

# Le traitement de la campagne électorale présidentielle

Débat organisé le 27 août 2002

**Dominique Gerbaud**

*Rédacteur en chef, La Croix*

## Introduction

Pour la première fois me semble-t-il, après une élection les médias ont été mis sur le banc des accusés. On a vu apparaître, dans les manifestations de l'entre-deux-tours, des banderoles sur le thème « médias coupables ». On a vu aussi que des étudiants des huit écoles de journalisme se sont réunis au lendemain de la campagne électorale et ont publié un communiqué adressé à l'AFP pour dire qu'ils ne se reconnaissent pas dans le traitement de la campagne électorale dans la presse nationale : c'est aussi une première.

Sans tomber d'une surprotection des journalistes à une auto-flagellation systématique, il est effectivement sain de se poser un certain nombre de questions sur la responsabilité des journalistes, en prenant bien soin de ne pas généraliser à l'ensemble des médias, et sans oublier, toutefois que la première des responsabilités dans le résultat final et dans le vote du 21 avril est celle des candidats. Si le candidat de la gauche a été pour la première fois dans l'histoire dépassé par un candidat d'extrême droite, il y a quand même d'autres raisons que la couverture de la campagne électorale par les médias.

Reste que cela a été un coup de semonce et un séisme dans nos rédactions, car nous n'avons rien vu venir. Même si, en regardant avec une loupe, on pouvait déceler dans la dernière semaine quelques intertitres, voire quelques titres, avec des points d'interrogation, sur la

montée du candidat du Front national qui aurait pu, peut-être, jouer un rôle au deuxième tour, très franchement, nous n'avons rencontré, nous journalistes qui couvrons la campagne électorale, aucun homme politique, aucun sondeur, aucun journaliste, aucun politologue pour nous dire que le Front national serait au deuxième tour.

Pourquoi n'a-t-on pas vu venir ce qui s'est passé ? Nous aborderons avec nos participants, au moins trois thèmes, puis le débat se chargera de multiplier les interventions et les angles.

Le premier thème est celui que je viens d'évoquer : pourquoi les journalistes politiques ne sont-ils plus capables de sentir et de prévoir un vote comme celui du 21 avril ? La presse est-elle hypnotisée par les sondages ? Ne sait-elle plus faire de l'investigation auprès de cette « France d'en bas » dont on nous rebat les oreilles ? N'est-elle pas trop parisienne ?

La deuxième partie de notre débat consistera à s'interroger sur le point de savoir si la presse ne se trompe pas dans sa manière de traiter du Front national ? Les règles d'égalité de temps de parole imposées à l'audiovisuel ne favorisent-elles pas, in fine, l'extrême droite ? Les journalistes n'ont-ils pas une gêne, une sorte de complexe, dans le traitement de l'extrême droite ?

Enfin, la presse n'a-t-elle pas tendance à trop traiter la politique, en général, de manière « people », c'est-à-dire de passer moins de temps à décortiquer les programmes des candidats et plus sur la gifle que François Bayrou a donné à un gamin, le ketchup que reçoit Lionel Jospin, etc. et la politique va-t-elle désormais être celle que veut bien traiter Michel Drucker en invitant Madame Chirac à « Vivement dimanche » ?

Pour le premier thème, interviendront Albert du Roy, ancien rédacteur de rédaction de France 2, actuellement journaliste indépendant et collaborateur de l'hebdomadaire *La Vie*, Emmanuel Kessler, rédacteur en chef adjoint de la radio BFM qui est beaucoup intervenu sur les ondes avant l'élection puisqu'il a commis un livre intitulé *Dans la folie des sondages*, paru chez Denoël, et Jean-François Bège, chef du bureau parisien de *Sud-Ouest* et président de l'association de la presse ministérielle.

Sur le Front national, interviendront Jean-Yves Camus, politologue et qui prépare un livre qui sortira bientôt aux Presses de Sciences Po, Patrice Turpin, qui a longtemps couvert le Front national pour France 3 et Marie-Ève Malouines de France Info, qui nous dira comment elle a traité le Front national et qui nous donnera son analyse sur l'attitude des journalistes face au Front national.

Pour le troisième aspect, Frédéric Haziza de Radio J et Maxime Drouet, membre de la Commission Jeunes-Médias du Conseil national de la Jeunesse nous livreront leur analyse.

Mais, dans un premier temps, nous avons demandé à Marc Francioli, médiateur de France 3, de nous faire une sorte de synthèse des éléments qu'il a pu recueillir, à France 2 et à France 3, auprès des téléspectateurs, en tant que médiateur, après les élections présidentielles.

### **Marc Francioli**

#### *Médiateur de France 3*

La base sur laquelle repose mon intervention est la suivante : il s'agit de critiques, de commentaires faits par les téléspectateurs de France 3 et recoupés avec le courrier que reçoit Jean-Claude Allanic, médiateur de France 2. Ces commentaires ne reposent sur aucune donnée scientifique, puisqu'il s'agit de ceux d'un panel auto-proclamé de téléspectateurs ayant effectué une démarche en direction des chaînes. Ces réactions n'ont pas vocation à synthétiser l'ensemble des réactions face à la couverture de la campagne pour l'élection présidentielle. On verra également que ces critiques correspondent bien aux deux phases de la campagne : l'avant premier tour et l'entre deux tours. J'ai éliminé de ces critiques toutes celles concernant l'insécurité puisque nous avons déjà eu un débat sur ce thème.

#### *L'avant premier tour*

Avant le premier tour, on constate deux critiques majeures : l'absence de débat et la projection vers une finale Chirac-Jospin.

#### *L'absence de débat*

Selon les téléspectateurs, les hommes politiques historiques ne le veulent pas. Un téléspectateur prénommé Michel résume bien la tonalité générale : il a vu plusieurs émissions de débats et « ce genre d'émission est toujours le même et en fin d'émission, nous ne retenons rien de concret, c'est du bla-bla, toujours du bla-bla, désolant, comment ne pas décourager les électeurs devant de tels intervenants ? » « Un débat pauvre, mais riche en hypocrisie », surenchérit Philippe. Martine, elle, fait une analyse un peu plus fine du comportement des candidats : « Quand les femmes et les hommes politiques parleront-ils le langage français de tous les jours et non celui de la langue de bois ou du jargon qui est celui de parler pour ne rien dire. On cause avec des mots larges, généraux, qui disent beaucoup mais ne signifient

rien de concret. S'il vous plait, vous, les journalistes, ne pouvez-vous pas nous représenter et provoquer les politiques en les obligeant à argumenter leurs débats avec des exemples concrets appuyés de faits réels ? » On voit bien ici que Martine esquisse la seconde critique sur l'absence de débat : « Vous, les journalistes, que faites-vous pour qu'il y ait un vrai débat politique avant le premier tour de la campagne électorale ? » La réponse donnée par Cécile est claire : « Vous ne nous offrez rien depuis vingt ans, des débats sans variantes, les mêmes duels organisés, les mêmes échanges stériles. » Un autre téléspectateur nous dit : « Nous avons, paraît-il, les meilleurs intellectuels, les meilleurs universitaires et vous ne les utilisez jamais pour débattre de l'avenir de la France. » Pour Jean-Michel, « si les journalistes ne posent pas les bonnes questions, c'est tout simplement parce qu'ils ne connaissent pas leurs dossiers : vous préférez faire vos choux gras des petites phrases, des anecdotes et, surtout, des "affaires", parce que, là, il y a du grain à moudre sans effort. Parler sérieusement de chômage, de santé, vous obligerait sans doute à regarder les Français vivre et, surtout, à travailler vos dossiers pour ne pas dire de conneries. Allez ! Vous êtes de connivence avec les politiques. Vous les fréquentez trop. » Certains font des propositions pour rénover le débat. Jean-Louis nous conseille de « supprimer les face à face qui se rapprochent davantage des arts martiaux, qui privilégient les coups médiatiques, les phrases chocs, les attitudes et oublient totalement les débats de fond ». Christophe nous dit : « Ne prenez que des invités prêts à répondre à toutes les questions de façon simple, thème par thème » et Gisèle poursuit en disant qu'au lieu de « couper la parole pour un oui ou pour un non, provoquez les politiques en les obligeant à argumenter. Ah ! Que l'on aimerait qu'une fois seulement, à la fin d'une logorrhée, le ou la journaliste dise : vous rendez-vous compte que ce que vous venez de dire est incompréhensible ? ».

Je crois pourtant que les téléspectateurs avaient un peu d'espoir dans les « petits » candidats car ils pensaient qu'ils amenaient le vrai débat et que les médias n'en ont rien fait. Jean-Claude résume bien la situation et il explique : « Pourquoi accordez-vous si peu de temps à ceux que vous appelez péjorativement les "petits" candidats ? Lorsqu'il nous arrive de les entendre, c'est un bain de fraîcheur. Bien sûr, ils savent qu'ils ne seront pas élus, alors ils posent les bonnes questions, soulèvent les vrais problèmes et, rien que pour cela, vous devriez les laisser s'exprimer, et même plus longtemps que les autres. En fait, vous sabotez notre premier tour. »

### *La projection vers une finale Chirac-Jospin*

Pour les téléspectateurs, les jeux étaient faits et nombreux sont ceux qui ont pointé une dérive : nous avions déjà décidé de la finale qui allait opposer Jacques Chirac et Lionel Jospin. Les critiques ont plu en masse

sur nous : « *C'est inacceptable de votre part de suivre comme un petit mouton la position choisie par l'ensemble des médias, à savoir donner et maintenir la première place sur la scène à Chirac et à Jospin. Je voudrais savoir si vous faites de l'information, de la désinformation ou de l'intox. Ce soir est apparu un sondage non pas sur les candidats du premier tour, mais un sondage que j'appellerais de la science fiction sur le deuxième tour et portant sur deux personnes : Chirac et Jospin, qui ne sont même pas encore candidats. Je suis scandalisé : vous avez déjà choisi les deux finalistes. On n'est pas en démocratie. Cessez donc de nous suggérer aussi fortement pour qui il faut voter : il n'y a pas que Chirac et Jospin* » « *Je m'indigne de la lente dérive vers une campagne des candidats du second tour...* », etc.

Avant le premier tour, la multiplication des sondages, non pas perçus comme la photographie d'un instant, mais comme un résultat acquis, agaçait déjà de nombreux interlocuteurs. Le résultat du premier tour a bien évidemment jeté le discrédit sur les instituts de sondages, mais les médias et France Télévision ont été vivement interpellés par l'exploitation journalistique qui en a été faite et la critique récurrente est qu'en faisant reposer toutes les analyses politiques sur les sondages, les journalistes ont failli à leur mission première qui consiste à regarder vivre la société, à la raconter au plus près des réalités et non pas à la mettre en chiffres et à la commenter à distance. Pour les plus sévères, les journalistes, qui fonctionnaient avec des repères contestables – les sondages – et leur connivence avec les pouvoirs en place, ont eu une attitude partielle : ils défendaient, en quelque sorte, leurs couleurs, oubliant toutes les autres composantes de la société. C'est ainsi que l'on voit apparaître une large critique de la marginalisation de Jean-Marie Le Pen, qui est aussi un élément important de l'avant premier tour.

### *L'entre deux tours*

Ensuite, l'entre deux tours a connu des sommets en matière de critiques. Pour simplifier et synthétiser les centaines de courriers reçus en cette période, je dirais que les médias, et parmi eux, la télévision plus que tous, sont les véritables responsables du résultat du premier tour pour les téléspectateurs. J'ai choisi de laisser de côté les réactions épidermiques, mais je vais vous lire un courrier écrit à deux mains par Corinne et Marina, deux étudiantes en troisième cycle et qui constitue assez bien une synthèse des critiques que nous avons reçues à l'occasion de cette campagne : « *Bien sûr, les deux facteurs cités de nombreuses fois par vos journalistes, à savoir la division de la gauche et cette classe politique stagnante présentant des candidats tellement semblables soi-disant, sont*

responsables du résultat du premier tour. Mais, j'ai quand même le sentiment profond que les médias télévisés ont joué un rôle capital dans les transferts d'électorat vers la droite nationaliste. Depuis deux mois, les journaux télévisés nous bassinent avec deux sujets qu'ils affectionnent particulièrement : le second tour de l'élection présidentielle et l'insécurité. Parler d'un second tour Chirac-Jospin était non seulement prématuré par définition, mais purement irresponsable. » Elles développent ensuite un long passage sur l'insécurité, puis concluent ainsi : « Que les médias gouvernent, c'est déjà énervant, mais qu'en plus ce soit des journalistes inconscients et parfois incompetents qui les orientent nous consterne. Prenez vos responsabilités dans ce qui s'est passé, ne dérapez plus si vous voulez tenter de regagner une once de crédibilité. Redevenez sérieux et réfléchissez : nous voulons de la réflexion et pas de l'émotion. »

Nous n'avons donc pas besoin d'auto-flagellation puisque beaucoup de téléspectateurs nous ont déjà beaucoup flagellés.

### **Pourquoi les journalistes n'ont-ils pas senti arriver le vote du 21 avril 2002 ?**

**Albert du Roy**

*Ancien directeur de rédaction à France 2, La Vie*

Notre profession connaît régulièrement, heureusement avec une fréquence relativement faible, de grands accidents professionnels. Tout le monde a en tête l'exemple de Timisoara, qui est celui qui, dans le passé, a le plus frappé les esprits. Chacun de ces grands accidents professionnels fait l'objet, dans la profession, mais aussi avec les lecteurs, les auditeurs et les téléspectateurs de tous ordres, de réflexions. Pendant un certain temps, de la même manière que lorsqu'en voiture on rencontre une voiture accidentée avec des corps allongés sur la chaussée, on conduit beaucoup plus prudemment pendant quelque temps, la profession fait attention, puis au bout d'un certain temps, l'accident est oublié et elle reprend ses mauvaises habitudes. C'est quelque chose qui, me semble-t-il, n'est pas propre à la profession journalistique.

