologique — est une sorte de « guerre verbale » ritualisée. Comme l'écrit par exemple De Baecque,

Chirac contre Jospin n'a d'autre destin que d'être un « match », de se transformer en un « duel », ce que résume, au pays des Gaules volontiers batailleur, l'expression de « combat des chefs ».⁷

Le débat télévisé revêt une dimension dramatique à la fois donc parce que le mouvement en est constitutif, mais aussi parce qu'à l'issue il y aura (désigné par les sondages d'opinion, par les journalistes, le monde politique, etc.) un *gagnant* et un *perdant* :

Au lendemain du débat qui opposa, en octobre 1985, J. Chirac à L. Fabius, la presse tirait en première page : « Un sondage exclusif le prouve : CHIRAC VAINQUEUR. Fabius battu par K. O. technique. »⁸

Les métaphores sportives autorisent même l'expression de « match nul », comme en témoigne par exemple cet extrait d'article paru dans *Le Télégramme* suite au débat télévisé entre Séguin et Delanoë avant les élections municipales à Paris⁹ :

Delanoë et Séguin font match nul. Match nul. Les deux principaux candidats à la mairie de Paris, Philippe Séguin et Bertrand Delanoë, se sont séparés, hier soir, sur un score de parité à l'issue d'un débat très technique.

Et le direct dote en sus le débat télévisé d'une dimension qui contribue fortement à l'intensité dramatique de celui-ci.

Une perspective sociolinguistique

Ce qui semble à première vue caractéristique d'un débat politique télévisé c'est l'affrontement des personnes, l'adversité et le conflit. Et c'est effectivement l'un des points de vue que l'on peut avoir sur ce type de débats. Mais ce n'est pas le seul.

Car dès lors que l'on adopte un point de vue sociolinguistique — c'est-à-dire que l'on s'attache à faire « parler les discours » — et que l'on va du côté d'une certaine acception de l'analyse du discours, on peut alors adopter une démarche contraire : et considérer que l'affrontement n'est

⁶ L'expression est de Véronique TRAVERSO, in *La Conversation familière. Analyse pragmatique des interactions*, Presses Universitaires de Lyon, Lyon, 1996, p. 191. Cité par DOURY (Marianne), *Le débat immobile*, op. cit., p. 9.

⁷ DE BAECQUE (Antoine), *La cérémonie du Pouvoir. Les duels politiques de la Révolution à nos jours*, Grasset, Paris, 2002, p. 7.

⁸ CHAMPAGNE (Patrick), « Qui a gagné ? Analyse interne et analyse externe des débats politiques à la télévision », in *Mots*, n° 20, *La politique à la télévision*, ENS Editions, sept. 1989, p. 15 (sondage France-Soir-IFRES).

⁹ *Le télégramme*, le 01/03/2001 [en ligne]; disponible sur <http://www.bretagne-online.com/telegram/htdocs/archive/2001/20010301/IG/article/art_010B070400_2381648.htm> (page consultée le 12 déc. 2003).

qu'un fait de surface qui s'enracine dans le goût des mises en scènes protocolaires des plateaux télévisés (face-à-face, journaliste-arbitre au milieu, etc.), la profusion des métaphores guerrières dans le corpus journalistique (le « duel »¹⁰, le « combat », voire même le « match de boxe »¹¹), ainsi que la fascination de la stratégie (décortiquée dans la presse, dans les émissions télévisées spécialisées, etc.).

Il ne s'agit pas ici de nier la dynamique conflictuelle, mais d'adopter une autre perspective : reconnaître le constat de l'affrontement des hommes politiques (qui va apparaître dans la mise en mots), mais aussi voir que cela *produit du sens*.

Il s'agit alors de re-solidariser deux perspectives qui, en définitive, ne sont pas contradictoires : *affrontements* et *interaction* sont deux termes qui peuvent apparaître comme antinomiques, mais il y a ici une forme d'interaction dans le discours conflictuel lui-même. Les interlocuteurs n'interagissent pas seulement l'un *sur* l'autre, mais aussi et surtout l'un *pour* l'autre, c'est-à-dire pour permettre à l'autre d'interagir avec les téléspectateurs (et cela de façon bien entendu extrêmement médiatisée). De fait, si on les considère l'un avec l'autre, on peut alors avoir le sentiment qu'ils jouent un jeu « immobile », stérile. Mais au fond ce jeu ils le jouent l'un *pour* l'autre. Et si pour eux c'est un jeu, en revanche, pour les téléspectateurs, cela contribue à produire du sens.

Il est donc intéressant me semble-t-il de partir de ce lieu commun, de cette représentation d'affrontement, pour tenter d'éclairer les enjeux qui traversent cette image, et cette lecture superficielle des débats. Pour montrer qu'il s'agit bien davantage d'un processus de *co-construction de sens* et un processus de *co-construction d'une réalité*. Que les hommes politiques qui « s'affrontent » sur les plateaux de télévision ne s'affrontent pas *pour s'affronter* mais pour *produire du sens*, c'est-à-dire pour produire une sorte de locuteur collectif (« nous sommes de tel parti, nous sommes politiciens, nous sommes des spécialistes, etc. ») qui fait sens, c'est-à-dire qui fait adhérer à une réalité.¹²

Le conflit comme mode d'expression du jeu politique

Le duel, le conflit, les mises en scène de la polémique, ne sont sans doute que l'expression historique et culturelle du *jeu politique* démocratique, lui-même constitutif de la réalité politique. En effet, sollicitant, selon les codes et rituels propres au genre, l'expression d'identités concurrentes — souvent conflictuelles — le débat télévisé propose une sorte de représentation *mythique* de la politique qui est aussi une plongée dans notre histoire et notre socioculture.

