



Le rôle des médias dans la question publique: l'oeuf ou la poule?

Par Jacqueline Fastrès

Dans une contribution précédente, parlant de la dynamique associative et de la construction de réseau, Jean Blairon écrivait : « Un des rôles essentiels d'une association innovante consiste à faire accéder à l'agenda politique la problématique pour laquelle elle se mobilise ; cette proposition est d'ailleurs en partie réversible puisqu'on peut dire que ce sont en général aujourd'hui les associations et/ou les médias qui contribuent le plus à l'aménagement dudit agenda. »¹. Nous nous proposons ici de nous pencher sur cette dialectique du « et/ou ». Les médias peuvent-ils encore être des media ? En gagnant un accent et un s, ont-ils perdu leur nature d'intermédiaire pour devenir autre chose, et quoi ? En prenant dans la société une place prépondérante, quelle place ont-ils prise *dans* le monde social ? Quelle place laissent-ils *au* monde social ? Et comment le monde social peut-il communiquer avec et par les médias pour faire accéder à l'agenda politique les problématiques qu'il défend ?

Se laisser voir ou se montrer

Le monde associatif le sait : parfois les médias viennent à lui, parfois ils vont à eux. Le contact est parfois contraint, gênant, quand les caméras focalisent sur la crise, le couac, le problème ; parfois, ce contact est appelé de tous les vœux et les conférences de presse attendent désespérément des journalistes qui se font désirer. Communiquer avec les médias, pour les associations, n'est pas un geste anodin : il met sur la scène publique, de façon éphémère mais intense, des réalités qui

se vivaient jusque là dans un cercle restreint, il fait passer de la coulisse à la scène. Ce n'est pas non plus un geste privé : il engage un service, avec des missions, un public, une réputation. Ce n'est enfin pas un geste isolé, mais souvent métonymique, il engage le tout pour la partie, un secteur pour un service, et une minute de reportage peu flatteur dans un JT peut occulter des années de patient labeur de tout un monde. C'est pourquoi il importe d'avoir un regard clair sur les enjeux de la communication médiatique.

La question publique, un processus

Le travail social est fait de gestion de crises : crise de l'adolescent qui « pète les plombs », urgence de la famille dans la rue, etc. Il s'agit de crises personnelles, qui peuvent être des réponses à des violences invisibles, ou des conséquences de violences structurelles comme le chômage, le prix du logement. Pour C.W. Mills,² ces crises sont des « épreuves personnelles de milieu ». Journalistiquement parlant, il arrive que certaines de ces crises (un nombre restreint) attirent l'attention des médias. Parfois, elles n'obtiendront pas d'autre statut que celui de fait-divers, rapidement évoqué puis laissé aux oubliettes ; parfois, elles vont acquérir le statut d'information et entrer dans la carrière réservée à celles-ci : surexposition, commentaires, appel à expertises diverses. La façon dont elles sont signalées aux médias (pour avoir la valeur de scoop) est sans doute pour quelque chose dans le statut en question.



Pour CW Mills, les épreuves personnelles de milieu peuvent, à certaines conditions, devenir des « enjeux collectifs de structure sociale », bref devenir des questions publiques, parce que adoptées par la population. Les raisons de cette légitimation collective sont multiples.

- la quantité et la récurrence des faits : un phénomène touche tant de personnes qu'il ne peut plus être considéré comme isolé, le chômage, par exemple ;
- l'intensité du fait, sa brutalité, sa charge émotionnelle : Julie et Mélissa sont sorties de l'ombre des faits-divers pour devenir emblématiques ; plus récemment, c'est l'affaire Van Holsbeeck qui a pris le relais.
- le côté exemplaire du fait, qui relève d'une question de société (les sans-papiers, sans-abri, etc. ;)

Il faut qu'il y ait une traduction des « épreuves personnelles de milieu » pour que s'opère une « adoption » et qu'elles deviennent des « enjeux collectifs de structure sociale ». Pour Julie et Mélissa, la traduction en « affaire Dutroux » a permis que la lutte contre la pédophilie sorte de l'ombre et cesse d'être l'affaire de quelques experts pour devenir un enjeu de société. Dès la formulation d'une question publique, un pli institutionnel décisif est pris puisque la question est alors portée à l'agenda politique : les autorités ne peuvent pas rester « sans rien faire », les priorités sont bousculées, on débloque de l'argent, on crée des services.