D'autre part, il a été dit tout à l'heure que les principaux responsables n'étaient pas les médias mais les candidats : en fait, ce sont surtout les électeurs !

Les médias n'ont pas réussi à prévoir ce qui allait se passer C'est vrai. Mais si, avant d'attendre des médias qu'ils nous disent ce qui va se passer, on exigeait d'eux qu'ils nous disent ce qui est : ne pas avoir la prétention intellectuelle consistant à dire que, étant donné ce que nous

savons, voilà ce qui va se passer, d'abord réussir à faire correctement ce que l'on attend d'eux, c'est-à-dire rapporter ce qui se passe.

Concernant les sondages, tout le monde est d'accord pour dire qu'ils sont beaucoup trop nombreux dans la presse en général, et ils l'ont particulièrement été, avec des conséquences graves, lors de la dernière campagne présidentielle. Il faut se demander pourquoi ils ont pris une telle importance dans la presse, et pas seulement à la télévision. Il y a certainement plusieurs explications, mais j'en donnerai une qui est que les sondages coûtent cher et que le média qui le commande veut que chaque sondage constitue un événement par rapport au sondage précédent et il veut le rentabiliser : lorsqu'un candidat ou un parti monte de 1 %, on dit « il monte de 1 % », alors que 1 %, en plus ou en moins, cela n'a aucune valeur statistique. Il faut également le rentabiliser d'une autre manière : on sait très bien que l'enquête approfondie sur tel programme, sur tel candidat, sur les réalisations de tel maire ou tel député, demande du temps et de la compétence ; le temps et la compétence se paient cher si on veut que ce soit vraiment au bon niveau. Le sondage, même à 9 000 F la question, est beaucoup moins cher qu'une enquête sérieuse dans la France profonde, voire au bout du monde lorsqu'il s'agit d'actualité internationale. Comme les médias sont actuellement dans une phase où l'on serre les cordons de la bourse, on va au moins coûteux, au plus facile, on a des journalistes qui ne sont pas toujours suffisamment formés. Il y a trop peu de compétences dans les rédactions parce que celles-ci se payent ; il y a trop peu de temps consacré aux investigations parce que celui-ci se paye ; il y a trop peu d'envoyés spéciaux parce que le voyage se paye. Le sondage n'est pas cher, facile et... peut rapporter gros si l'on ne se trompe pas ! Là, ils se sont trompés.

Concernant le fait de savoir si les journalistes ne seraient pas trop éloignés du peuple, je défends depuis très longtemps la thèse selon laquelle l'un des grands défauts de la profession est que le journalisme a été instauré comme le « 4<sup>e</sup> pouvoir » : si les médias ont du pouvoir, ils ne sont pas « un » pouvoir, ils doivent être un contre-pouvoir, sinon, ils manquent à leur devoir fondamental qui est d'être dans la fosse d'orchestre entre le public et les pouvoirs. Il ne faut pas s'étonner qu'étant montés sur la scène, en grande partie à cause de la notoriété télévisuelle et de la spectacularisation du journalisme, le prétendu « 4<sup>e</sup> pouvoir » subisse le sort et la défaveur des trois autres. Il est vrai qu'il y a un décalage entre le peuple, qui constitue nos lecteurs, nos auditeurs et nos téléspectateurs, et les pouvoirs, décalage auquel contribuent les médias. Cela étant, dans la dernière campagne électorale, ce sont les médias qui ont mis en avant le thème de l'insécurité – on le leur a suffisamment

reproché ! Il y a là quelque chose de positif et quelque chose de négatif. Il est vrai que les politiques ne percevaient pas à quel point, à tort ou à raison, ce thème était présent dans la vie quotidienne de beaucoup de gens, sous une forme ou sous une autre. En parler était une façon d'imposer à la classe politique le traitement d'un sujet compliqué, surtout si l'on veut le traiter sérieusement. En revanche, comme les thèmes de l'insécurité sont aussi commercialement rentables, il fallait en parler parce que c'était une préoccupation populaire, mais il fallait d'autant plus en parler que c'était commercialement rentable : il y a eu là une sorte de dérapage, de recherche de l'auditoire, qui a considérablement accentué le phénomène de perception de l'insécurité.

Le journalisme est-il trop parisien ? C'est peut-être vrai pour le journalisme politique, mais je crois que les mésententes ou les incompréhensions sont aussi fortes dans les médias de proximité géographique que dans les médias généralistes. Je n'ai donc pas le sentiment que le parisianisme des journalistes soit une réalité. Le journalisme politique l'est un peu trop, mais il est surtout trop élitiste, à cause de cette connivence sociologique existant entre les journalistes qui couvrent la politique et la plupart de ceux qui exercent la politique.

## Jean-François Bège

*Editorialiste à Sud Ouest*

J'ai essayé de faire retour sur cette période électorale pour me rappeler comment les choses se sont passées. Ce qui m'a frappé, c'est à quel point elle a été proche d'un phénomène dont on a dit qu'il était aussi important par certains côtés que l'effondrement du Mur de Berlin : le 11 septembre. C'est quelque chose qu'il ne faut jamais oublier : on a été dans une période marquée par la violence politique, globale et mondiale, et aussi une violence au quotidien.

La différence de perception entre les journaux parisiens et les journaux régionaux se situait peut-être dans la prise en compte de la souffrance sociale. Il nous arrivait beaucoup d'informations sur la souffrance sociale des Français et sur un certain malaise, une sorte de désorganisation des entreprises dans la dernière phase de mise en application des 35 heures et nous avions aussi beaucoup de courrier sur le désaveu et le rejet des politiques. Lorsqu'on se tournait vers les analyses plus politiques ou vers les sondages pour savoir comment cette souffrance sociale allait se traduire, la réponse était, en général : « *On ne sait pas mais, vous allez voir, Laguillier va faire un gros score...* » Il y avait déjà un courant extrémiste, mais ce n'était pas tout à fait le courant Le Pen qui était décelé.



Dans les médias, on avait tendance à penser que Le Pen était fini et on voyait monter une extrême-gauche dont on pensait qu'elle aurait un rôle important. Finalement, tout cela ne pesait pas beaucoup au regard des analyses que nous fournissions nos deux sources principales. Il se trouve qu'au moment de l'élection, on sortait d'une période de cohabitation de cinq ans : les interlocuteurs de tous les jours des journalistes sont l'Élysée et Matignon ; quand il y a cohabitation, on les voit tous les deux, en permanence. Pendant la période pré-électorale, chacun nous disait comment il allait battre l'autre et nous avions l'impression qu'il n'y avait qu'eux dans le débat. Nous avons vu arriver avec satisfaction les « petits » candidats en pensant que nous allions enfin parler d'autre chose, puis nous avons évoqué un, puis plusieurs « troisième homme » – Chevènement, Bayrou... et même Arlette Laguillier. Tout cela a créé un contexte qui a fait que nous sommes passés à côté de la persistance et de la prégnance du Front national qui, effectivement, était relativisé par le nombre d'abstentions, par l'éparpillement des voix à gauche, etc. Nous n'avons pas vu, ou nous avons refusé de voir.

Pour vous donner une anecdote personnelle, j'enseigne le journalisme au Centre de perfectionnement des journalistes. J'ai un groupe de travail et l'une de nos activités, comme dans toutes les écoles, consiste à faire des études à blanc, des « journaux-écoles », et un mois avant les élections nous avons fait un « numéro zéro » dont la Une était : « *Et si c'était Le Pen ?* ». Nous étions très contents de nous parce que cet exercice était réussi mais, sortant de l'école, je n'aurais pas eu l'idée de faire ce titre dans mon propre journal ! Cela avait l'air d'un exercice ! Et je me suis demandé ensuite pourquoi nous avons pu faire tout cet exercice, à partir d'un raisonnement argumenté, et pourquoi cela ne s'est pas vu dans nos articles. C'est presque de l'ordre de la psychanalyse : nous nous sommes dit que si nous nous mettions à écrire des choses comme cela, on allait nous accuser de faire la pub du Front national, etc. Finalement, nous n'avions d'ailleurs pas d'éléments objectifs nous permettant d'écrire cela ; ce ne pouvait être que de l'ordre de l'intuition : je l'ai eu le temps d'un exercice, mais je n'ai pas pensé que mon intuition était suffisamment sérieuse pour être poursuivie dans mon journal, communiquée à d'autres confrères, etc. Comme tout le monde, j'ai été très surpris le 21 avril.

Après, on a refait l'histoire, tant bien que mal. Pour ma part, je ne crois pas à l'explication par le parisianisme des journalistes, le refus d'appréhender la souffrance sociale... Le journalisme est un métier public que l'on ne peut pas exercer si l'on n'écoute pas son public, surtout dans

la presse régionale où on a des remontées extrêmement rapides : une erreur, un titre faux, une fausse information fait tout un pataquès dans les deux jours ! On sent à peu près ce que sont les réactions de notre région. D'ailleurs, nous ne sommes pas démentis par les votes. Au moment de Maastricht, nous avons senti que ce serait très juste, mais nous n'avions pas prévu que l'Aquitaine voterait « Non ». Il était très difficile de dire si cette perception d'une souffrance sociale et d'un malaise allait profiter à l'extrême droite ou à l'extrême gauche.

Concernant le parisianisme, j'ai une conception que j'essaie d'enseigner à mes élèves : je leur dis de se méfier beaucoup des gens qui leur disent de n'être pas parisiens, de ne pas saucissonner avec les hommes politiques, etc. : ceux qui disent cela sont généralement très à l'aise, assis sur leur fauteuil dans leur bureau et font du journalisme en chambre. L'information s'obtient en allant au contact : il faut s'approcher pour s'informer et se reculer pour s'informer ; c'est dans ce va-et-vient que l'on fait de l'information de qualité. Il faut être près de son lecteur lorsqu'on écrit et près de sa source lorsque l'on s'informe. Il n'y a plus beaucoup de conférences de presse et le journaliste n'a plus beaucoup d'occasions d'interpeller un homme politique, de lui poser une question, en dehors d'un studio de télévision où l'on est déjà à l'intérieur d'un show presque scénarisé. On n'a pas de lieu où la presse puisse demander à un ministre de venir expliquer à ses électeurs tel ou tel point de sa politique. Ce type de lieu n'existe pas. Il y a des plateaux de télévision sur lesquels les jeux sont parfois un peu complaisants : le 14 juillet 2001, certains journalistes étaient mal à l'aise sur certaines questions financières et avaient du mal à interroger Jacques Chirac sur d'autres questions financières, etc. Cela n'est pas bon, et c'est un peu pour cela que les journalistes donnent cette impression, mais ce ne sont jamais que des journalistes de télévision et, comme le dit Albert du Roy, il n'y a pas véritablement de « 4<sup>e</sup> pouvoir » en ce sens que les journaux sont encore, heureusement, indépendants les uns des autres, alors qu'un pouvoir supposerait une organisation, un organigramme, alors qu'il n'y a pas encore de chef d'orchestre clandestin des médias !

## **Emmanuel Kessler**

*Rédacteur en chef adjoint de la radio BFM*

Vous retrouverez dans mes propos une partie de ce qui a été exposé dans les témoignages de téléspectateurs, avec parfois une certaine agressivité quant au travail des journalistes et à la critique que l'on peut formuler à leur égard, mais qui fait aussi oublier que nous demeurons

dans un pays où la presse est foisonnante, qu'il est toujours un peu réducteur de dire « les » médias, qu'il y a plutôt « des » médias, « des » journaux, que chacun fait son travail différemment et qu'il y a une grande liberté du lecteur d'aller choisir le titre dans lequel il pourra le mieux s'informer.

Concernant l'utilisation des sondages pendant la campagne présidentielle, 2002 a été marquée, de manière encore plus spectaculaire qu'en 1995, par l'effet de surprise sur cette élection. On pourrait d'ailleurs relativiser le traumatisme en disant que la surprise, en matière électorale, c'est finalement plutôt une bonne chose, un gage de bon fonctionnement de la démocratie. En effet, cela signifie que les choses ne sont pas écrites d'avance et que, lorsque les électeurs se prononcent, ils exercent un pouvoir et il y a un acte électoral fort qui change la donne : même si c'est désagréable le 21 avril, c'est d'une certaine façon positif parce que c'est imprévisible.

Il n'empêche que, effectivement, personne n'a rien vu venir du résultat de l'élection du 21 avril et qu'il faut se demander pourquoi. Mon sentiment est que l'une des raisons de l'incapacité dans laquelle ont été les politiques eux-mêmes, les politologues aussi éminents soient-ils, les journalistes, d'anticiper non pas le résultat – on ne peut pas leur demander de dire ce qui va se passer – mais d'entrevoir ce qui pouvait se passer, est la sur-valorisation, l'hypertrophie médiatico-politique des sondages et, particulièrement, des sondages d'intention de vote pendant toute la durée de la campagne électorale.

En effet, si l'on se projette un an en arrière, à la rentrée 2001, c'est l'émergence du débat sur le « 3<sup>e</sup> homme ». François Bayrou tente d'incarner celui-ci en arrivant à l'Université d'été de l'UDF avec la musique du film. Puis, c'est la candidature de Jean-Pierre Chevènement qui émerge dans les sondages : durant l'été, il passe dans les sondages de 3 à 7 % et, compte tenu de ce mouvement, il va bénéficier d'une couverture médiatique exceptionnelle, qui fait que l'on considère que c'est lui le « 3<sup>e</sup> homme ». Dans le même temps, Jean-Marie Le Pen reste à un niveau élevé mais plutôt stable, et paraît, pour toutes les raisons qui ont déjà été évoquées ici, en perte de vitesse ; il est médiatiquement ignoré. Les choses se corrigeront petit à petit, mais très tardivement et, même si c'est un journal souvent critiqué, *Le Monde* a plutôt tiré la sonnette d'alarme sur l'état du Front national et le fait qu'il fallait bien voir qu'il n'avait pas disparu du paysage politique.