La politique aime les métaphores : scène de théâtre, espace de jeu et de foire, terrain de chasse ou de sport. Là, le duel se déploie comme un récit possible, une « fiction maîtresse » aisément reconnaissable. Pour tout dire : il est la *cérémonie politique* par excellence, celle de la conquête du pouvoir.¹³

La débat politique télévisé s'est conformé aux attentes historiquement constituées, aux affrontements réglés, en les régulant suivant les émissions et les enjeux. Il s'est ainsi construit selon la représentation des métaphores guerrières ou sportives. Car le *duel* est au principe même de la démocratie¹⁴ (héritage gréco-latin qui inaugure la rivalité comme principe premier de l'expression

¹⁰ C'est ainsi par exemple qu'est annoncé le débat dans l'émission *France Europe Express* (animé par Christine Ockrent) ; le mot « duel » apparaît en toile de fond durant tout le déroulement du débat.

¹¹ Dans le débat qui opposa Tapie à Le Pen, Paul Amar ira jusqu'à distribuer des gants de boxe aux deux invités (ce qui lui vaudra par ailleurs son éviction). voir TROGNON (Alain), « Sur quelques propriétés internes du débat Le Pen – Tapie », in *Revue Internationale de Psychologie Sociale (RIPS)*, n°4, pp. 305-334, 1991.

¹² Je dois préciser ici que cette perspective de travail m'a été très largement inspirée par Thierry Bulot (Université de Rouen) et Philippe Blanchet (Université Rennes 2 Haute-Bretagne), mon directeur de thèse, à l'occasion du premier séminaire de recherche du CREDILIF (*Centre de REcherche sur la DIversité LInguistique de la Francophonie*) qui s'est tenu le 19 mars 2001.

¹³ DE BAECQUE (Antoine), *La cérémonie du Pouvoir*, op. cit., p. 8.

¹⁴ Aussi, au V^{ème} siècle, les débats d'idées sont appelés *agônes*, c'est-à-dire combats.

démocratique¹⁵) dont il fonde en même temps la légitimité. Constitutive de la démocratie et corollairement du rôle central accordé à la parole et au débat contradictoire (dialectique platonicienne) dans l'espace public, l'argumentation politique s'inscrit historiquement et culturellement dans une logique de spectacularisation et de théâtralité héritée du « modèle grec »¹⁶ et illustrée par les métaphores du combat et de l'adversité :

□ *100 minutes pour convaincre* — le 20 novembre 2003

— Invité : Nicolas Sarkozy

Nicolas SARKOZY

Disons que je pense que le **combat est beaucoup plus physique**, à tous les sens du terme, avec Jean-Marie LE PEN, et que Monsieur RAMADAN j'ai dû me donner du mal pour le débusquer.

De telle sorte que ces affrontements codifiés « ne sont plus du folklore ou des cérémonies désuètes, mais bien le paraître suprême des valeurs démocratiques, son épreuve de vérité. »¹⁷ L'expression télévisuelle du débat politique — joute oratoire sur « l'agora cathodique » — s'impose ainsi comme « la vérité d'un système, puisque, donnant une forme à la politique, [elle est] la condition de sa possibilité en même temps que celle de sa perception. »¹⁸

L'affrontement est le contrat de communication par lequel existe le débat : autrement dit, sans polémique, pas de débat !¹⁹

Nos débatteurs appointés qui se rencontrent à heure fixe pour discuter de la « stratégies de Raymond Barre », de l' « image de Chirac » ou des « silences de Mitterrand » disent la vérité de tout le jeu lorsqu'ils expriment l'espoir que leur interlocuteur ne sera pas d'accord, « pour qu'il puisse y avoir un débat ». ²⁰

La polémique est le jeu politique par lequel les interlocuteurs se rencontrent et co-construisent leurs images respectives, ainsi que celle de la communauté²¹ dans laquelle ils s'inscrivent. De fait, l'affrontement verbal est le plus souvent simulé, *joué*. Et dès lors que se clôt le débat, une autre relation s'instaure — comme en témoignent par exemple les images qui suivent la fin du débat — pendant que défile le générique de fin d'émission — dans *France Europe Express* : les interlocuteurs se sourient, se parlent posément après s'être parfois « violemment » (verbalement) affrontés.

L'adhésion au jeu politique

Le jeu politique — qui se joue donc sur le mode de l'affrontement verbal — exige ainsi des protagonistes l'acceptation tacite d'un contrat de communication reposant sur une dynamique conflictuelle. Car, comme le souligne Pierre Bourdieu,

Il n'est rien qui soit absolument exigé par le jeu politique que cette adhésion fondamentale au jeu lui-même, *illusio*, *involvement*, *commitment*, investissement dans le jeu qui est le produit du jeu en même temps qu'il est la condition du fonctionnement du jeu : sous peine de s'exclure du jeu et des profits qui s'y acquièrent, qu'il s'agisse du

¹⁵ Voir par exemple CASSIN (Barbara), *L'Effet sophistique*, Gallimard, Paris, 1995.

¹⁶ VERNANT (J. P.), *Les origines de la pensée grecque*, PUF, Paris, 1962.

¹⁷ DE BAECQUE (Antoine), *La cérémonie du Pouvoir*, *op. cit.*, p. 13.

¹⁸ *Ibid.*, p. 14.

¹⁹ Sur ce point, je me permets de rapporter ici une anecdote personnelle qui illustre à mon avis particulièrement ce point. Au début de mon doctorat, ne pouvant enregistrer un débat (dont j'avais besoin pour construire mon *corpus*) j'ai demandé à mon père de le faire pour moi. L'enregistrement n'a pas fonctionné, mais la justification de mon père fut ensuite très intéressante. Il m'a dit que l'enregistrement ne m'aurait de toute façon pas été utile car « c'était pas un vrai débat, j'ai regardé pratiquement jusqu'à la fin, et ils se sont pas engueulés ... »

²⁰ BOURDIEU (Pierre), « Penser la politique », in *Actes de la recherche en sciences sociales*, n°71/72, mars 1988, p. 2.