On peut synthétiser ainsi cette chaîne de causalité :

épreuve personnelle de milieu > traduction > adoption > enjeu collectif de struc-

ture sociale > question publique > mise à l'agenda politique.

On voit bien toute l'importance que le stade « traduction » peut avoir, puisqu'elle sera déterminante dans la suite des événements. Avec le recul, on peut voir ainsi que le pli pris après l'affaire Dutroux a mené à des réformes qui auraient pu être différentes si la traduction avait été autre. Bien entendu, il est difficile, au moment même et dans le feu de l'actualité, de prendre toute la mesure et l'amplitude du pli en question. Par contre, observer les acteurs qui prennent part à la traduction peut donner à réfléchir sur les éléments qui peuvent infléchir celle-ci dans un sens ou dans un autre.

La question qu'on peut se poser est celle de la place des médias par rapport à la phase de traduction, et le type de coloration que l'intervention médiatique peut lui donner.

1. Des médias intermédiaires

Il est des cas où les médias sont mobilisés par des groupes autour d'une question qui semble dépasser en enjeux de simples épreuves personnelles de milieu. Dans ce cas, les médias arrivent après qu'une traduction ait déjà été opérée, au moins partiellement et sur le fond, par les groupes en question ; ils se font l'intermédiaire de cette traduction et favorisent l'adoption du problème en question publique. Cette position semble assez proche de celle que Michel Callon assigne aux médias dans le fonctionnement d'une démocratie dialogique. Il donne comme exemple la lutte des groupes qui se sont constitués autour des familles de personnes atteintes de maladies rares, et qui, via les médias, ont pu donner de l'écho à une traduction qui se-



rait : la solidarité ne doit pas abandonner les plus malchanceux sous prétexte qu'ils sont peu nombreux et trop coûteux pour la recherche. « Pour que la dynamique d'exploration d'un monde commun s'entretienne, il semble qu'il faille l'intervention du monde associatif, des médias et des pouvoirs publics. Le premier donne aux groupes émergents un début d'existence et de reconnaissance ainsi que de premiers moyens d'expression. Les seconds fournissent une infrastructure qui permet la publicité des prises de positions et des controverses, qu'ils contribuent évidemment à profondément structurer. Les troisièmes assurent le bon fonctionnement des procédures dialogiques en même temps qu'ils servent de recours et mettent en place les structures de coordination ; ils allouent des ressources pour que la recherche collaborative se développe et que les coûts de composition du collectif soient pris en charge. »³

Selon cette définition, le rôle des médias est double : permettre que des débats soient portés à la connaissance du plus grand nombre ; structurer ces débats en leur donnant une forme conventionnelle qui permet des clarifications et une montée en généralité.

Dans ce cas, le schéma serait le suivant :

épreuves personnelles de milieu > traduction par des groupes > Médias intermédiaires > adoption > enjeu collectif de structure sociale > question publique > mise à l'agenda politique.

Le rôle des médias serait alors par excellence celui d'intermédiaire, au sens que la sociologie de Michel Callon et consorts lui assigne : celui qui est « entre », qui permet le lien, la connexion, l'intéressement

des parties, en permettant de structurer une traduction qui possède déjà un contenu mais qui cherche encore à se donner une forme.