Sur la base de ces sondages d'intention de vote, toute la lecture politique de la campagne s'organise sur la recherche du « 3<sup>e</sup> homme », corrélativement au caractère complètement inéluctable d'un duel Chirac-

Jospin et tous les politologues expliquent que la particularité de l'élection de 2002 est l'absence de suspense pour le premier tour et l'incertitude maximale sur le deuxième tour : c'est la grille d'analyse uniforme de cette élection présidentielle, il y a un an et très tardivement dans la campagne, pratiquement jusqu'au premier tour, au point que l'on disait que si l'on voulait comparer ce scrutin à un scrutin précédent, le seul qui lui ressemblait un peu était celui de 1981 où, jusqu'au dernier moment, on ne pouvait pas savoir qui, de Giscard ou de Mitterrand, serait élu.

Cette lecture va perdurer jusqu'au bout et on voit bien qu'elle est basée essentiellement sur les phénomènes des sondages. La principale critique que l'on peut adresser à ceux-ci est qu'ils construisent la fiction du second tour avant que le premier tour ait lieu : que signifie un questionnement sur un second tour d'élections présidentielles alors que les personnes interrogées ne peuvent pas avoir intégré les résultats du premier tour et que l'on sait très bien que ces derniers influent de manière non négligeable sur le comportement électoral du second tour

La question qui se pose est celle du statut du sondage d'intention de vote. Je pense que, jusqu'à une période extrêmement proche de l'élection, c'est davantage une « humeur » de vote qu'une intention de vote qui s'exprime dans le sondage. Je n'insisterai pas sur les aspects techniques qui peuvent être ennuyeux, mais la question qui se pose le plus fréquemment aux instituts de sondage est le refus de répondre aux enquêtes d'opinion : on considère qu'en moyenne un tiers des personnes sollicitées refusent de répondre, autrement dit, derrière la méthode scientifique du sondage, il y a une déclinaison pragmatique et empirique qui devient extrêmement compliquée et qui fait que si le résultat du sondage n'est pas absurde et repose sur des principes scientifiques, il demande à être relativisé bien davantage. Au-delà des questions techniques, le principal problème est que les sondeurs, les politiques et les médias ont eu tendance à faire du sondage d'intention de vote non pas un instrument d'observation utile mais fragile des grandes tendances politiques, mais un outil de légitimation des candidatures, un pré-vote ou un verdict avant l'heure. C'est parce que Jean-Pierre Chevènement « décolle » dans les sondages qu'il a une visibilité médiatique exceptionnelle : on considère que, puisqu'il est fort dans les sondages, il a le droit à des couvertures, à des interviews à la télévision, beaucoup plus importantes par exemples que François Bayrou qui, pourtant, va finir le 21 avril avec un score d'1,5 point supérieur au sien. De même, s'il n'y avait pas eu la campagne officielle qui a permis à Besancenot d'émerger et d'être connu des électeurs parce qu'il avait le même temps

de parole que les autres candidats, les médias ne lui accordaient pas de légitimité parce que les sondages le situaient à un niveau extrêmement bas : c'est vers la toute fin de campagne, lorsqu'il y a la campagne officielle, que Besancenot commence à empiéter sur le terrain d'Arlette Laguillier. Cela pose d'ailleurs la question de cette règle complètement « ringarde » de la campagne officielle qui a beaucoup empoisonné les chaînes de télévision et qui consiste à donner le même temps de parole à tous les candidats : on aurait tendance à avoir envie de s'en débarrasser rapidement, mais il faut bien voir que cette règle a permis qu'un véritable jeu démocratique puisse se développer avec une égalité de chances pour chacun des candidats.

L'univers médiatico-politique fait des sondages un élément de légitimité. Par exemple, dans les élections partielles ayant lieu ici ou là, le choix des candidatures à l'intérieur des partis se fait souvent sur la base d'un sondage. Dans une récente interview, un sondeur déclarait : « *Lorsqu'un parti nous demande de travailler dans une ville ou une circonscription, c'est le sondage qui fait foi : le sondage devient coupé et le sondeur, un juge de paix.* » Compte tenu de la fragilité du sondage, l'utilisation de celui-ci comme un « vote avant l'heure » relève de la mystification et le sondeur lui-même ne devrait pas accepter ce genre d'exercice, sauf à se livrer à un abus de pouvoir. Nous, journalistes, pour des élections nationales, devons être beaucoup plus vigilants quant à l'interprétation du sondage comme d'un vote avant l'heure parce qu'il ne peut absolument pas être cela.

On a donc une sur-valorisation des sondages, du fait que l'on donne à l'outil une importance qu'il ne devrait pas avoir. Alors que c'est un outil d'observation de tendance, on lui donne une fonction de juge ou de vote, et c'est l'une des raisons principales pour lesquelles nous n'avons pas vu ce qui allait arriver : nous nous sommes focalisés sur une lecture indexée sur les sondages. Au-delà de la critique ou de l'auto-critique, il faut avancer pour l'avenir. Pour redonner aux sondages la place qui devrait être la leur dans une démocratie, c'est-à-dire non pas quelque chose considéré comme le jugement de l'opinion qui devrait induire autant de conséquences qu'un vote réel, mais comme un indicateur parmi d'autres des mouvements d'opinion, il faut d'abord travailler à une modification de la présentation des sondages, de façon à ce que cette présentation reflète davantage leur fragilité et leur caractère approximatif. Cela veut dire qu'il faut essayer de publier davantage les chiffres des différents candidats à l'intérieur de « fourchettes ». Cela commence à se faire : entre les présidentielles et les législatives, il y a eu de la part d'un certain nombre d'instituts un changement du mode de

présentation des sondages. De même, les sondeurs ont davantage insisté sur ce qui est certainement le chiffre le plus important dans une enquête : le nombre des indécis.

Pour la presse, il faudrait également faire régulièrement des moyennes reprenant l'ensemble des sondages des instituts, et pas seulement celui que l'on commente : chaque journal a évidemment intérêt à présenter « son » sondage comme « le » seul sondage valable, en oubliant tout ce qu'il y a à côté.

Même si je sais que c'est un point assez difficile, il faut s'interdire de faire des sondages de second tour avant que le premier ait eu lieu, ce qui nous aurait évité d'avoir, pratiquement pendant cinq ans, des sondages simulant un second tour entre Jacques Chirac et Lionel Jospin qui, malgré tout, ont eu un effet démobilisateur sur l'électorat.

Enfin, il faut essayer de relativiser le poids des sondages d'intention de vote ou des sondages de popularité, par rapport à d'autres types d'indicateurs qui sont aussi importants pour comprendre les évolutions d'une société : ce peuvent être des sondages thématiques, des études qualitatives sur le sentiment des Français par rapport à leur avenir des reportages, qui ne résument pas la perception que l'on peut avoir du climat politique au sondage « course de chevaux », comme disait Jacques Fauvet qui représentait la tradition « anti-sondages » au *Monde*. Les grandes enquêtes menées dans *Libération* et dans *Le Monde* sur le fait que la réduction du temps de travail avait peut-être été davantage un boulet qu'un atout pour Lionel Jospin dans sa campagne électorale ont eu lieu plutôt après le premier tour qu'avant : on peut se demander pourquoi car, avec le même travail effectué avant le premier tour, on aurait peut-être pu percevoir qu'il y avait une fragilité dans l'électorat de Lionel Jospin, notamment dans les milieux populaires.

Au-delà de la question des sondages et des enquêtes, il faut davantage être attentif à ce qui se passe dans une campagne électorale. On pourrait risquer l'hypothèse que ce qui émerge dans une campagne, même si celle-ci était plus pauvre que les autres, c'est un thème dominant autour duquel s'organise la campagne à la fois dans son débat et dans sa théâtralité : en 1995, c'est le thème de la fracture sociale et, en 2002, c'est le thème de l'insécurité ; en 1995, c'est Jacques Chirac qui impose ce thème de campagne et, en 2002, c'est encore lui, et j'ai le sentiment que le gagnant de l'élection présidentielle est celui qui réussit à imposer le thème autour duquel va s'organiser la campagne. De ce point de vue, il me semble que dans les moments clés de cette campagne électorale, tout autant que l'ont été les fameux propos de Lionel Jospin sur Jacques Chirac dans l'avion – « fatigué, vieilli, usé... » –, il y a eu un autre échange

entre eux, par médias interposés : au soir de sa candidature, Lionel Jospin reconnaît « avoir pêché par naïveté concernant la sécurité » et Jacques Chirac lui répond, vingt-quatre heures après au cours d'un meeting que « la naïveté n'est pas une erreur mais une faute » ; il s'est joué là quelque chose prouvant que Jacques Chirac avait pris l'ascendant sur son adversaire sur le plan de la thématique dominante de la campagne.

Nous avons été incontestablement trop attentifs aux sondages. Jusqu'à une période récente, les sondeurs ont été trop dogmatiques dans la manière de livrer leurs productions. Aujourd'hui, nous aurons sans doute d'autres instruments de mesure et d'appréhension de la réalité qui nous permettront, non pas de prévoir ce qui va se passer, mais d'être plus ouverts dans la description des scénarios possibles.

## La presse et le Front national

Marie-Ève Malouines

*France Info*

Chaque média a traité la campagne de manière différente, mais je pense que les radios sont les médias qui ont fait le plus d'efforts.

La première chose que j'ai ressentie est une approche ludique de cette campagne, de la part des journalistes, comme des électeurs. Les électeurs se sont amusés au premier tour et on n'a jamais autant entendu dire : « Je vais voter X au premier tour, mais je voterai pour Jospin au second », et c'était la même chose pour les électeurs de droite. Je pense que cette élection était considérée comme la fin d'un cycle et que la question n'était pas de savoir qui allait avoir les manettes pendant cinq ans, mais de savoir qui allait clôturer le cycle et l'emporter. Cela amusait tout le monde et, finalement, on oubliait totalement Jean-Marie Le Pen, qui a toujours fait des bons scores aux élections présidentielles. Le débat ne démarrait pas et les journalistes politiques se sont ennuyés à mourir dans cette campagne : nous suivions meeting sur meeting mais il ne se passait rien, nous attendions impatiemment que cela démarre, on ne sentait rien, et nous nous tournions vers les sondages. Bien que le thème de l'insécurité ait été lancé, il n'y a pas eu de polémique sur l'insécurité, mais seulement un « thème ». Jean-Marie Le Pen, qui avait toujours été très fort sur ce thème, n'avait rien à dire et on l'a traité du point de vue journalistique comme on le traitait auparavant, en cherchant à démontrer qu'il était raciste, xénophobe, qu'il utilisait l'insécurité et l'immigration à des fins électorales alors qu'il ne disait pas du tout cela : toutes ses interviews étaient extrêmement soft, refusant de rentrer dans cette logique-là, et son électorat se construisait tout seul.

Les médias sont toujours gênés pour « traiter » Le Pen : on ne sait toujours pas comment le faire. Faut-il lui donner la parole en essayant de le contrer ? On le pose en victime. Faut-il l'ignorer ? Mais il finit toujours par avoir des électeurs : on l'a pas mal ignoré avant ces élections présidentielles et il est quand même revenu. Nous étions contents de sa rupture avec Mégret, nous supposions qu'il était vieux, et nous ne le traitions pas. Il arrive à la présidentielle, on est obligé de le traiter en termes d'égalité avec les autres candidats et là, il y a un problème, ils sont seize ! Dans une radio, cela signifie que dans les derniers quinze jours, si l'on donnait une minute d'antenne à un candidat, il fallait donner une minute aux quinze autres : dans des journaux de 7 mn... il faut les trouver, matériellement ! On ne peut pas faire des journaux plus longs que leur durée et donc, on en parle moins : l'élection présidentielle, dans les dernières semaines, a été traitée en termes quantitatifs et non qualitatifs. Cela a permis à des candidats nouveaux, comme Besancenot, d'apparaître avec un discours de nouveauté sans avoir le temps de déplaire : ils ont séduit et ils n'ont pas déçu puisqu'on est arrivé tout de suite à l'élection.

D'autre part, il y avait aussi le complexe de la droite et de la gauche à parler du Front national. Le Pen n'attendait qu'une chose, que Jacques Chirac parle de lui : il ne l'a donc pas fait. À gauche, il y avait le précédent de 1988 avec les 35 députés Front national et le précédent des triangulaires de 1997.

Il y a une approche franco-française de l'extrême droite. On parle du Front national mais, dans toute l'Europe, il y a une montée des mouvements nationalistes mettant en cause les partis classiques au pouvoir. Bien souvent, dans de nombreux pays, ces partis au pouvoir, socio-démocrates ou conservateurs, ont exercé le pouvoir en même temps : on ne peut pas dire aux gens que l'on gouverne pendant cinq ans ensemble et que l'on gère très bien les affaires du pays, pour dire quand on en sort des choses totalement différentes. Quelque chose n'est pas du tout cohérent pour l'électeur.

Je conclurai avec une anecdote sur la « science » des journalistes politiques. Avec des confrères, le samedi précédent le premier tour, nous avons fait un petit jeu en oubliant les sondages et nous nous sommes demandé ce qui allait se passer. Objectivement, le thème de l'insécurité, le 11 septembre qui a donné un sentiment mondial d'insécurité, appellent un réflexe de recherche de repères : celui qui offre des repères, bons ou mauvais, c'est Le Pen ; nous avons donc pensé que Le Pen ferait un très bon score, de l'ordre de 15 %. D'autres ont dit qu'il y avait aussi un éparpillement des voix à gauche : Besancenot monte, Taubira plaît pas



mal... Nous avons conclu à cela, sauf que nous avons 1 et 1, mais nous n'avons pas mis le + et personne, ce soir-là, n'a envisagé que Le Pen soit au second tour. L'erreur porte sur 1 %, sur moins de 200 000 voix et c'est cette erreur-là que nous avons tous fait.