²¹ « Communauté » constituée par tous ceux qui occupent un rôle privilégié au sein de la sphère politique moderne.

simple plaisir de jouer, ou de tous les avantages matériels et symboliques associés à la possession d'un capital symbolique, tous ceux qui ont le privilège d'*investir* dans le jeu (au lieu d'être réduits à l'indifférence et à l'apathie de l'apolitisme) acceptent le contrat tacite qui est impliqué dans le fait de participer au jeu, de le reconnaître par là même comme *valant la peine* d'être joué, et qui les unit à tous les autres participants par une sorte de *collusion originare*, bien plus puissante que toutes les ententes ouvertes ou secrètes.²²

Ce qui se joue dans l'interaction c'est donc prioritairement une sorte *d'adhésion au jeu*, une sorte de confirmation de la relation et de l'appartenance à une même culture unissant les différents acteurs, invités et journalistes. « Nous avons "performé" les codes de la culture à laquelle nous appartenons, et cette copformance nous a rassurés quant à notre qualité de membres [...] » écrit Winkin.²³

Adhésion au jeu et donc aussi aux « règles du jeu » imposées par l'appareil médiatique :

□ Débat présidentiel — le 02 mai 1995

— débat Chirac/Jospin

GUILLAUME DURAND

Dans un premier temps, **nous allons évidemment établir les règles du jeu qui sont extrêmement simples**. Vous savez que **plus les rendez-vous sont importants, plus les règles sont simples**. Après, Alain, vous expliquerez un peu la thématique que nous avons organisée pour une meilleure compréhension de ce débat. **Ces règles sont ce soir au nombre de cinq**. [...]

C'est très important pour notre rôle : nous serons là avec Alain, notamment pour respecter l'équité du temps de parole. **C'est une des règles du jeu de la tradition démocratique**.

□ Débat présidentiel — le 02 mai 1995

— débat Chirac/Jospin

ALAIN DUHAMEL

C'est ce que j'allais vous dire. Mais, là, simplement, on va vous demander, dans l'intérêt de tout le monde, dans le vôtre aussi, **de bien jouer le jeu**, [...]

Et les débattants acceptent le plus souvent de se plier à ces règles :

□ Débat présidentiel — le 10 mai 1974

— débat Giscard/Mitterrand

FRANÇOIS MITTERRAND

Je vais répondre encore une fois d'une façon trop rapide, mais c'est la règle du jeu...

MICHÈLE COTTA

Sinon, nous n'aurons pas le temps pour la politique internationale !

FRANÇOIS MITTERRAND

Je m'incline.

□ *100 Minutes pour convaincre* — le 26/09/2002

Invité : Jean-Pierre RAFFARIN, Premier ministre

Jean-Pierre RAFFARIN

Mais c'est la règle du jeu, je suis à votre disposition...

²² CORCUFF (Philippe), *La sociologie de Bourdieu*, textes choisis et commentés par Alain Accardo & Philippe Corcuff, Le Macare, Bordeaux, 1986 — 46. *Le jeu politique*, pp. 126-127.

²³ WINKIN (Yves), *Anthropologie de la communication — De la théorie au terrain*, Essais, Editions du Seuil, Paris, 2001, p. 14.

Participer au débat c'est ainsi se définir comme « joueur légitime » du jeu politique démocratique et en même temps donc accepter l'interlocuteur comme « possible adversaire ». Bourdieu explique ainsi que les « joueurs » doivent perpétuer sans cesse ce monopole qu'il ont préalablement gagné. Et finalement ce monopole n'est jamais aussi explicite que lorsque le jeu lui-même en vient à être menacé en tant que tel. L'exemple de la dernière campagne électorale des présidentielles, en 2002, qui pour la première fois de son histoire ne s'est pas clôt par le désormais traditionnel débat d'entre les deux tours est éclairant. En effet, le 23 avril 2002, une dépêche AFP annonce que « Chirac refuse un débat télévisé avec Le Pen » :

Le président français de droite Jacques Chirac a annoncé mardi qu'il n'acceptait pas de débattre à la télévision avec son rival d'extrême droite Jean-Marie Le Pen à l'élection présidentielle du 5 mai, jugeant que « face à l'intolérance et à la haine, il n'y a pas de transaction possible, pas de compromis possible, pas de débat possible ».

Et à ce titre, le « cas Le Pen » est intéressant : exclu du jeu — littéralement donc *a-politique* — il milite pour être reconnu en tant que « joueur légitime », appartenant à la même communauté que les autres — ce qui, implicitement, est aussi une façon de reconnaître l'importance du jeu lui-même et de ses enjeux :

□ *100 Minutes pour convaincre* — le 20/11/2003

— Invité : Nicolas Sarkozy

Jean-Marie LE PEN

Je voudrais d'abord dire que ma tâche n'est pas facile ici, puisque je suis le représentant d'une catégorie politique rare dans notre pays, c'est celle des parias. C'est-à-dire de gens qui n'ont pas accès à la représentation politique dans l'Assemblée nationale française, malgré les millions de voix que nous représentons. C'est un domaine fondamental, **je suis en quelque sorte, Monsieur Mazerolle, un intermittent de la politique** puisque aussi bien j'ai été chassé de mon siège de député européen, celui où les électeurs m'avaient envoyé, par le gouvernement français. C'est même un des rares pays prétendument démocratiques, où le gouvernement **peut se permettre de jeter dehors un élu du peuple**, mais enfin nous parlerons de tout cela. Monsieur le ministre de l'Intérieur, vous me donnez l'impression [...]

On voit donc aussi combien le média est envisagé de façon instrumentale. Car le simple fait de « passer à la télévision » a une forte valeur symbolique qui produit des effets politiques — comme l'attribution d'un « statut institutionnel », d'une certaine légitimité. Littéralement donc, on « entre dans le jeu ».²⁴

Par ailleurs, le téléspectateur n'échappe pas à ces programmations et, même s'il ne regarde pas l'intervention télévisée, il sait que le discours a eu lieu (résumés le lendemain, conversations entre amis, zappings, consultation du programme TV, analyses dans la presse, etc.).²⁵ Et,

si notamment, les « duels » télévisés qui opposent les leaders politiques et notamment ceux qui ont lieu à l'occasion d'élections présidentielles ou législatives (« duels » Mitterrand-Giscard d'Estaing en 1974 et en 1981, Mitterrand-Barre en 1977, Fabius-Chirac en 1985) ont fait l'objet d'analyses particulièrement minutieuses, c'est qu'ils sont censés jouer, aux yeux du moins de la plupart des agents du champ politico-journalistique, un rôle décisif dans le choix final des électeurs.²⁶

Le débat politique télévisé instaure une situation de communication inter-humaine qui met en présence des « acteurs », des « joueurs » interprétant des rôles, qui — selon l'approche dramaturgique

²⁴ Un passage à la télévision contribue à *légitimer* le locuteur. En découlera aussi sans doute une maîtrise accrue des mécanismes de la communication qui aura des effets sur les allocutions futures. De plus la télévision joue aussi un véritable rôle d'identification — individuelle et collective — fonctionnant comme une sorte de miroir de l'identité nationale.