Les limites : les lois du champ médiatique

Cependant, la démarche n'échappe pas aux lois du champ médiatique, en particulier en télévision. Et d'abord, à la loi de l'audimat et du spectacle. Pour reprendre des exemples proches de celui évoqué par Callon (les maladies rares), la démarche, pour prendre vie dans les médias, devra se couler dans de grands shows comme le télévie, le téléthon, Opération 11.11.11, Cap 48, etc. La mobilisation doit être spectaculaire, avec des chanteurs, des acteurs, des animateurs, car il faut non seulement interpeller les téléspectateurs sur la cause défendue, mais aussi tenir les parts de marché par rapport aux chaînes concurrentes.

L'alternative aux shows, ce sont les images poignantes des victimes.

Rappelons-nous les propos tenus en 1990 déjà, devant la caméra de Patrice Barrat, par PPDA .

« Nous n'avons de place que pour une grosse émotion par jour ou par semaine, on n'a pas la place pour 35 émotions, pour 35 informations principales. ». C'est ce que le présentateur appelle la « théorie de l'entonnoir ». Bernard Kouchner, alors secrétaire d'Etat à l'aide humanitaire, ajoutait, dans la même conférence : « Le recueil et la quantité de fonds recueillis dépendent très étroitement, malheureusement ou heureusement – c'est comme ça, et on reparlera du Téléthon – du poids de l'image. Si bien que les ONG, avec des maisons



spécialisées de publicité et de communication savent très bien quel sera l'argent recueilli en fonction de la dramatisation et de l'intensité de l'image. On sait très bien qu'une petite fille qui pleure rapporte plus d'argent qu'un petit garçon qui ne pleure pas, et qu'une petite fille qui saigne rapporte encore plus. » Pas d'image, pas de question publique. C'est ce qui est arrivé pour la famine au Soudan, en 1988, qui fit 250.000 morts dans l'indifférence totale parce que les images manquaient et, par voie de conséquence, la machinerie télévisuelle n'étant pas alimentée, l'information était inexistante. Patrice Barrat réalisa ce film « Famine fatigue ou le pouvoir de l'image », véritable coup de poing, qui a gardé toute sa pertinence, pour poser la question fatidique : qui décide ce qui devient ou ne devient pas un événement pour la communauté internationale ? Les médias, les politiques, les associations ? Et qui, décidant que 250.000 morts sans image ne constituent pas un événement, additionnant la fameuse « loi du mort/kilomètre » et la tyrannie de l'image, renvoie la souffrance d'une population entière à un statut d'épreuves personnelles de milieu cumulées ?

Avec la théorie de l'entonnoir, qui filtre les informations méritant d'être données en pâture à notre « grosse émotion » par jour, on voue à l'inconnu d'autres informations tout aussi pertinentes, et avec la surenchère émotionnelle des images choc, on surexpose, jusqu'à la brûler, la substance même de la problématique qu'on veut mettre en lumière. Surtout, c'est toujours l'émotion qui sera privilégiée devant la réflexion, la raison.

Constat interpellant, bien sûr, pour les associations. Comment « ajuster le tir » pour

pouvoir faire passer un message, le rendre désirable aux yeux des médias sans faire trop de concessions, ou du moins des concessions qui restent décentes, à cette loi médiatique du tout à l'émotion ? Et aussi, comment « rectifier le tir », une fois qu'un certain pli a été pris, comme nous l'avons montré dans une autre contribution à propos de l'affaire van Holsbeeck ⁴ ? Ainsi, le point de vue des victimes, pour légitime qu'il soit, a, depuis l'affaire Dutroux, obtenu le statut de traduction automatique de toutes affaires du genre ⁵, rendant bien malaisée toute possibilité d'une traduction différente mais mieux appropriée. L'effet de cadrage, au sens que donne à ce terme la psychologie sociale (un cadre cognitif présenté comme approprié pour réfléchir sur un sujet), rejoint ici l'effet de cadrage au sens médiatique (une délimitation du champ et du hors-champ), pour cadenciser le point-de-vue qu'on appliquera à la problématique. Que de biais cognitifs peuvent-ils s'ensuivre !