## Patrice Turpin

France 3

J'ai été amené à suivre le Front national, il y a un ou deux ans, parce que plus personne dans la rédaction n'avait envie de le faire. À l'époque, il vivait un peu après la scission avec Mégret, Le Pen avait vieilli et on ne pensait plus qu'il puisse faire de très gros scores. Ce n'est pas un parti très facile à suivre car, qu'on le veuille ou non, ce n'est pas un parti comme les autres : il y a toujours une pression quasiment quotidienne, des militants comme de Jean-Marie Le Pen lui-même, qui fait que c'est très épuisant nerveusement. En revanche, c'est agréable car, contrairement au PS ou à l'UMP avec lesquels on n'a pas le droit de faire de conférences de presse ou de poser des questions, avec le FN on a toujours un grand nombre de sujets de reportages possibles, on peut poser toutes les questions que l'on veut – quitte, éventuellement, à prendre des coups !

Je trouvais intéressant d'aller à l'intérieur de ce parti qui est très électoraliste : il ne vit que lors des élections. Depuis 1995, mises à part les élections municipales de 2001 qui sont des élections particulières, très locales, on n'avait pas beaucoup d'indications sur l'état des forces du Front national depuis la scission avec le MNR. Ce qui m'intéressait, c'était la manière dont fonctionnait le Front national, les raisons pour lesquelles 15 % de la population pouvait concevoir Jean-Marie Le Pen comme un chef et comment décrypter ce parti qui fonctionne avec ses aléas, dans lequel Jean-Marie Le Pen est omnipotent.

Durant ces quelques mois de campagne, il y a eu des hauts et des bas puisque, à deux ou trois reprises, et même pendant toute une semaine Jean-Marie Le Pen a refusé de répondre à mes questions après un petit clash qui s'était produit à Bruxelles quand il avait refusé d'organiser une conférence de presse sur le fait qu'il voulait retirer la France de l'Europe – je lui avais demandé s'il s'était dégonflé et il m'avait répondu que ce n'était pas son habitude et que, d'ailleurs, si je posais ma caméra, il allait me le montrer. Quotidiennement, il essaye de vous intimider. Pendant une semaine, je n'ai pas pu lui poser de questions, ce qui n'est pas facile car dans ce cas, il faut faire les sujets avec les questions et les angles des autres. Ensuite, nous nous sommes également accrochés sur la question de la torture en Algérie...

Ce n'est pas un parti très facile à suivre. Il est vrai que c'est un excellent orateur : quand on le voit pour la première fois discuter pendant 1 h 30 ou 1 h 45, debout, sans notes, c'est un spectacle assez impressionnant ; ensuite, quand on l'a vu huit ou dix fois, on se rend compte que c'est toujours la même chose, mais on est toujours tenté de « remettre » du Jean-Marie Le Pen, avec ses traits d'humour toujours assez cinglants, etc. La vraie question que l'on devrait se poser est celle de savoir s'il ne faudrait pas traiter les autres partis comme on traite le Front national, en les décodant, en faisant du « entre dedans ». On m'a confié le Front national, voilà ce que j'ai essayé de faire, mais je pense que j'aurais essayé de faire la même chose si on m'avait donné l'UMP ou le PS, avec les problèmes de communication que cela engendrerait.

## Jean-Yves Camus

*Politologue*

J'ai pratiquement autant de griefs à faire à ma propre profession qu'à celle de journaliste parce que, nous aussi, nous n'avons pas vu arriver Le Pen au second tour. Ceci étant, nous n'avions pas, pour autant, mésestimé le score de Le Pen et je vais m'expliquer sur ce qui peut apparaître comme un paradoxe. Nous avions des fourchettes avant le premier tour qui nous donnaient Le Pen à 12 ou 13 %. Sachant comment sont faites, scientifiquement, les estimations du vote pour Le Pen, avec des redressements absolument invraisemblables, nous savions que c'était déjà beaucoup. Sachant que l'on a un taux de sous-estimation moyen de 2 à 3 %, d'élection en élection, entre les fourchettes d'avant premier tour et les résultats finaux, nous étions quelques-uns à être persuadés que Le Pen ferait, en termes de pourcentage, au moins aussi bien qu'à la présidentielle de 1985 et qu'à la législative de 1997, soit, de toute évidence, plus de 15 %. Ce que nous n'avions pas vu, c'est le reste : le score médiocre du Président sortant, le score mauvais du candidat Jospin, la multiplicité des candidatures et l'éparpillement qui en découle et le taux d'abstention. C'est ce cocktail qui amène Le Pen au second tour mais, sur le fond, nous ne nous étions pas trompés sur ce qui paraît le plus important, à savoir que depuis 1988, de façon continue, l'électorat du Front national augmente en pourcentage, ce qui est une chose, mais aussi, ce qui me paraît beaucoup plus grave, en nombre de voix : on oscille tout le temps entre 4 millions – plancher 1988 – et 5,5 millions. Ce n'est pas une courbe qui ressemble à un pic des Alpes, mais c'est plutôt un gros faux plat qui, perpétuellement, se consolide et qui, de surcroît, se consolide avec quelque chose de particulièrement intéressant qui est le rapport

changeant entre ce que l'on appelle, en sciences politiques, l'électorat « noyau » et l'électorat « zappeur ».

L'électorat « zappeur » est celui de ceux qui, d'élection en élection, dans le temps ou par type d'élection, change ou butine d'un candidat et d'un parti à l'autre. L'électorat « noyau » est celui qui, métronomiquement, à tous les niveaux d'élections, municipales, cantonales, régionales, législatives, européennes, présidentielles, renouvelle son vote soit en faveur du candidat Le Pen, soit en faveur du Front National. On constate que l'électorat « noyau » se consolide pour toutes les formations d'extrême droite et on a un peu trop tendance à penser que cet électorat n'est qu'un électorat protestataire. En effet, c'est un électorat qui n'a pas une vision extrêmement complexe de la politique, mais c'est quand même un électorat qui sait pour quoi il vote : il faut bien se persuader que, de plus en plus, même s'il se détermine sur des items extrêmement simples – contre des élites, contre l'Europe, contre l'immigration... – l'électorat « frontiste » a en tête un certain nombre de sujets clés qui déterminent de façon constante son vote et il n'est pas prêt d'en décrocher.

En revanche, comme les journalistes, les politologues avaient « décroché » du Front national depuis la scission de décembre 1998-janvier 1999, depuis le Congrès de Marignane de la mi-janvier 1999 qui fonde le Mouvement national, devenu MNR. Ainsi, en septembre 1999, se tient à Rennes le Congrès biennuel de l'Association française de Science politique avec pour thème central « Les populismes d'extrême droite en Europe » dont les actes paraissent en 2001, non pas chez l'éditeur habituel, les Presses de la Fondation nationale de science politique, mais chez un autre éditeur parce que personne, dans le milieu de l'édition, n'avait envie de prendre le risque financier de sortir un livre sur l'extrême droite.

Cette déconnexion, à partir de la scission, nous met en situation, quand arrive le résultat du premier tour, d'avoir en face de nous un appareil « frontiste » qui a considérablement changé puisque Bruno Mégret est parti avec la majorité des cadres et de nous retrouver en face de gens que nous ne connaissons pas. Ainsi, je me suis retrouvé un soir, sur un plateau de télévision, avec le directeur adjoint de campagne de Jean-Marie Le Pen, Jean-Marie Alliot, maître-assistant de droit constitutionnel à la faculté de Toulouse, policé, sans aucun passé militant dans un groupe d'extrême droite connu, avec un discours construit, affable, etc. Nous avons eu du mal à nous imprégner du fait que la scission du Front national avait rendu un énorme service à Jean-Marie Le Pen en ce sens que l'immense majorité des cadres et des éléments les plus idéologisés étant partis chez Mégret, qui végète dans une existence

quasi groupusculaire, le langage soft de Le Pen pendant la campagne n'est pas tant le résultat d'un choix que celui de l'absence des gens qui lui distillaient à longueur de journée les outrances qu'il ressortait dans l'appareil : il n'y a plus personne, autour de lui, pour jouer les boute-feux et lui recommander de continuer à « casser les barrières », comme il le faisait, à coup de « petites phrases ». Comme, de surcroît, Jean-Marie Le Pen n'est pas complètement idiot, il s'aperçoit qu'il y a là, notamment depuis le 11 septembre, une conjoncture qui joue parfaitement pour lui et, effectivement, il ne fait pas campagne, volontairement. Cela vient se greffer sur une situation qui est le résultat direct de la scission : on a une atonie pratiquement totale des deux mouvements, il reste les « Bleu, blanc, rouge » chaque mois de septembre et le défilé traditionnel du 1<sup>er</sup> mai : au 1<sup>er</sup> mai, il reste 2 000 ou 3 000 personnes contre 10 000 ou 12 000 ; aux « Bleu, blanc, rouge », il y a trois fois moins de monde qu'avant et alors qu'avant 1998 on en repartait avec des kilos de documentation, chaque petite fédération ayant son bulletin, chaque librairie de la mouvance nationaliste ayant son stand et vendant des choses absolument invraisemblables, depuis 1999, on en repart les mains vides. Nous sommes également repartis les mains vides du défilé du 1<sup>er</sup> mai 2002 où il n'y avait rigoureusement rien à voir, pas grand-chose à entendre et rien à ramasser en termes de documentation.

Le travail devient donc plus difficile, pour nous comme pour vous, puisque l'on ne peut même plus dire au Front national : « *Vous avez écrit ça !* ». Tout ce que l'on a, c'est *Français d'abord !*, journal officiel du Front national qui est d'une platitude à nulle autre pareille et National Hebdo qui vivote gentiment et qui ne peut pas, pour des raisons juridiques, être présenté comme la voix officielle du FN puisque, théoriquement, c'est un journal indépendant.

Il faut ajouter que l'une des autres raisons pour lesquelles on n'a sans doute pas vu venir le résultat du premier tour, est un contexte international très particulier. Certes, il y a un contexte de montée globale des extrêmes droites partout en Europe occidentale et même au-delà, mais quelques mois avant la présidentielle, nous avons l'impression que cela marque un peu le pas : le FPE autrichien qui accède au pouvoir en février 2000 subit toute une série de revers aux municipales de Vienne et dans des élections régionales ; le Parti du progrès norvégien, crédité de 20 à 22 % des intentions de vote avant les élections législatives de l'automne 2000 finit avec 14,6 %, donc en deçà de ce qui était prévu ; la Ligue du Nord, tout en faisant désormais partie du gouvernement Berlusconi passe, aux dernières élections, de 10 à 3,9 % ; l'Alliance nationale stagne...

De plus, nous avons une certaine difficulté à admettre, pour des raisons quasi psychanalytiques, que l'extrême droite, en France, ait un avenir et une réalité. J'entends régulièrement les observateurs et les hommes politiques dire qu'il faut « faire redescendre l'extrême droite à ce qui est, en France, son niveau naturel, c'est-à-dire moins de 5 % ». Mais qu'en sait-on ? Pourquoi « moins de 5 % » ? Et les Ligues ? les Vichystes ? Poujade ? Tixier-Vignancourt ? On a l'idée qu'en France, c'est quelque chose de résiduel. Quand le gouvernement allemand, lance il y a deux ans l'idée – non encore appliquée –, de l'interdiction du NPD, petit groupuscule néo-nazi qui fait moins de 1 % des voix, on en écrit des pages et des pages, on en fait des dossiers, des émissions télévisées, etc. : cela se passe en Allemagne et cela renvoie évidemment à son passé. Mais lorsque, en France, on a une permanence de l'extrême droite – 16,8 % au premier tour auxquels il faut ajouter le score de Bruno Mégret, c'est-à-dire pratiquement 20 % –, on s'obstine à nous faire croire, toutes corporations confondues et les politiques en tête, que c'est un phénomène totalement transitoire et que, cette fois-ci, c'est certain, le Front national vit ses derniers instants !

On a confondu les difficultés de l'appareil avec la persistance de l'électorat. Au lendemain des élections municipales et cantonales de mars 2001, j'avais écrit avec René Monzat une Tribune dans Libération, dans laquelle nous exposions que l'appareil du Front national était, certes, vidé de sa substance et cassé par la scission, que financièrement le Mouvement national de Bruno Mégret aurait les plus grandes difficultés à survivre, mais que subsistait l'essentiel : la dynamique électorale. Il y a eu là un double phénomène d'aveuglement. On a comparé les résultats de l'élection cantonale de mars 2001 à l'élection cantonale précédente et on a dit : « *Le FN baisse.* » C'est une méthode d'opérer complètement absurde puisque, par définition, d'élection en election, aux cantonales, ce ne sont pas les mêmes cantons qui sont renouvelables. Lorsqu'on compare les résultats des cantons renouvelables en mars 2001 aux résultats de ces mêmes cantons lors de l'élection précédente, on s'apercevait que le Front national additionné du MNR montait très légèrement. Concernant les municipales, on constatait que le Front national avait perdu Toulon et que ses résultats n'étaient guère flambants : si le FN a perdu Toulon, ce n'est pas parce que les idées du Front national ont baissé à Toulon, c'est parce que Le Chevalier était corrompu et effroyablement mauvais et les Toulonnais, dans un réflexe de survie, n'en ont plus voulu. De plus, la scission a produit mathématiquement que le Front national et le MNR ont présenté moins de listes aux élections municipales de 2001 que le Front national unifié

aux municipales de 1995 parce que, là où le parti unifié pouvait aisément trouver les candidats nécessaires pour « boucler » une liste, en situation de scission, ni l'un – le FN –, ni l'autre – le MNR –, n'arrivait souvent à le faire et que, mathématiquement là encore, le score s'en ressentait. Mais, au fond, la dynamique électorale était toujours présente.