²⁵ Aussi, le faible taux d'audience de la plupart des émissions politiques télévisées est sans rapport direct avec leur influence véritable.

²⁶ CHAMPAGNE (Patrick), « Qui a gagné ?... », *op. cit.*, p. 8.

des interactions de Goffman²⁷ — sont destinés *in fine* à assurer une certaine maîtrise de la situation : l'enjeu étant, pour chacun des partenaires de la communication, de se faire *reconnaître* dans le rôle qui est le sien.

Aussi, les échanges sont toujours produits à partir de questions fondamentales du type : « *Qui suis-je pour toi ?* » et « *Qui es-tu pour moi ?* ». Le débat apparaît ainsi comme un processus complexe où ce *qui est dit* compte finalement peut-être moins que de savoir *qui dit quoi à qui* — comme le résume bien par exemple ces différents échanges entre Nicolas Sarkozy et Jean-Marie Le Pen :

□ *100 minutes pour convaincre* — le 20 novembre 2003

— Invité : Nicolas Sarkozy

Nicolas SARKOZY

Retrez à votre propriété de Saint-Cloud Monsieur Le Pen, vous y serez plus confortable, on n'est pas du même monde dans le fond.

Olivier MAZEROLLE

Très bien, arrêtons...

Jean-Marie LE PEN

Je ne suis plus patriote...

Nicolas SARKOZY

Et c'est plutôt une bonne nouvelle. [...]

Jean-Marie LE PEN

De l'honneur, de la dignité, vous finissez par vous prendre pour quelqu'un d'autre Monsieur le ministre [...]

Jean-Marie LE PEN

Monsieur SARKOZY a dit " si je ne réussis pas, je m'en irais ", je crois que vous allez être obligé de partir...

Nicolas SARKOZY

Vous voyez, c'est une nouvelle différence entre vous et moi, vous vous échouez depuis 40 ans, et ça fait 40 ans que vous restez. [...]

Jean-Marie LE PEN

Dans mon gouvernement, vous auriez le ministère de la Propagande, où vous excellez beaucoup plus...

Nicolas SARKOZY

Non, Monsieur LE PEN...

Jean-Marie LE PEN

Que n'importe quel autre, car vous savez très bien...

Nicolas SARKOZY

Et vous savez pourquoi je refuserai ? **Vous savez pourquoi je refuserai ? Parce que je suis fasciné par quelque chose, vous ne parlez que du passé, et moi il n'y a que l'avenir qui m'intéresse. [...]**

Aussi, le refus d'un rôle n'est pas tant un refus de participation au débat qu'un refus d'avoir à *jouer d'une certaine manière*, d'avoir à parler d'une certaine manière. On est donc là davantage dans une situation *contestataire* qui consiste à dire : « je ne suis pas là pour parler de ça ! » :

□ Débat présidentiel — le 10 mai 1974

— débat Giscard/Mitterrand

VALÉRY GISCARD D'ESTAING

[...] Je veux dire dans quel esprit je suis venu participer à ce débat. [...] **J'ai lu ou entendu que ce soir, on dirait s'il y a un vainqueur ou un vaincu. Je ne suis pas venu pour cela. [...]** On ne consacre pas de longs développements au passé, il est derrière nous, on regarde ce que l'on doit faire et ce que l'on propose, et c'est ce que je compte faire avec vous ce soir. Alors, à la

²⁷ Voir GOFFMAN (Erving), *Les rites d'interaction*, Minuit, Paris, 1976.

question de Michèle Cotta, je dirai d'abord que je ne crois pas que l'intérêt de ce débat soit la politique du second tour. **Je vous le dis franchement je ne suis pas venu pour cela.** [...]

; ou bien « je refuse de polémiquer sur le sujet avec vous ! » — comme l'illustre l'attitude de Daniel Cohn-Bendit lorsqu'il quitte le plateau de l'émission *Mots Croisés* animée par Arlette Chabot²⁸ :

COHN BENDIT :

[...] c'est votre émission qui est surréaliste [...] ce genre d'émissions on n'y comprend rien, j'y comprends rien, alors je m'en vais, je dis au revoir aux téléspectateurs, j'en ai marre, bonsoir, je vais boire un coup, salut, bonsoir.

L'exemple du départ de Cohn-Bendit éclaire aussi le fait qu'un débat télévisé est avant tout un spectacle destiné à un auditoire : il s'agit donc de savoir se « mettre en scène », savoir jouer le jeu en renforçant la *contrainte de spectacularisation* sans pour autant rompre le dialogue.²⁹

L'efficacité magique de la télévision

« “Ce jeune homme me prend trop souvent pour son produit”, déclarait, d'une voix suffisamment forte pour être entendue par les journalistes, F. Mitterrand lors d'une conversation privée, en parlant de l'un de ses conseillers en communication chargés de préparer, en 1988, sa campagne présidentielle. »³⁰ Car les hommes politiques ont tendance le plus souvent à affecter un certain scepticisme à l'encontre des différentes techniques du marketing politique. Il est en effet de bon ton, et sans doute sur les conseils des spécialistes en communication qui sont à leur côté, de manifester un certain détachement ou une certaine ironie à l'encontre de ces techniques.