Cette persistance de la dynamique électorale, ajoutée à tout ce qui a été évoqué comme le second tour qui était joué d'avance, le climat de l'après-11 septembre, la droite et la gauche de plus en plus perçues comme les deux faces d'une même médaille – ce qui est l'élément déterminant du vote d'extrême droite dans toute l'Europe occidentale – a produit le résultat que l'on sait.

Je constate qu'apparemment, on n'a pas totalement tiré les leçons de ce qui s'est passé. D'abord, je constate avec effarement que nous, politologues, avons l'année prochaine un Congrès de l'Association internationale de sciences politiques en Afrique du Sud et qu'il n'y a pas une seule table ronde prévue sur les populismes et l'extrême droite : on va traiter à peu près de tous les sujets, mais pas de ça ! D'autre part, il y aura des élections dans d'autres pays dans les mois qui viennent et on n'entend pas tellement dire que l'on peut y voir de nouvelles percées de l'extrême droite. Ce sera le cas en Suède où des élections législatives auront lieu le mois prochain où, pour la première fois depuis longtemps, un parti d'extrême droite proche des idées Front national risque de conquérir un ou deux sièges, ce qui n'est pas énorme mais représente déjà, dans ce pays, un énorme traumatisme. Il y a aussi des élections en Allemagne le mois prochain et sans que les partis traditionnels d'extrême droite soient en position de percer, localement des partis populistes xénophobes sont mêmes en situation de rentrer dans les coalitions dans un certain nombre de länder. L'année prochaine, se dérouleront des élections en Autriche : il est plus que probable que si Haider reprend le contrôle du FPÖ et se présente de nouveau à la tête du parti aux élections de 2003, le FPÖ aura d'excellents résultats.

J'ai l'impression que nous sommes toujours, par rapport à cela, en position de nous dire : « *Ce n'est pas possible, le cauchemar ne va pas continuer !* » Malheureusement, j'ai peur que, notamment concernant la France, avec la réforme projetée du mode de scrutin qui est très clairement une machine de guerre anti-FN, ignorant, comme d'habitude, que l'on peut, certes, marginaliser les électeurs, mais que cela ne supprime pas le problème, les politologues spécialistes de l'extrême droite, comme les journalistes, ne sont pas près d'être au chômage !

## Frédéric Haziza

*Radio J*

Concernant le traitement « people » de la campagne, il est vrai que l'on retient quelques images chocs comme la « gifle de Bayrou », le « ketchup de Jospin » ou les « crachats contre Chirac », mais est-ce dû aux candidats, aux journalistes ou aux règles édictées par le CSA ? C'est peut-être aussi dû au fait que certains candidats n'ont pas voulu de polémiques et de débats avec les autres candidats. On a vu fleurir sur les chaînes de télévision des émissions du style de « Vivement dimanche ! » de Michel Drucker qui invitaient les candidats, peut-être parce que c'étaient celles qui faisaient le plus d'audience, qui plaisaient aux Français et que les directions des chaînes ont voulu privilégier au détriment des émissions politiques qui paraissaient plus rébarbatives aux yeux des électeurs.

## Jean-François Bège

Sur le plan de la campagne télévisuelle, je voudrais faire un constat. Il y a eu un « problème TF 1 ». En 1995, TF 1, premier média de France, s'est embarqué de manière un peu imprudente, dans la campagne présidentielle en faveur de Balladur et il y a une grande déception de l'état-major lorsqu'il s'aperçoit que ce n'est pas le candidat dont la chaîne a le plus parlé qui est élu. Du coup, ce média extrêmement regardé est passé d'une extrême à l'autre : en 2002, il a été très limité sur la campagne et cela a eu incontestablement, pour la presse régionale, une redondance : dans la mesure où on en parlait un peu moins à la télévision, les rédacteurs en chef de journaux régionaux se sont dit que TF1 avait peut-être raison, que la campagne allait peut-être être ennuyeuse et ne pas passionner les gens. Ce n'est jamais bon, lorsqu'il y a une campagne comportant de tels enjeux, que l'on en parle surtout à la radio, dans *Le Monde*, que l'on en parle à la télévision surtout de manière ludique, dans les fameuses émissions de Michel Drucker, d'ailleurs très difficiles à faire et pour lesquelles les hommes politiques font de gros efforts !

## Maxime Drouet

*Membre de la Commission Jeunes-Médias  
du Conseil national de la Jeunesse*

J'ai étudié en priorité les quatre mois de la campagne présidentielle, de février à juin 2002, à travers les journaux télévisés de 20 heures de TF 1 et de France 2. Ce que vient d'évoquer Jean-François Bège sur

l'attitude de TF 1 est très important car il est vrai que cette chaîne a très faiblement traité la campagne. Je vais développer quelques thèmes en reprenant l'idée de l'approche ludique. Celle-ci m'a fait penser à l'approche ludiste et il me semble que, chez certains journalistes, il y avait une certaine tendance à essayer de « casser » ce que les hommes politiques avaient essayé de monter contre eux, c'est-à-dire la communication.

Il y a eu énormément de reportages traitant la campagne sous l'angle du « dessous des cartes », portant sur les mécanismes de la campagne, comment elle se déroule, comment on fait une campagne de communication, comment les hommes politiques s'expriment... On a, par exemple, fait plusieurs reportages sur Claude Chirac où voyait comment elle « plaçait » les journalistes pour, ensuite, « placer » Jacques Chirac. De nombreux reportages s'attachaient à décoder la manière dont les politiques faisaient passer leurs messages. Ce qui me paraît un peu dangereux dans cette approche, c'est qu'on occultait ce qui était dit, notamment pour respecter les temps de parole : le plus important était la manière dont on parlait et non pas ce dont on parlait. Cela se rapproche de la façon dont on traite une campagne électorale et dont on raconte le politique.

Comment, à la télévision, peut-on parler sérieusement de sujets politiques ? Sur les quatre mois de journaux télévisés que j'ai observés, la politique a finalement été racontée de manière politicienne avec, en particulier, la question du meeting, qui m'a spécialement intéressé. Le meeting est ce qui va rythmer la campagne électorale, mais cette manière de raconter la politique est une façon d'occulter la thématisation et, finalement, d'occulter « le » politique. Expliquer qu'Arlette Laguillier est allée dans telle ou telle ville, que Besancenot s'est rendu à tel endroit, Jacques Chirac à tel autre, n'apprend rien. Plus que savoir où sont allés les hommes politiques, il est intéressant de savoir quels sont les projets de ces politiques.

Si l'on compare avec la manière dont ont été traités les programmes des hommes politiques après le 21 avril, il est intéressant d'observer la façon dont France 2 a traité le programme du Front national : tous les soirs, dans les journaux télévisés, il y avait un reportage sur un point précis du programme et on faisait intervenir un certain nombre de personnes pour expliquer, pour mettre en perspective... On n'avait jamais eu cela pour aucun des programmes auparavant.

On a expliqué que ce sont d'abord les électeurs qui se sont trompés. Cela me suggère la question de savoir quelle parole est laissée au citoyen à la télévision. TF 1 n'a jamais donné la parole aux citoyens sur des



questions précises et France 2 a fait des « Carnets de campagne », qui étaient une manière de rapidement évacuer cette question.

Si on demande aux personnes présentes ici de dire ce qu'il y avait dans le programme « Jeunesse » de l'UMP et du PS, je ne suis pas certain que beaucoup soient susceptibles de répondre. Le responsable du RPR Jeunes disait avoir fait un travail de fond sur un certain nombre de problèmes et, au PS, la grande idée était « l'autonomie jeunesse ». Sur les quatre mois que j'ai étudiés, il y a eu un seul reportage sur la jeunesse, le jour où Noël Mamère a dit qu'il était favorable à la majorité à 16 ans et à la légalisation du cannabis ; on n'y a d'ailleurs pas interviewé de jeunes, mais un porte-parole des Verts et Noël Mamère. Alors que l'on pouvait estimer que deux des grands partis avaient essayé de développer des idées, il est absolument étonnant que l'on n'en ait absolument pas parlé. C'est bien la preuve que l'on n'a jamais essayé de faire l'effort de se plonger vraiment dans les programmes. D'un côté, la jeunesse n'a pas du tout été traitée de ce point de vue là et, d'un autre côté, les jeunes étaient omniprésents pendant cette campagne électorale, en particulier avec la question de l'insécurité. Il faut bien distinguer « la jeunesse » et « les jeunes » : on assistait à de nombreux traitements de l'insécurité avec des insinuations comme « des jeunes » et une occultation totale des problèmes de jeunesse. Cela pose un problème car on explique que la délinquance augmente, donc que notre jeunesse ne va pas très bien, mais on ne fait pas l'effort d'aller expliquer les programmes des différents candidats.

En ce qui concerne les « Carnets de campagne » de France 2, deux reportages sur les jeunes ont été diffusés. Le premier concernait de jeunes « fêtards » (selon le terme utilisé par David Pujadas) et était réalisé au Styliss à Auxerre, superbe boîte de nuit, et des jeunes y étaient interviewés pour parler politique : c'était très spectaculaire puisqu'on nous parlait des emplois jeunes et, en même temps, on dansait le jerk ! C'était tout à fait hallucinant et spectaculaire car cela montrait bien comment on pouvait maltraiter la parole, des jeunes, mais aussi de tous les citoyens.

Finalement, la question du dévoilement des rouages et des fonctionnements politiques de la politique, celle de l'abandon des thématiques et le privilège accordé à l'événement, ajoutés à une maltraitance de la parole des citoyens à la télévision, donnent un traitement assez décevant de la campagne électorale.

## Échanges...

### *Intervenante non présentée*

En premier lieu, je ne pense pas que le Front national n'existe que pendant les élections : dans les départements de l'Est, c'est tout au long de l'année qu'il est présent. Je pense qu'il est important de le souligner

Il ne s'agit pas de vouloir être dans un champ analytique d'accusation des choses, mais il faut comprendre le traitement de l'information par rapport au territoire des savoirs et par rapport au territoire des affects. Aujourd'hui, dans le traitement de l'insécurité, lorsqu'on traite l'image et que l'on présente un papy qui a été agressé avec un plan fixe sur un monsieur qui a plein de bleus, on n'est pas sur le territoire du savoir, mais sur celui des affects. On sait pertinemment que ce territoire-là ne va pas engendrer quelque chose qui soit du champ analytique et de la distanciation : il va engendrer quelque chose de l'ordre de la peur. Je suis un peu étonnée que l'on ne parle pas de cela car c'est un vrai problème.

Un journaliste doit s'appuyer sur une notion éthique. Comment nous, journalistes, nous responsabilisons-nous par rapport à ce territoire du savoir sachant que, pour moi, il n'y a pas de « France d'en bas », il n'y a pas non plus de France profonde, il y a des problèmes de décentralisation des médias. Quand, dans certaines régions du Sud-Ouest, *Le Monde* arrive trois jours en retard, cela pose aussi des problèmes. On est ici uniquement sur le média « télé » qui fonctionne beaucoup sur le territoire des affects : que fait-on avec notre résistance par rapport à cela en tant que journalistes ?

### *Albert du Roy*

Il est évident que l'image, infiniment davantage que l'écrit peut susciter l'émotion, l'affection, la peur, etc. Je n'ai rien contre l'émotion. À partir du moment où il s'agit, dans la rétranscription exacte d'un fait, de montrer que dans cet événement il y a de l'émotion, c'est très bien. Où en revanche l'image qui suscite l'émotion est tout à fait contestable c'est lorsque, parce qu'on sait que l'émotion est payante en matière de télévision, on utilise une image émouvante alors que l'événement ne l'est pas ou que cette émotion n'est qu'une partie tout à fait secondaire de l'événement. Il y a une utilisation de l'émotion qui est nuisible lorsque l'événement ne le mérite pas.

Que l'on ne s'étonne pas qu'à la télévision on ait vu beaucoup la « gifle de Bayrou », le « ketchup de Jospin » ou que l'on ait interrogé des jeunes sur fond de boîte de nuit... la télévision, c'est de l'image et le

« ketchup » ou la « gifle », c'est une bonne image ! Un programme électoral, c'est une mauvaise image, quelque chose d'ennuyeux qui n'est pas télévisuel. Effectivement, j'ai été très choqué, non pas de la façon dont, après le premier tour, on a décortiqué le programme du Front national car c'est très bien de l'avoir fait : ce qui est choquant, c'est de ne pas l'avoir fait avant pour tous les autres programmes. Je ne suis pas d'accord lorsqu'on dit que la campagne n'avait pas beaucoup d'intérêt et qu'elle a ennuyé tout le monde : je pense que les journalistes n'ont pas fait beaucoup d'efforts pour passionner les gens sur la campagne électorale du premier tour. Il y avait beaucoup de choses intéressantes à dire sur les programmes du candidat Jospin, du candidat Chirac, etc. : on a découvert les programmes uniquement parce que le Front national a eu ce succès au premier tour. Peut-être qu'en abordant les problèmes de fond on aurait fait un peu moins d'audience ou de tirage de journaux, mais on aurait peut-être aussi modifié sensiblement le comportement des électeurs.

Il ne faut jamais oublier, et je dépasse là complètement le cadre qui nous intéresse ici de la campagne présidentielle, avec l'importance qu'a prise la télévision dans le domaine de l'information, qu'un événement sans image, pour la télévision et pour le public, n'est pas un événement, il n'existe pas. C'est quelque chose d'extrêmement grave parce que cela fausse complètement la perception que l'on a des événements dans le monde. La conclusion de cette dernière remarque étant que, pour être correctement informé, il est absolument impératif, non seulement d'écouter la radio, mais aussi de lire la presse écrite.

*Marc Francioli*

À France 3, la Rédaction a organisé un certain nombre de débats qui s'appelaient « Quand je serai Président » ou « France Europe Express », en partenariat avec France Info. Nous avons constaté que, d'un côté, les téléspectateurs demandent du débat et, d'un autre côté, lorsqu'on regarde le résultat de ce type de débats, les pics d'audience ont été de l'ordre de 2 millions de téléspectateurs, alors que dans le même temps on faisait 4 ou 5 millions avec un film hollywoodien. Il y a là un paradoxe que je livre à votre réflexion.

*Marine Relinger*

*Conseil national de la Jeunesse*

Je voudrais revenir sur la première partie du débat portant sur les sondages. Peut-on vraiment prévoir la manière dont vont voter les gens, à partir du moment où on sait que beaucoup décident à la dernière

minute pour qui ils vont voter et quand on sait aussi que de plus en plus de personnes ne votent pas ? Même les politologues n'ont pas réussi à prévoir les résultats du premier tour et je voudrais savoir s'il est vraiment utile de tant se pencher sur les sondages dont les résultats peuvent être dangereux. Ne vaudrait-il pas mieux faire davantage d'analyses pour parler davantage des programmes aux électeurs et leur expliquer des élections, comme les législatives, parfois complexes dans certaines circonscriptions ?

*Emmanuel Kessler*

Tous les instituts de sondages, depuis déjà un certain temps, indiquent sur leurs notices qu'un sondage n'est pas une prévision du vote des Français et n'est pas une anticipation d'un résultat électoral. Le problème est que c'est interprété comme cela et que le corps social, globalement, y compris les lecteurs de journaux, y compris les citoyens, demande de la prévision et pense que le sondage est un instrument de prévision. Or, il ne l'est en aucun cas, compte tenu de ses imperfections, compte tenu du fait qu'on ne peut pas prévoir parce que, effectivement, environ 20 % des électeurs se déterminent dans les dernières heures et que l'on ne peut pas prévoir leur comportement. Lorsqu'on regarde les sondages en cours sur les mois de janvier, février, mars et, surtout dans la dernière quinzaine, on voit quand même un certain nombre de tendances se dessiner : la progression de Jean-Marie Le Pen, le tassement de Lionel Jospin, un tassement de Jacques Chirac – moins fort que celui de Lionel Jospin – et si l'on s'amuse à poursuivre la courbe, peut-être pourrait-on anticiper, ce que personne n'a fait, le fait que Lionel Jospin soit au second tour de l'élection présidentielle.

Ceci étant, vous avez raison de dire que le sondage ne doit pas être une prévision. Pour autant, faudrait-il supprimer les sondages ? D'abord, il est une réalité que les sondages jouent un rôle dans le paysage politique et ils vont continuer à être là. Ce que l'on peut espérer, c'est une utilisation plus prudente des sondages et il faut bien sûr coupler l'information, imparfaite mais tout de même utile, que constitue le sondage avec d'autres indicateurs.

*Jean-François Bège*

La position respective de chaque candidat fait partie de l'analyse d'une élection. Si on en fait bien une photographie de l'instant et non pas une prévision, cela fait partie du travail de l'analyste que de prendre en compte les effets de campagne de chaque candidat et sa position dans les sondages. C'est quelque chose qu'il faut continuer à faire.

*Jean-Yves Camus*

Les politologues ne sont pas producteurs de sondages : ils sont utilisateurs, voire correcteurs de sondages. Cela s'est produit après l'élection législative autrichienne de 2000 où l'on s'est aperçu que les matrices de transferts de voix sorties par les instituts de sondages reposaient sur une modélisation mathématique qui n'était pas correcte : on a refait immédiatement le travail de correction. C'est notre travail.

*Intervenante non présentée*

J'ai été très étonnée par la prise de position des journalistes entre les deux tours de l'élection présidentielle et par le fait qu'un certain nombre de devoirs de réserve aient sauté ! J'imagine qu'il y a ici très peu d'électeurs de Jean-Marie Le Pen et que tout le monde s'est réjoui de voir nombre de journalistes prendre position relativement clairement pour le vote Chirac au deuxième tour. Cela est très peu évoqué alors que je trouve que cela a été une vraie prise de position politique qui mérite d'être soulignée.

Nous avons fait un dossier sur les deux journaux télévisés de la veille du premier tour. Je vous encourage à le regarder, non pas tant pour faire ma propre publicité, que pour que vous puissiez voir que ces deux journaux télévisés ont, tous les deux, ouvert sur le fait divers du papy d'Orléans, lequel s'était déroulé le jeudi, sur lequel il n'y avait aucune information supplémentaire et auquel chacun des deux journaux a consacré 13 à 14 minutes d'antenne. Nous avons publié ce dossier avec les conducteurs des deux journaux, les extraits des images qui ont été montrées : Albert du Roy a raison de souligner qu'il n'y a pas d'information sans images à la télévision, mais aucun d'entre vous ne peut me dire que les images d'un papy attaqué un jeudi que l'on montre un samedi, à 20 heures, la veille d'un scrutin, n'ont pas eu d'influence sur le vote du lendemain matin. Je dis que c'est extrêmement important parce qu'il y a là une vraie responsabilité, que l'on peut montrer et prouver.

Je suis un peu ennuyée avec des journalistes très observateurs comme je viens de les entendre. Ce qui s'est passé au premier tour de cette élection présidentielle est une vraie responsabilité des médias. Il faut que tous nous regardions et assumions cette part de responsabilité en ne nous contentant pas de constater ou d'observer. C'est la raison pour laquelle j'aime bien la fin de l'intervention d'Emmanuel Kessler qui demande quelles sont les pistes de solution pour que cela ne se renouvelle pas. L'aveuglement et la part de responsabilité pour moi est sans ambiguïté : nous devons la regarder et en faire quelque chose.

*Dominique Gerbaud*

Nous avons fait le constat, les uns et les autres, lors de la préparation de cette table ronde, qu'il y avait eu des débats dans les Rédactions. Je ne sais pas de quelle manière nous retiendrons, les uns et les autres, les leçons de cette élection présidentielle, mais il est vrai que les journalistes eux-mêmes ont été choqués de ce qui s'est produit.

*Albert du Roy*

Je suis d'accord avec l'exemple qui vient d'être donné du papy d'Orléans : c'est l'exemple du gonflement d'une information, à la veille du premier tour, donc avec une influence sur l'affect d'un certain nombre d'électeurs. Seulement, je ne crois pas que l'utilisation excessive du papy d'Orléans à la veille du premier tour soit le résultat d'une volonté politique, d'un calcul ou d'un complot : je crois que c'est beaucoup plus grave que cela et que c'est l'un des nombreux exemples que l'on peut trouver de l'entrée du système d'information par son canal le plus en vue et le plus soumis à ce phénomène, la télévision, dans une spirale de concurrence où chaque journal est devenu un produit commercial et où l'événement lui-même devenant un produit commercial, la tendance est de le fausser pour qu'il devienne commercialement plus efficace.

Ce qui m'inquiète c'est que la rumeur perce déjà la carapace théorique de précaution que prend une Rédaction de presse écrite ou de télévision et réussit à se glisser dans les journaux les plus sérieux – par le biais des colonnes de « Confidentiel », etc. qui sont des nids de désinformation –, donc par Internet il n'y a plus aucun filtre possible et on peut voir n'importe quoi comme, récemment, le site qui dénonçait les Juifs hostiles au gouvernement Sharon.

*Marie-Ève Malouines*

Lorsque j'ai parlé de l'ennui de la campagne, il s'agissait de l'ennui à la suivre. En y repensant, on peut se souvenir qu'en février ou mars, personne ne venait voir le service politique de la Rédaction pour lui demander s'il pouvait avoir en avant-première, lorsqu'il y avait une Spéciale thématique, les programmes des uns et des autres. Les journalistes sont des gens comme les autres et cela ne « branchait » pas beaucoup nos collègues ! Pour notre part, nous avons tenu à le faire parce que nous sommes une radio de service public, mais nous connaissons aussi les limites de la radio : on ne résume pas un programme en une ou deux minutes. Nous ne sommes pas les mieux placés pour faire cela, mais nous nous sommes sentis un peu seuls à le faire. Je regrette, personnellement, que nous n'ayons pas trouvé cela dans la presse écrite

car c'est le lieu où le faire : dans les médias, la radio alerte, la télévision montre et la presse écrite permet de lire, de réfléchir et de décortiquer. Or, pendant cette campagne, nous n'avons pas eu de grands « papiers » dans les hebdomadaires sur les programmes comparés de tous les candidats.

Il y avait seize candidats au premier tour et ils n'ont pas débattu entre eux. Dans une campagne, lorsqu'on suit les candidats, on visite des entreprises, etc. Là, on n'a rien visité : on allait de hall des expositions en hall des expositions pour des meetings ! Cette campagne était maîtrisée au niveau communication de façon totale et donc ennuyeuse.

Sur le devoir de réserve, au risque de vous décevoir, je le revendique. Personnellement, je pense que les gens sont adultes. En particulier sur France Info, nous essayons de donner des informations, les chroniques politiques décortiquent les choses, mais je ne me sens pas autorisée à dire aux gens de voter ceci ou cela. Même si c'est le Front national en face, les gens imaginent aisément ce que je peux penser, mais ce n'est pas mon rôle de dire à la radio pour qui voter. Tout ce qu'on peut leur dire, c'est de voter.

France Info avait une radio internet où on pouvait entendre tous les éléments sonores, avec une biographie et les programmes des candidats qui avaient été réalisés spécialement par une Rédaction web qui existe toujours. C'est un site qui a très bien fonctionné, avec la difficulté de devoir vérifier et contrôler ce qu'il y avait dessus : par exemple, il y a eu l'information arrivée par mail sur la soi-disant phrase de Le Pen qui était celle d'Hitler. Cela a circulé à toute vitesse. Nous l'avons vérifié et constaté que c'était une « intox ». Internet est très difficile à gérer et, en ce qui nous concerne, il y avait beaucoup de moyens humains et en temps de tous les journalistes pour y travailler.

*Pierre Zemmour*

*Conseiller d'État, président de l'association Communication publique*

Ce qui me semble important, c'est le tropisme commercial et concurrentiel des médias. Lorsqu'on parle des « médias », fait-on une place à part aux journalistes et aux Rédactions ? Je crois que la question est posée là, aux journalistes, de savoir comment ils se comportent par rapport à la politique ou à des événements politiques. En particulier ce qui est en hésitation constante par rapport à ce tropisme commercial et concurrentiel, c'est observer, rendre compte ou anticiper. Lorsque Marie-Ève Malouines parle d'« ennui », c'est une remarque commerciale : il est effectif que les électeurs ne s'intéressent à une élection que dans les deux mois qui précèdent, donc vous pouvez dire que cela ennueie tout le

monde, cela ennuie votre marché. Mais cela ne vous dispense pas d'une fonction d'anticipation, d'éducation, de pédagogie, d'intérêt général : par conséquent, si c'était ennuyeux, il fallait faire en sorte que cela ne le soit pas. Or, a fortiori, lorsqu'on a la chance d'avoir seize candidats, ce qui est très intéressant pour un langage concurrentiel, promotionnel ou publicitaire parce que, là, on peut faire du « comparatif ». Pourquoi aller dans la simplicité qui consistait à anticiper et d'être en avance, au lieu d'analyser et de montrer. On peut même trouver des images puisque ces seize candidats s'échinaient, les uns et les autres, à faire de petites réunions. Il faut toujours qu'il y ait une image pour qu'il y ait une information, mais ce qui est plus grave, c'est que les médias fabriquent leurs événements en montant leur information. Il m'est arrivé de travailler aux côtés d'hommes politiques : quand il y avait un Congrès ou une réunion, il n'y avait pas les caméras dans la salle pour prendre ce qui se passait en temps réel, une salle était réservée à côté pour que les journalistes posent « leurs » questions. On rentre là dans une stratégie d'anticipation, de fabrication de l'information et on ne rend pas compte de ce qui se passe, ce qui éloigne de ce qui se passe sur le terrain.

Sur le professionnalisme souhaitable des journalistes, il faut savoir ce qu'est le média avec lequel on travaille. Bien sûr, une télévision fonctionne davantage avec des images, mais les postures, les langages des personnes qui interviewent jouent : ce sont des attitudes. Lorsque Olivier Mazerolle ne trouve pas de réplique à Jean-Marie Le Pen parce que celui-ci est fait pour le média télévisuel, un journaliste doit savoir que la télévision est plus favorable à tel ou tel type de posture politique. Par conséquent, il faut professionnellement se préparer à faire le contre-poids à l'avantage que l'on donne en interviewant Le Pen à la télévision et ne pas se rattraper en mettant sur le grill beaucoup plus facilement Jospin ou un autre, parce que c'est plus facile.

Concernant les sondages, je suis depuis une dizaine d'années à la Commission des sondages. Les journalistes doivent être des analystes. Les petites phrases de précaution qui ont été saluées tout à l'heure sont issues de la pression permanente que la Commission des sondages fait sur les instituts. Regardez de près ce qu'il y avait et ne vous rendez pas complices de mettre les sondeurs dans des situations où on achète des chiffres qui, manifestement, s'ils étaient présentés honnêtement, consisteraient à dire : « *Ces candidats se trouvent à 3 points, mais c'est à 10 points près !* ». On est dans des phases de facilité et, du coup, les sondeurs en arrivent aussi à perdre leurs qualités professionnelles : on a vu des redressements, des tableaux de correspondance, des moyennes qui se faisaient entre instituts de sondages, etc.



*Emmanuel Kessler*

Je suis un peu gêné par l'hallali que vous semblez jeter sur les journalistes et ce procès en incompétence de la presse. Je vous rappellerai simplement que faire le compte rendu d'une réunion de congrès de parti politique in extenso, sans créer l'événement en réunissant des personnalités à côté pour essayer de tirer l'essentiel et de mettre l'information en perspective, cela ne s'appelle plus faire de l'information libre dans une démocratie : cela s'appelle faire *La Pravda* !

*Éric Schmidt*

J'ai été l'un des acteurs directs des événements dont vous parlez, mais pas du côté des journalistes.