Cela étant, « il y aurait cependant quelque naïveté à croire que l'influence effective exercée, sur le comportement des acteurs politiques, par la médiatisation de la politique et par la réalisation et la publication quasi quotidienne de sondages d'opinion se limite à celle qui est explicitement perçue par les acteurs sociaux eux-mêmes et a fortiori à celle qu'ils veulent bien publiquement reconnaître. »³¹

Bien au contraire, ces dénégations cachent sans doute même une certaine « hypertrophie » de la croyance en l'efficacité des prestations médiatiques (et du style adopté). Cette croyance trouve par ailleurs toute sa dimension dans la structure moderne de l'espace politique, avec les conseillers en communication et les journalistes-experts, qui « ne peuvent pas ne pas croire et faire croire en l'efficacité des mises en scène qu'ils organisent ou en la scientificité des dispositifs qu'ils inventent et mettent en place au centre même du jeu politique. »³²

Les prestations médiatiques exercent sur les téléspectateurs-électeurs des effets importants « qui sont comme postulés a priori qu'ils peuvent toujours être magiquement vérifiés a posteriori ». ³³ Et le pouvoir des médias ne serait peut-être finalement que le pouvoir de ceux qui — au cœur même du jeu politique — ont tout intérêt à croire en lui.

A cet égard, les travaux de Lévi-Strauss trouvent un écho tout à fait intéressant : il n'y a en effet selon Lévi-Strauss nulle raison de douter en l'efficacité de pratiques magiques dès lors qu'il y a croyance en la magie (croyance du sorcier en ses techniques et en leur efficacité sur le malade, et croyance du malade en ces techniques).³⁴

Au cœur des pratiques politiques contemporaines, la croyance en l'efficacité des prestations médiatiques — et en l'occurrence en la toute-puissance de la télévision — est significative.

²⁸ *Mots Croisés* (4 mars 2002).

²⁹ En sous-séquence *duelle* les mouvements de contestation sont d'ailleurs plus rares car un locuteur ne peut quitter le plateau au risque de totalement compromettre l'émission et aussi sans doute de « perdre la face ».

³⁰ Propos rapportés par P. Boggio et A. Rollat dans *L'année des masques*, O. Orban, Paris, 1988, pp. 103-104. Cité par CHAMPAGNE (Patrick), « Qui a gagné ? », *op. cit.*, p. 10.

³¹ *Ibid.*

³² *Ibid.*

³³ *Ibid.*, p. 11.

³⁴ Voir en particulier LEVI-STRAUSS (C.), *Anthropologie structurale*, Plon, Paris, 1958, pp. 185-186.

L'efficacité magique des médias est une croyance partagée par la plupart des acteurs du champ politico-journalistique.³⁵ Et cette croyance collective n'est pas sans enjeux sur la structuration de l'espace politique moderne et sur les *argumentations* (j'entends par là toutes les techniques de mise en scène de soi adoptées par les interlocuteurs) des hommes politiques dans un débat télévisé.

Lévi-Strauss a montré que « la situation magique est un phénomène de consensus ».³⁶ Les débats politiques télévisés engendrent des effets qui résident dans la croyance collective qu'ils produisent, justement, des effets.

En outre, les émissions politiques ont recours de plus en plus à l'expertise, au traitement statistique et à l'analyse instrumentale pour prolonger dans le symbole les discours eux-mêmes des interlocuteurs.

« De même que les politologues ont réussi à imposer à l'ensemble du champ politique leur définition, univoque et largement artéfactuelle, de "l'opinion publique" telle que la produisent les instituts de sondages, de même ils ont réussi à donner une légitimité scientifique à leur vision des débats politiques et au choix du critère permettant de désigner le "gagnant". »³⁷

Après le débat Chirac/Fabius, presque tout le monde cherchait à savoir lequel des deux l'avait emporté, sans voir qu'en fait les véritables vainqueurs du débat étaient les instituts de sondages : qu'ils sont, en effet, parvenus, avec l'autorité de la science, à imposer l'idée qui était déjà sans doute comme appelée par toute la structure de l'espace politique (division majorité/opposition, existence d'une presse de gauche et d'une presse de droite, journalistes donnant à percevoir le débat comme une joute verbale, etc.), qu'il y avait moins une confrontation d'idées qu'un « match » et donc qu'il y avait nécessairement « un gagnant » et « un perdant » et qu'eux seuls étaient en mesure de les désigner de façon enfin indiscutable.³⁸

Ainsi tout un arsenal d'experts³⁹ a la tâche d'étudier, d'analyser et de disséquer ce qui se passe sur le plateau. Il s'agit aussi d'une nouvelle « mise en sens » du débat politique, qui mobilise tableaux, graphiques, statistiques diverses, bref qui verse dans la quantification « objective », dans la *scientificité*.

La rhétorique des journalistes qui mènent ces débats politiques est saturée en signes qui manifestent leur souci d'apparaître comme des arbitres impartiaux et les spécialistes en sciences politiques, les experts ou les universitaires qui sont interrogés sur les grands médias nationaux exhibent, de façon ostentatoire, des chiffres, des graphiques, des rappels historiques et des références savantes, autant de marques qui sont destinées à montrer leur scientificité et donc leur souci d'objectivité et par lesquelles ces commentateurs savants tentent de se distinguer des acteurs politiquement engagés pour se placer au-dessus de la mêlée politique.⁴⁰

Et ce traitement nouveau passe par des simplifications et un débat se résume ainsi le plus souvent à des chiffres, des résultats de sondages d'opinions, un temps de parole, des petites phrases « bien senties ». Par exemple, dans l'émission *100 Minutes pour convaincre*, des experts sont présents sur le plateau pour alimenter en cours d'émission, avec toute la « caution scientifique nécessaire », les commentaires qui sont faits et donc contribuer de la sorte à *renforcer la croyance* et les mécanismes sur lesquels elle repose.

³⁵ Voir OCKRENT (Christine), *Duel. Comment la télévision façonne un président*, Hachette, Paris, 1988. (Compte rendu de l'ouvrage dans *Mots*, n°18, pp. 115-117, 1989.)

³⁶ LEVI-STRAUSS, *Anthropologie structurale*, *op. cit.*, p. 185.

³⁷ CHAMPAGNE (Patrick), « Qui a gagné ?... », *op. cit.*, p. 20.