J'ai écouté attentivement la manière dont Marie-Ève Malouine a raconté « sa » campagne électorale et je suis d'accord avec elle de bout en bout, jusqu'à la dernière phrase et le récit de son anecdote, lorsqu'elle conclut que vous avez fait une erreur en oubliant de faire « 1+1 ». Je trouve assez amusant que vous soyez quasiment dix derrière la table à chercher l'erreur que vous avez faite ! En réalité, vous n'avez pas fait d'erreur, vous n'avez pas fait d'oubli, on ne vous demandait pas de connaître le résultat du premier tour, tout comme on ne demandait pas aux sondages de nous dire ce qu'allait donner le deuxième tour. Je pense que le problème, plutôt que de chercher l'erreur, c'est de regarder quelle est la posture des uns et des autres dans cette communication. C'est la posture des politiques, avec une gauche qui a été plurielle un jour et ne l'est plus brutalement, d'un Jospin qui oublie ses bases, etc. C'est également la posture des journalistes et j'ai parfois été un peu choqué par vos réflexions ; pour n'en prendre qu'une : « *Dans une élection présidentielle aujourd'hui, celui qui gagne, c'est celui qui...* ». Je pense que c'est plutôt le métier des hommes politiques que d'essayer savoir comment on gagne une élection présidentielle. Je ne suis pas intimement convaincu que ce soit une bonne façon d'appréhender votre rapport à l'information que de dire ce qu'est une bonne campagne électorale.

Un autre problème, déjà abordé, est celui de la hiérarchisation de l'information. C'est un débat aussi vieux que le journalisme et que ce soit une élection présidentielle ou autre chose, le problème continuera à se poser.

Cette élection présidentielle est la réunion de trois malentendus sur des désirs : le désir des électeurs d'être écoutés, le désir des hommes politiques d'être élus sans réfléchir aux désirs des électeurs et le désir des journalistes d'être lus.

*Jean-Pierre Tailleur*

Mon livre concerne le manque d'investigation dans la culture journalistique française. Dans ce type de débat, il serait intéressant de voir quelles sont les fautes entièrement imputables aux journalistes, sans dévier sur les hommes politiques ou sur les politologues. Par exemple, lorsqu'un journal comme *Télérama*, il y a quelques années, fait sa Une sur les problèmes liés à l'immigration et aux banlieues, et dit qu'il n'y a absolument aucun problème en banlieue, laissant sous-entendre que celui qui dit le contraire vote Front national, base son reportage sur les interviews de deux ou trois sociologues qui, visiblement, ont eux-mêmes des problèmes de manque de contact avec le terrain. Je m'étonne que ce manque de respect du critère professionnel qui fait que l'on fait ou non un bon reportage ne fasse l'objet d'aucun débat.

Pour prendre un autre exemple, mon livre contient un chapitre entier sur *Le Canard enchaîné*. J'aime bien lire *Le Canard enchaîné*, cela m'amuse, il fait des dénonciations intéressantes, mais il me paraît exagéré de l'assimiler à modèle de journal d'investigation. Ils suffit d'avoir un regard critique sur certains articles pour se rendre compte qu'ils ne respectent pas toujours les règles d'impartialité et les règles de travail de terrain. On sent que *Le Canard enchaîné* dépend surtout de sources extérieures et il dénonce au gré de ce qu'il reçoit par courrier. Dans notre culture journalistique française, nous avons tendance à assimiler l'investigation avec ce qui n'est que de la dénonciation ou l'interview d'intermédiaires comme des sociologues.

Pour moi, la presse quotidienne régionale est le maillon faible de la presse française. Le principal problème vient du fait que la France profonde est couverte par des correspondants qui, souvent, ne sont pas des professionnels du journalisme et il suffit de lire les pages locales des grands journaux régionaux pour voir que cela se résume à la couverture de kermesses, etc. et je n'y vois jamais de reportage d'investigation.

Je suis quand même sidéré d'entendre Jean-François Bège dire qu'il est influencé par le journal télévisé de la veille : je pense qu'un journal régional devrait faire l'inverse et qu'il devrait être à l'origine de ce qui va être raconté au Journal télévisé du soir.

*Nicole du Roy*  
Télérama

Je suis ravie de rencontrer Monsieur Tailleur puisque c'est moi qui ai écrit le « papier » sur l'immigration qui vient d'être évoqué. Il s'agissait d'une grande enquête que j'ai réalisée avec Thierry Leclerc et qui a été

publiée dans trois numéros successifs de *Télérama*, à raison de 25 pages à chaque fois, avec des reportages dans les banlieues, à l'OFPPRA, avec des interviews, et nous avons certainement passé un mois à deux journalistes sur le terrain.

*Anne-Marie Houillon*

*Ligue de l'enseignement*

Je souhaite évoquer les abstentionnistes et, pour aller vite, je vais faire un constat, formuler un vœu et poser une question.

Mon constat est qu'il y a beaucoup trop d'abstentionnistes et qu'une partie des résultats de cette campagne sont dus à ces abstentions. Je sais qu'il y a eu des spots à la télévision pour aller voter, c'était très intéressant, mais cela a-t-il suffi ? Je me le demande.

Mon vœu serait que les chaînes et les médias aident un peu la population française à prendre conscience, à avoir envie d'aller voter et à participer à une vie citoyenne.

Cette question-là a-t-elle un peu agité les rédactions ? Voyez-vous des solutions ? Avez-vous quelque envie d'aider les gens à avoir envie d'aller voter ? Autrement dit, allez-vous avoir un rôle pédagogique auprès de nos concitoyens ?

*Marie-Ève Malouines*

Nous en avons parlé et ce que nous avons essayé de faire, mais nous avons aussi été surpris par certaines choses. On parlait facilement du « troisième homme » et, au soir du premier tour, des gens téléphonaient et disaient : « Où est le problème ? que Jospin soit le deuxième ou le troisième homme, ce n'est pas grave puisqu'il est qualifié. » Nous nous en sommes voulu parce qu'à force d'entendre parler du troisième homme, les gens pensaient que celui-ci allait au second tour parce qu'on parlait aussi des législatives où il y avait des triangulaires.

Je pense qu'il y a une crise de la représentation politique qui touche forcément aussi les journalistes politiques. Ceux-ci ont aussi beaucoup de doute sur ce qu'ils font et comment ils le font. Peut-on continuer lorsqu'il y a une mondialisation au niveau social, culturel et économique à faire « la politique intérieure », « la politique étrangère » et « l'Europe », qui jusqu'à récemment dépendait de la politique étrangère ? La vie politique, est-ce couvrir la vie des partis ? Nous avons beaucoup de questions, mais je ne pense pas que nous trouverons les réponses d'un seul coup. Nous réfléchissons à tout cela, surtout depuis la rentrée, et l'abstention est très inquiétante parce qu'elle devient de plus en plus active : c'est une abstention politique de gens qui refusent de voter.

*Intervenant*

Je crois que les médias ne sont pas responsables de l'abstention et je ne crois pas que les médias rendent service à la vie civique en serinant constamment qu'il faut aller voter. Les médias ne sont responsables que d'une seule chose : que les gens soient correctement informés. À partir de ce moment-là, ils ont les moyens de se déterminer : « Comment je vote ? Comment je ne vote pas ? » C'est leur problème, c'est la responsabilité des citoyens. Exigeons des médias d'information qu'ils informent correctement, le reste suivra ensuite.

*Intervenant*

Les journalistes chargés de la page Médias de *Libération*, il y a quelques semaines, ont publié les résultats obtenus par l'utilisation d'un logiciel qui avait traité tous les sujets passés sur les principales chaînes de télévision, vingt jours avant le premier tour et vingt jours après le premier tour. On arrivait à des chiffres aberrants, à croire que tous les « sauvageons » qui créaient l'insécurité avant le premier tour étaient scotchés devant leur télévision en attendant Sarkozy à l'Intérieur. Cela baissait de 40 ou 50 % selon les chaînes et, bien sûr, cela baissait beaucoup plus sur le service public que sur TF1. Je trouve que la réponse d'Albert du Roy consistant à dire qu'à son avis, il n'y a pas de complot, est peut-être un peu juste.

Je suis journaliste et, pour reprendre le terme d'Emmanuel Kessler, ce n'est pas un hallali contre les journalistes, mais j'essaie d'analyser un peu la chose. Je sais aussi que si Jean-Marie Le Pen est passé tellement de fois à l'Heure de vérité, depuis 1981, c'est qu'il a été largement poussé par l'Élysée qui souhaitait le mettre en vitrine pour servir de repoussoir.

Sur les sondages, *Le Canard enchaîné* avait sorti un article très intéressant au lendemain du second tour en disant que les sondages s'étaient régulièrement trompés, à chaque élection. J'ai l'image de Nicolas Sarkozy sur un plateau de télévision, en 1997, abattu par la vague rose le soir du premier tour des législatives, et il avait dit à un sondeur qui était là pour analyser les chiffres qu'il ferait bien de revoir un peu sa copie au lieu de pérorer sur le plateau ! Il ne faut donc pas trop s'étonner.

*Marc Francioli*

Sur l'étude de *Libération* qui vient d'être signalée, il faut préciser qu'elle a été faite à partir du système Picktime qui permet, par des mots clés simples, de faire du quantitatif et non pas du qualitatif.

*Jean-François Bège*

Pour des tas de raisons, les périodes d'élection sont des périodes de violence. Je ne suis pas tout à fait étonné entre la différence de nombre de faits divers avant et après une élection et je ne crois pas que, dans un cas, on en a fabriqué et, dans un autre cas, on en a effacé. J'ai été longtemps localier et je sais que pendant les périodes électorales, il y a des faits divers résiduels, liés à l'énerverment des gens, etc. Les assureurs appellent cela la sinistralité de crise. Cette présidentielle-là a été violente de bout en bout et je crois qu'il y a eu inflation des faits divers en nombre pendant la période et qu'il y en a eu un peu moins après : je fais l'hypothèse que ce n'est pas une invention médiatique. Je me permets de faire cette hypothèse parce que la connaissance du fait divers par les moyens d'information est toujours la même : le traitement de base est identique, du correspondant local à la station de France 3, au journal local, etc. Pourquoi voulez-vous qu'après une élection ce système s'arrête et qu'on ne couvre plus les faits divers ? Je crois que si on en a moins parlé, c'est parce qu'il y a eu moins de faits divers.

*Albert du Roy*

On peut considérer que Le Pen a été invité trop souvent à l'Heure de vérité, on peut même considérer qu'il ne fallait jamais l'inviter, on peut en débattre : il y a même eu des thèses d'université sur ce point ! Mais vous ne pouvez pas dire ce que vous avez dit car c'est faux. La première invitation de Le Pen à l'Heure de Vérité a été débattue entre ses responsables et décidée par eux, en toute liberté. Il ne faut pas dire que c'est sur injonction de l'Élysée car ce n'est pas vrai.

*Sophie Genel*

*Sociologue*

Je parlerai, certes, en tant que sociologue, mais encore plus en tant que citoyenne et en tant que spectatrice de la couverture de l'élection présidentielle puisque j'ai vu à peu près tous les magazines. Les résultats de l'élection ont montré un malaise de la démocratie en France, avec un taux d'abstentionnistes très élevé et des extrémismes. Comment les médias ont-ils fait vivre la démocratie pendant cette période électorale ? Je soulignerai deux dysfonctionnements qui m'ont beaucoup choquée. Tout d'abord, il s'agit du volume horaire qui a été accordé aux magazines traitant de l'élection : il a été divisé par deux entre 1995 et 2002 : si la courbe se poursuit, je me demande quel sera le volume horaire pour les prochaines élections présidentielles. Cela renvoie évidemment à tout ce qu'Albert du Roy a dit sur le problème de l'information comme

commerce et au fait que nous sommes aujourd'hui dans une confusion des genres puisque l'information veut faire autant de recettes que la fiction. Mais elle n'y arrivera pas ! Les reportages les plus intéressants étaient diffusés à 23 heures ou 23 h 30 : c'est là que l'on avait des comparaisons européennes, etc. Un très beau travail était fait, notamment par France 3, mais à 23 h 30 : comment voulez-vous que les gens ne soient pas abstentionnistes !

Qu'est-ce que la démocratie ? C'est l'égalité de traitement. Celle-ci n'a pratiquement pas été respectée pendant la période des deux mois avant le premier tour pour des raisons de fictionnalisation de l'information : pourquoi les médias se sont-ils focalisés sur les deux premiers chevaux en tête du tiercé ? Parce que cela crée un suspens : on est dans la fiction et plus dans l'information. Au deuxième tour, bien sûr qu'il fallait voter, on n'avait plus trop le choix, etc., mais il n'y a plus eu aucun respect des règles déontologiques. À ne pas respecter les règles démocratiques, que peut-on faire d'autre qu'accroître les extrémismes, les abstentionnismes, etc. C'est une défaite de la démocratie même si on était, finalement, plutôt content du résultat, mais dans quelles conditions !

*Jean-Yves Camus*

Dans l'emploi du terme les « extrémismes », il faut être extrêmement prudent. J'ai eu plusieurs fois l'occasion d'intervenir pour expliquer, par exemple, que dans la double du Monde qui faisait la liste des partis dits « nationaux populistes » en Europe, il était extrêmement imbécile de mettre, parmi les partis d'extrême droite le Partido popular portugais parce que, à ce moment-là, on y met très certainement aussi Charles Pasqua et à peu près à coup sûr Jacques Chirac. Mais je suis un peu ennuyé par cette espèce de fausse symétrie qui considère qu'il y a, en somme, un extrémisme de droite et un extrémisme de gauche qui s'équivalent : je n'ai aucune sorte de respect pour Lutte ouvrière dont je pense que c'est une secte politique, mais je voudrais quand même vous signaler qu'Olivier Besancenot n'a jamais déclaré que les chambres à gaz étaient un détail de l'histoire de la Seconde Guerre mondiale.

*Jean-Marie Charon*

Je pense qu'il existe actuellement une mutation profonde de la profession de journaliste politique en France. Il ne faut quand même pas oublier que les journalistes politiques viennent d'un système d'organisation du politique et du rôle des médias qui étaient sacrément figés et sacrément marqués par l'histoire et où il n'était absolument pas choquant, notamment dans la presse écrite, qu'ils s'engagent sur un point de vue politique. Je pense que les questions de savoir s'il faut prendre

position pour l'un ou l'autre dans un vote, si les journalistes politiques peuvent ou non se permettre d'être proches des uns ou des autres, sont légitimes, mais il faut quand même admettre qu'elles sont relativement nouvelles pour la presse française. D'un côté, on était dans une presse « pluraliste », mais le pluralisme à la française, c'est quand même beaucoup de journaux engagés côte à côte. Tout cela, c'est notre histoire, et on est en train de réinventer un autre positionnement.

Du côté de l'audiovisuel, c'est la même chose : on vient d'un audiovisuel complètement institutionnalisé.

La plupart des grandes références sont bousculées. Lorsqu'on s'interroge sur la manière d'interpréter ou d'intégrer un dispositif comme le Front national ou les extrémismes, il est vrai que par rapport aux représentations que l'on avait, issues de la Deuxième Guerre mondiale, c'est un élément qui avait disparu. Lorsque Marie-Ève Malouines dit que l'on avait des difficultés à s'intéresser à cette campagne, je pense que cela pose la question de nos références : qu'attendions-nous, en tant que journalistes, mais aussi en tant que citoyens, d'un dispositif politique, de ce qu'il devait nous apporter, du type de perspectives qu'il devait nous donner ?

Ce problème de mutation en cours donne lieu certainement à des dérives : face au vertige dont sont prises les Rédactions lorsqu'elles ne retrouvent plus leurs points de repère, qu'elles ne sentent pas où sont les grands enjeux dans l'opinion, le sondage est rassurant ! Tout comme, peut-être, les « affaires » ont été rassurantes il y a quelques années parce qu'on substituait à un journalisme politique dont on ne trouvait plus très bien les formes, cette espèce de surévaluation de l'investigation avec le « chevalier blanc », la « transparence », etc., sauf que ce n'est pas une solution pour comprendre les enjeux politiques et pour faire avancer la préhension du politique dans notre pays.

*Denis Quinqueton*  
*Directeur de cabinet d'un maire*

Au travers de mon expérience de quelques années au poste que j'occupe, dans une ville de banlieue de 25 000 habitants, et ayant également en charge les questions de communication, je me demande quand on va se mettre à regarder quelles sont les conditions économiques d'exercice du métier de journaliste : comment donne-t-on du temps au journaliste pour qu'il puisse chercher ? Comment traite-t-on l'information sur le long terme ? Les journalistes font leur travail dans des conditions extraordinairement difficiles et la marchandisation de l'information ne va pas aider.

*Patrick Berthelot*  
*CLEMI de Créteil*

Je m'interrogeais sur le changement de comportement professionnel des journalistes, particulièrement à la télévision. Tout le monde a un peu oublié sa déontologie de « neutralité » pour prendre parti. Exceptionnellement, ce qui serait une rupture tout à fait temporaire par rapport à une évolution de la profession et, surtout, de la raison sociale du média qui est l'employeur, n'y a-t-il pas eu un retour à la presse d'opinion ? Je n'ai pas l'impression que, pour le premier tour, les médias aient eu la volonté de donner de la matière à l'électeur : ils ont voulu divertir, saisir la « coupe du Monde » des fortes têtes qui allaient s'opposer pour l'élection – c'est un événement, il y a des « images » – et, pendant le deuxième tour, quand il y a eu danger, ils sont revenus à des choses intéressantes.

*Emmanuel Kessler*

Oui, il y a une mutation du journalisme politique et Marie-Ève Malouines en a parlé. Dans les années à venir, je crois que le journalisme politique ne pourra plus se considérer comme autonome de ce qui se passe autour de lui et comme traitant uniquement de la sphère politique séparée du reste. De même que, il y a quelques années, il y a eu une grande mutation du journalisme social : il n'y a pratiquement plus de journalistes spécialisés pour suivre les syndicats dans les rédactions, parce qu'on a compris que le social ne se séparait pas de la société en général, et je pense que l'on va avoir des services politiques liés aux services « société » ou « Europe ». Des formes nouvelles vont voir le jour.

Il y a deux dimensions dans la télévision : le spectacle et l'information. Toute la difficulté est souvent de distinguer les deux. Je crois qu'il est indispensable aujourd'hui, dès le plus jeune âge, d'éduquer à l'image : nous pouvons faire tous les efforts que nous voulons, il y aura toujours des dérapages et il faut que le téléspectateur soit en mesure de décrypter les images qu'on lui impose et qu'il regarde passivement. Il doit devenir un téléspectateur actif.

D'autre part, il faut un service public d'information et de télévision fort car plus ce service public sera déconnecté des contraintes évoquées tout à l'heure par Albert du Roy, plus il sera à même de mettre sur pied les émissions que vous avez souhaité voir diffusées à des heures de grande écoute et qui sont des émissions qui se dégagent des contraintes commerciales. Tout le débat sur la redevance mérite d'être posé : pourrait-on avoir une télévision publique qui ne se finance absolument pas sur



des contraintes commerciales – la publicité –, c'est-à-dire uniquement sur la redevance ? Il faudrait donc peut-être que les citoyens dans leur ensemble acceptent de financer cette indépendance et cette télévision publique qui pourra faire de l'information.

Sur l'entre deux tours de la présidentielle, nous étions tout de même dans une période de risque de crise pour la démocratie, de très grande passion, et il était extrêmement difficile de réfléchir rationnellement sur la meilleure attitude possible. Pour ma part, je ne condamne pas ceux qui ont pris position pour Jacques Chirac parce que, que l'on soit de gauche ou de droite, on voulait sauver la démocratie. Était-ce la meilleure solution ? Je ne sais pas, mais c'était un peu notre Article 16 : de même qu'il y a, dans la Constitution, une disposition qui prévoit qu'en cas de crise le Président de la République prend des pouvoirs exceptionnels, les journalistes sont un peu sortis de leur rôle, mais il ne faut pas oublier que nous avons vécu un moment de crise exceptionnelle. La leçon qu'il faut tirer de cela, et je rejoins là Patrice Turpin, c'est que la vigilance que nous mettons souvent maintenant à interroger le Front national, ce n'est pas un traitement spécifique mais ce doit être une vigilance que nous devons avoir à l'égard de l'ensemble de nos interlocuteurs politiques, qu'ils soient du PS, de l'UMP, de l'UDF, etc.

*Marc Francioli*

Comme le disait Marie-Ève Malouines tout à l'heure, la radio, la télévision et la presse écrite ont chacune leur fonction. De plus, il faut bien comprendre qu'il y a des contraintes techniques : à France 3, un journal dure une demi-heure, sur TF1, 45 minutes, et si l'on passe le programme sur la culture de chacun des seize candidats, c'est un peu indigeste ! Il est impossible d'aller dans les méandres de tous ces programmes et c'est vrai que c'est davantage le travail de la presse écrite.

Beaucoup d'entre vous ont souhaité qu'il y ait davantage de débats où les hommes politiques sont confrontés aux citoyens, etc. À France 3, nous avons essayé de faire cela avec l'émission « Quand je serai Président » et nous avons eu beaucoup de contraintes de la part des candidats eux-mêmes : entre les deux candidats les plus importants qui ne voulaient pas participer à ce genre d'émission car ils voulaient être tout seuls face aux Français ou face aux journalistes, les hommes politiques qui ne voulaient pas débattre avec tel autre homme politique parce que ce n'est pas leur « tasse de thé », c'était un gros problème pour monter ces émissions. Les hommes politiques n'ont pas tellement envie de se frotter aux Français parce que nous nous sommes rendu compte qu'ils posaient des questions un peu directes, en faisant parler leur cœur,

en faisant parler leur expérience et, parfois, les hommes politiques n'ont pas les réponses à ce genre de témoignage. Il ne faut donc pas accabler les chaînes en disant qu'elles font du commercial, etc. ■

*Postface, janvier 2003*

### **Recentrer la mission d'information des journalistes**

Il est plus que salutaire de s'interroger sur le rôle des journalistes dans la campagne présidentielle de 2002, en veillant toutefois à ne pas dériver vers le ton sentencieux des imprudents donneurs de leçons. Rappelons ainsi que si les journalistes ont raté l'analyse du premier tour, les hommes politiques et les politologues aussi, comme le reconnaît ici l'un d'eux, Jean-Yves Camus. La responsabilité sociale des journalistes est trop évidente pour échapper à la réflexion mais trop sérieuse pour se réduire à l'anathème. Albert du Roy insiste avec raison sur le fait que tout réduire à la thèse du complot médiatico-politique ne résout rien et fait rater sa cible à la critique. L'attention excessive portée au passage à tabac du papi d'Orléans ne relève pas d'une manipulation grossière, « *c'est beaucoup plus grave que cela* » ! C'est le fruit d'une infernale spirale de concurrence où « *chaque journal est devenu un produit commercial et où l'événement lui-même devenant un produit commercial, la tendance est de le fausser* » pour qu'il soit attractif commercialement.

Les journalistes qui interviennent ici manifestent une capacité d'autocritique que les citoyens doivent savoir saisir au bond, pour obliger les rédactions à mieux se responsabiliser face à leur mission d'information. De ces riches débats se dégagent plusieurs pistes pour redonner tout son sens à la mission d'information politique, la recentrer.

Jean-François Bège explique fort bien qu'une sorte de culpabilité a frappé d'autocensure nombre de journalistes qui n'ont pas osé évoquer l'hypothèse de la présence de Le Pen au second tour, car « on allait nous accuser de faire la pub du Front national ». Cet épisode repose la sempiternelle question du traitement à réserver au leader du FN.

Beaucoup ont insisté sur une « perversion » qui conduit les journalistes à se satisfaire des sondages comme éléments d'information et de commentaire. Le résultat est ce qu'Emmanuel Kessler qualifie à juste titre, « d'hypertrophie médiatico-politique » des sondages. Et le problème est redoublé par l'abus de sondages de second tour avant même le premier, car ils ne sont que « pure fiction ». Ce processus se fait au détriment de l'enquête de terrain, de la récolte de témoignages. Albert du Roy indique que ce phénomène est notamment lié à des préoccupations financières : « il y a trop peu de compétences dans les rédactions parce que celles-ci se payent ; il y a trop peu de temps consacré aux investigations parce que celui-ci se paie. Le sondage n'est pas cher, facile et... peut rapporter gros ».

A ce titre, on ne peut que constater avec étonnement que dans tous les médias, la parole n'a pas été donnée au « parti dominant » de ces élections, celui des abstentionnistes. Les médias ne lui ont réellement accordé toute sa place qu'après le 21 avril, en cherchant à comprendre rétrospectivement ce qui s'était passé. Sur TF1, aucun reportage spécifique ne leur a été consacré et dans le Monde, il y eut un seul article, et encore, fourni par le Cecop. Dans le Parisien, le 19 avril seulement, un court dossier fut consacré à « la grande hésitation ». Grâce à sa chronique quotidienne « vu d'ici », Libération fut l'un des seuls à donner la parole aux citoyens, dont des abstentionnistes qui expliquaient leur choix. Le samedi 20 avril, la « une » est sans équivoque : « N'ira pas voter ». La prédiction est que l'abstention risque d'être record. Le quotidien dressa alors la typologie des « cinq tribus des déserteurs », alternant éléments sociologiques et témoignages de terrain. Mais globalement dans les médias, la parole des abstentionnistes n'a pas été suscitée, commentée, débattue. Quand on en a parlé, ils ont surtout « été parlés », privés de parole directe, alors que tous les journalistes s'accordaient à dire que ce serait un fait marquant, lourd d'incertitudes.

Ces phénomènes, Marie-Eve Malouines les explique en affirmant que les journalistes politiques se sont « ennuyés » durant la campagne, et se sont donc tournés vers les sondages. L'argument est bien pauvre. La mission des journalistes consiste aussi à rendre intéressante une information qui ne le serait pas a priori mais qui mérite notre attention. Jean-Marie Charon pointe du doigt qu'un tel propos interroge sur ce que sont les attentes des journalistes (et des citoyens) vis-à-vis du dispositif politique. On s'ennuie toujours relativement à un écart constaté avec son horizon d'attente. Aux journalistes politiques de formuler leurs attentes, de pousser les candidats à offrir autre chose.

Le médiateur de France 3, citant des téléspectateurs, montre qu'il existe une attente d'un journalisme plus critique, qui bousculerait plus la langue de bois des hommes politiques et qui reposerait sur une plus solide connaissance des dossiers par les journalistes. A cet égard, paradoxalement, le traitement réservé à Jean-Marie Le Pen au second tour peut être considéré comme un « modèle » d'information politique, à condition qu'il se généralise hors des moments de campagne et à tous les partis et candidats. Patrice Turpin, Maxime Drouet ou Albert du Roy l'ont chacun fort bien exprimé : « J'ai été très choqué, non pas de la façon dont, après le premier tour, on a décortiqué le programme du Front national car c'est très bien de l'avoir fait : ce qui est choquant, c'est de ne pas l'avoir fait avant pour tous les autres programmes ».

Enfin, Maxime Drouet met en lumière que dans les journaux télévisés, « *il y a eu énormément de reportages portant sur les mécanismes de la campagne, comment on fait une campagne de communication...* » On voit en effet émerger un « journalisme d'état-major », où le centrage se fait sur les tactiques de communication, avec une terminologie de plans de bataille et le vocabulaire du marketing qui désenchante la politique. Est-ce bien la mission du journalisme politique ? ■

**Arnaud Mercier**

*Laboratoire Commission et politique du CNRS  
Université de Nice*