³⁸ *Ibid.*, p. 21.

³⁹ Voir CHEVALIER (Yves), *L'expert à la télévision, traditions électorales et légitimité médiatique*, CNRS Communication, 1999.

⁴⁰ CHAMPAGNE (Patrick), « Le cercle politique. Usages sociaux des sondages et nouvel espace politique », in *Actes de la recherche en sciences sociales*, n°71/72, mars 1988, p. 71.

Le public : acteur du jeu politique

Bourdieu souligne que l'attention portée aux conditions formelles de l'efficacité d'un rituel fait oublier que « les conditions rituelles qui doivent être remplies pour que le rituel fonctionne et pour que le sacrement soit à la fois *valide* et *efficace* ne sont jamais suffisantes tant que ne sont pas réunies les conditions qui produisent la reconnaissance du rituel »⁴¹. C'est-à-dire que le rituel ne fonctionne jamais qu'avec la « collaboration » active de ceux à qui il s'adresse, grâce à l'assistance de mécanismes sociaux capables d'engendrer une certaine complicité.

C'est donc la participation collective du public au jeu de la politique qui en assure la cohésion et qui en révèle le sens. Même si en même temps, la participation du téléspectateur au rituel du débat politique « y est en effet fondée sur un simulacre puisqu'il ne participe pas effectivement au rituel politique, l'écran de télévision s'interposant ; le seul rituel auquel il participe effectivement est le rituel télévisuel lui-même. »⁴²

Le téléspectateur du débat — en se constituant comme public — participe de l'énonciation de la fiction démocratique et de son jeu politique en lui restituant une cohérence et un sens.

Double regard qui est précisément celui de l'intégration dans la cérémonie, de l'initiation rituelle, celui qui reconnaît le jeu du pouvoir et se reconnaît soi-même comme citoyen participant de ce pouvoir.⁴³

Les débats télévisés permettent au téléspectateur de jouer par personne interposée, par procuration, par « représentation » au « jeu de la politique ». « Car avec cette "communication-jeu", la politique prend une forme ludique accentuée. Elle devient le *game of politics*, le jeu de la politique. »⁴⁴

Les téléspectateurs participent ainsi activement à la narration du débat politique. Parce que la construction du débat par les interlocuteurs, les conseillers en communication, les journalistes, les techniciens (qui organisent la scène et la mettent en valeur) est faite *pour* le public, et que celui-ci *reconstruit* le débat qui va faire sens pour lui.⁴⁵

La *narrativisation* des débats politiques télévisés engendre aussi une sorte de *stéréotypie* qui permet de les inscrire à l'intérieur d'un rituel repérable et reconnu (« c'est un débat politique pour telle ou telle raisons... » et « ce n'en ai pas un pour telles ou telles raisons... ») : elle est donc également la condition de leur *lisibilité*.⁴⁶

« Si la standardisation, le morcellement et la répétitivité sont les composantes internes du rite selon Lévi-Strauss, on ne peut manquer d'observer qu'il s'agit là de caractéristiques propres à la télévision. »⁴⁷ Ces caractéristiques sont celles d'un débat politique télévisé au sein duquel s'enchaînent générique d'ouverture, présentation des interlocuteurs par le journaliste-animateur, la succession des séquences argumentatives, le mot de la fin du journaliste, et le générique de clôture qui répond en écho au premier dans une sorte de logique circulaire.

La dimension itérative des débats politiques permet ainsi de les intégrer dans une série qui n'est pas sans effets sur leur lecture. Car l'expérience préalable qu'a le public du genre influe en effet sur la lecture qu'il peut faire d'un nouveau débat (perçu en rupture ou bien en continuité par rapport au genre constitué, mais quoi qu'il en soit toujours *en rapport* avec les débats antérieurs). En intégrant un débat à une série de débats apparentés, le téléspectateur dégage ainsi des isotopies, des hypothèses de

⁴¹ CORCUFF (Philippe), *La sociologie de Bourdieu, 15. Le discours d'autorité, op. cit.*, p. 62.

⁴² *Ibid.*, p. 66.

⁴³ *Ibid.*, p. 62.

⁴⁴ SCHWARTZENBERG (Roger-Gérard), *L'Etat spectacle. Essai sur et contre le star-system en politique*, Flammarion, Paris, 1977, p. 196.

⁴⁵ Les contraintes d'écriture étant d'autant plus fortes que le public est là pour les sanctionner.

⁴⁶ A ce propos, l'anecdote personnelle que j'ai précédemment racontée — mon père m'expliquant que le dysfonctionnement de l'enregistrement vidéo n'aurait pas de conséquences sur mon travail dans la mesure où il n'y avait « pas eu de débat » — est éclairante.

⁴⁷ COULOMB-GULLY (Marlène), *La démocratie mise en scènes. Télévision et élections*, CNRS Editions, Paris, 2001, p. 41.

lecture, mais aussi des « prévisions » qui lui permettent d'anticiper la suite de la narration avec l'aide des possibilités inscrites dans le débat lui-même mais aussi en s'aidant inconsciemment des débats antérieurs et *comparables*. Les hommes politiques ne se privent pas non plus de multiplier les références tacites aux débats antérieurs :

□ Débat présidentiel — le 05 mai 1981

— débat Giscard/Mitterrand

FRANÇOIS MITTERRAND

Vous ne voulez pas parler du passé, je le comprends bien naturellement et vous avez tendance un peu à reprendre le refrain d'il y a sept ans : l'homme du passé... C'est quand même ennuyeux que dans l'intervalle **vous soyez devenu, vous, l'homme du passif**, cela gêne un peu votre démonstration d'aujourd'hui !

La prédominance de l'analyse interne

Les travaux portant sur la télévision s'inscrivent, depuis des années, dans le cadre d'analyses de type *interne* — sémiologique.

En effet, nombre d'études qui se sont développées, dès le début des années 1960, sous couvert de « sociologie » de la télévision, relevaient plutôt d'une sémiologie des médias modernes, comme en témoignent, entre autres indices, les références fréquentes, dans la plupart de ces travaux, à R. Barthes et aux articles parus dans la revue *Communication* créée en 1963.⁴⁸

Cette prédominance de l'analyse interne trahit en définitive essentiellement la volonté pour un certain nombre d'acteurs du jeu politique de maîtriser la « scène », les rouages du mécanisme complexe qu'est une émission politique.⁴⁹ « L'analyse peut donc être dite "interne" en cet autre sens qu'elle reste dans le jeu parce qu'elle est le fait d'agents qui n'analysent le jeu que pour mieux en maîtriser le fonctionnement, l'analyse faisant, en d'autres termes, partie intégrante du jeu qu'elle prétend objectiver. »⁵⁰ Les débats télévisés font en effet l'objet

d'une exégèse permanente qui, sous apparence de l'objectiver, participe de l'objet, et contribue à la représentation. C'est à ce point, stratégique, que se situent les « politologues médiatiques », modernes héritiers de ceux que Platon appelait les doxosophes, personnages ambigus, qui ont un pied dans la science et un autre dans l'objet de la science : savants apparents, ils se servent de l'apparence de science qu'ils savent exhiber, pour intervenir, au nom de la science, dans la réalité qu'ils feignent d'analyser ; savants de l'apparence, ils maîtrisent assez les recettes et les ruses de la représentation politique pour les exploiter sous apparence de les analyser.⁵¹

⁴⁸ CHAMPAGNE (Patrick), « Qui a gagné ?... », *op. cit.*, p. 5.

⁴⁹ Très tôt par exemple, des universitaires sont devenus conseillers en communication politique, à l'image par exemple de J.-M. Cotteret. Plus récemment sont apparus des spécialistes du marketing politique, dont la figure de proue est Jacques Séguéla qui expliquera le succès électoral de Mitterrand en mai 1981 par le choix du bon slogan (« La force tranquille »).

⁵⁰ CHAMPAGNE (Patrick), « Qui a gagné ?... », *op. cit.*, p. 7. Pour ce qui concerne les émissions politiques les enjeux étant de comprendre au mieux les mécanismes qui « font de l'audience » (dramaturgie) ou ceux qui permettent de « bien passer à l'écran » dans le but de gagner des élections.

⁵¹ BOURDIEU (Pierre), « Penser la politique », *op. cit.*, p. 2. Bourdieu précise que l'on ne doit pas s'en tenir à la critique de ces « erreurs » scientifiques, mais analyser leur *fonction* au sein de notre espace public politique. Ceci n'est possible qu'à condition de procéder à « un travail analogue à celui que doivent réaliser l'ethnologue, l'ethnobotaniste ou l'ethnolinguiste pour porter au jour les schèmes cognitifs qui sont investis dans des actes, des discours ou des objets étrangers à leur tradition. », *ibid.*

Aussi, rien n'est sans doute plus éloigné de la réalité que cette lecture des débats politiques télévisés, car en définitive, tous les commentaires et jugements que portent sur le débat les journalistes politiques et autres experts, sont partie prenante du débat lui-même.⁵²

Au lieu d'en prendre acte et d'analyser cette lutte pour l'imposition d'une vision du débat, le politologue se pose en simple arbitre et prétend trancher en donnant la seule vision scientifiquement indiscutable. C'est le cas par exemple lorsqu'il énonce, de façon apparemment neutre, que L. Fabius a parlé plus vite que J. Chirac (180 mots par minutes contre 167), que J. Chirac a un vocabulaire plus riche que L. Fabius, et que ce dernier a interrompu 91 fois J. Chirac alors que ce celui-ci n'a interrompu L. Fabius que 25 fois, car c'est juger le débat en référant les discours des débatteurs à une norme, celle de la « bonne diction » (ne pas parler trop vite, ne pas avoir un vocabulaire trop riche) et de la « politesse » (ne pas interrompre un adversaire), occultant du même coup que toutes ces propriétés substantielles des discours ou des comportements n'ont pas de sens en elles-mêmes mais seulement relationnellement.⁵³

En définitive, plus les analyses internes se multiplient et moins leur pouvoir explicatif est conséquent ; car tous les hommes politiques amenés à prendre place sur un plateau télévisé ont appris à « bien passer » à la télévision (avec par ailleurs plus ou moins de talent), tous ou presque maîtrisent les artifices techniques, depuis l'élocution maîtrisée jusqu'aux couleurs de la cravate ou la position des mains et des jambes.⁵⁴

Et plus les enjeux politiques d'un débat sont conséquents (par exemple débat pour les présidentielles), plus l'organisation et le déroulement du débat est calibré. Rien aujourd'hui n'est ainsi laissé au hasard et tout est négocié à l'avance par les divers protagonistes : le choix des sièges, les dimensions de la table, les thématiques, la désignation des journalistes, l'installation du public, etc.

L'obsession de l'égalité de traitement dans la mise en scène de ces débats est alors telle que les réalisateurs de ce type d'émissions n'ont plus aucune autonomie et se trouvent contraints par des clauses techniques draconiennes qui leur interdisent toute initiative (tels que, par exemple, gros plans sur les mains ou les jambes des débatteurs à l'insu de ceux-ci, incrustation en médaillon de celui qui ne parle pas pour donner à voir ses réactions, etc.)⁵⁵

Comme l'explique Bourdieu, il n'est sans doute rien qui soit plus difficile d'accès que la quotidienneté politique car celle-ci, et plus que tout autre domaine du monde social, construit et impose « sa propre représentation d'elle-même : ceux qui en ont fait leur affaire sont passés maîtres dans l'art de la présentation de soi qui est une des conditions de l'accumulation de cette espèce particulière de capital symbolique qu'est le capital politique. »⁵⁶

Les analyse internes — et son cortège d'échantillons représentatifs et de sondages d'opinion — contribuent donc à construire et alimenter la « croyance magique » dont parle Lévi-Strauss et corollairement une vision *univoque* du débat, à la fois abstraite et irréaliste.

⁵² Aussi, des spécialistes en communication travaillent auprès des émissions afin de mieux préparer les suivantes et lutter également contre une certaine routinisation qui pourrait résulter de leur succès.

⁵³ CHAMPAGNE (Patrick), « Qui a gagné ?... », *op. cit.*, p. 17.

⁵⁴ Il est en effet de notoriété publique, comme le souligne Patrick Champagne, que les hommes politiques, tels des sportifs préparant une grande compétition, s'entraînent avant chacune de leur invitation sur un plateau, et cisèlent leurs « petites phrases », leurs arguments à l'intention de leurs adversaires afin de maîtriser des situations et des réponses faussement improvisées. Le fameuse formule sur le « monopole du cœur » reprise par Mitterrand à Giscard en 1981 (sur les conseils de Jacques Séguéla) en est un bon exemple.

⁵⁵ CHAMPAGNE (P.), « Qui a gagné ?... », *op. cit.*, p. 18.

⁵⁶ BOURDIEU (Pierre), « Penser la politique », *op. cit.*, p. 2.

Les débats comme prétexte à l'analyse interne

Aussi, les débats télévisés prennent sens moins en eux-mêmes que par le biais des commentaires en chaînes « pseudo-scientifiques » qu'ils suscitent *rétroactivement*. Journalistes politiques, politologues, responsables divers d'instituts de sondages, critiques de télévision, conseillers en communication, publicistes même, tous ont leur mot à dire et *produisent du sens* — tous ensemble — rétroactivement sur l'émission, interprétant à grand renfort de tableaux et de données chiffrées les prestations des différents protagonistes.⁵⁷

Et en définitive ces débats n'agissent plus que comme des *prétextes* nécessaires et propices à engendrer toutes sortes d'analyses internes qui, pour le coup, deviennent lieu réel de luttes symboliques tout à fait conséquentes, et qui dans la durée assurent le succès de l'émission (plusieurs jours après le débat elles occupent encore le devant de la scène médiatique⁵⁸).

La plupart des « politologues » recherchent dans le débat lui-même — par exemple dans le look des débatteurs, dans leurs gestes, dans les mots qu'ils ont prononcés, dans le nombre d'interruptions qu'ils ont provoquées, etc. — ce qui leur permet de désigner sans hésitation le « vainqueur » ou pour le moins « le meilleur », sans voir que ce sont leurs propres analyses et les dispositifs qu'ils installent autour du débat qui, au sens propre du terme, produisent « le gagnant » et le « perdant ».⁵⁹

Le débat qui est donc — politiquement — le plus « actif » est celui qui, à l'intérieur du champ politico-médiatique, est re-construit par les commentateurs. Et collectivement reconstruit à partir de séquences dé-contextualisées : les « petites phrases assassines » dont les interlocuteurs savent qu'elles seront mises en lumière et feront date.⁶⁰

L'essentiel du débat est donc *ailleurs*, et notamment aussi dans les usages des sondages d'opinion qui se sont imposés comme produits politiques majeurs — et dont on conteste parfois les modalités pratiques mais rarement le principe.

Pourtant, même « bien fait », le sondage, loin d'être la technique neutre que l'on donne à croire, est au contraire un instrument de lutte idéologique dont l'un des effets, en réactivant constamment la croyance à une « opinion publique » artificiellement fabriquée, est de contribuer à imposer comme allant de soi les règles du jeu politique, les enjeux légitimes, les questions qu'il importe de débattre et par rapport auxquelles les agents sont sommés de prendre position.⁶¹

Conclusion

Le débat télévisé apparaît comme un espace discursif où les débattants se rencontrent et se reconnaissent mutuellement afin de perpétuer sans cesse le capital symbolique (politique) qu'ils ont préalablement gagné — se rassurant ainsi quant à leur qualité de membre tout en produisant aussi une réalité politique et sociale en même temps que les moyens de la produire et de lui donner du sens ; car l'essentiel est ailleurs : et en particulier dans les commentaires en chaînes que les débats suscitent rétroactivement (presse, zappings télévisés, émissions spécialisées, etc.)

Pour exister politiquement, les hommes politiques sont donc contraints de marquer leur territoire, de se positionner identitairement dans cet espace de jeu.

⁵⁷ L'émission *France Europe Express* à ce titre est exemplaire puisque au cours de l'émission, tableaux, graphiques et sondages sur la prestation des invités, viennent alimenter le débat en direct.

⁵⁸ Scène médiatique par ailleurs culturellement très diversifiée. Car les commentaires occupent aussi le champ d'autres domaines que politiques : caricatures dans des émissions humoristiques, zappings, dessins dans *Paris Match*, etc.

⁵⁹ CHAMPAGNE (Patrick), « Qui a gagné ?... », *op. cit.*, p. 19.

⁶⁰ Les célèbres débats du passé entre Mitterrand et Giscard ou le débat entre Le Pen et Tapie par exemple, résonnent encore aujourd'hui dans l'imaginaire collectif pour ces *morceaux choisis*.

⁶¹ CORCUFF (Philippe), *La sociologie de Bourdieu*, *op. cit.*, p. 121.

Finalement, il s'agit bien plus pour ces derniers de s'employer à se *présenter*, à se confronter — positivement ou négativement — à l'image d'eux-mêmes que les analyses internes construisent, que d'essayer de convaincre l'interlocuteur ou le public de l'efficacité par exemple de telle ou telle réforme.

Il s'agit donc d'interroger, de « faire parler » les débats politiques télévisés en tant que résultat d'une relation interpersonnelle, « plurisubjectuelle », dans laquelle non seulement le sujet se (re)définit comme appartenant à une communauté donnée (il est un « joueur légitime » du « jeu politique »), mais aussi co-construit, avec les autres interlocuteurs, un univers référentiel commun qui produit du sens, confirmant ainsi l'intrication des pratiques linguistiques (ici les discours politiques médiatiques) et des autres pratiques sociales, avec l'idée que les discours ne sont ainsi ni dépendants ni indépendants de leur contexte de production, mais qu'ils construisent le contexte en même temps qu'ils le manifestent.

La réalité politique n'est pas une constante extérieure qui s'imposerait d'elle-même, mais bien une co-construction constamment *négociée*, et dont le sens est immanent au contexte dans lequel elle est construite.