2. Des médias traducteurs imposés

Autre cas de figure qui tend à se multiplier : les médias, traquant le sensationnalisme de certaines épreuves personnelles, les montant en épingle, les interprétant, sautent une étape de la chaîne et se font les traducteurs imposés d'une thèse qui n'est encore portée par personne. C'est ce que Bourdieu nomme « l'effet de réel », une construction sociale de la réalité capable d'exercer des effets sociaux de mobilisation ou de démobilitation. On va vers un univers où le monde social est non seulement décrit, mais prescrit par les médias, dont la puissance d'évocation devient un instrument de création de la réalité.



Thierry Guilbert⁶ analyse « comment les médias écrits constituent leurs propres représentations de l'événement en connaissance partagée » et postule « qu'il existe des formes discursives permettant d'imposer des cadres de perception ou de créer de nouvelles connaissances partagées ». En analysant de nombreux articles issus de quotidiens et hebdomadaires français à propos des conflits sociaux de 1995 et de 2003, il a relevé les nombreuses tournures sémantiques qui, loin de seulement colorer un discours, imposent insidieusement une véritable doxa au public. Ainsi, il montre que le terme « réforme » et ses dérivés, dans une connotation majoritairement positive, augmente notablement entre 1995 et 2003, rendant symboliquement le concept évident. « L'effet d'évidence, en tant que forme de persuasion contraignante, est utilisé par le discours médiatique néolibéral pour constituer des représentations *toujours-déjà* partagées ». La télévision n'est pas en reste, et les sémiologues s'inquiètent du « bruit médiatique » de certains thèmes, comme celui de la violence ou de l'insécurité dont on a vu, en France, les conséquences lors des campagnes électorales : en 2001, le thème de l'insécurité a fait 10 fois plus de bruit médiatique que le chômage⁷. Six ans plus tard, Nicolas Sarkozy bénéficiera largement de ce terrain si bien préparé.

Dysmorphie médiatique

« Faisons une autre hypothèse » dit Hassina Mechai : « et si certains médias présentaient toutes les caractéristiques de la dysmorphie ? En psychiatrie, ce terme désigne une perception fallacieuse et pathologique de son corps ou d'une partie de son corps. Les troubles alimentaires, telle l'anorexie, s'accompagnent typique-

ment de cette dysmorphie corporelle. Sur le même thème, les médias souffrent-ils de dysmorphie dans leur perception d'un corpus social dont ils sont censés rendre compte de façon réelle ? Tout porte à le croire... »⁸ C'est ce que pointait déjà Patrick Champagne dans son article « la vision médiatique », à propos de la couverture médiatique des « événements » des banlieues. « Ce point de vue d'étrangers qui, comme tout le monde mais avec des conséquences autres, importent plus ou moins consciemment dans leur vision leur jugement de classe et perçoivent cette réalité à partir de leur catégories journalistiques constitue en fait un obstacle à la recherche de véritables solutions aux problèmes bien réels qui se posent dans ces zones ». ⁹ Quinze ans plus tard, en 2005, Patrick champagne faisait ce commentaire : « La stigmatisation médiatique des « banlieues » et plus exactement de la jeunesse des quartiers populaires n'a pas cessé depuis 1990. C'est à peine si elle a varié ses thèmes, en s'amalgamant aux représentations médiatiques de l'islam et de l'islamisme, de la délinquance et du terrorisme. Dix ans d'intensification d'une forme de violence qui en rendant visible la violence visible n'en rendait que plus invisible la violence invisible. ».¹⁰ La télévision cache en montrant, disait Pierre Bourdieu.

Une autre donne importante est la concurrence acharnée que se livrent les médias, et on peut s'interroger sur la précipitation qu'ils mettent à « sortir » certaines affaires pour être les premiers. On saute une étape, qui est celle de l'adoption par le public, et on provoque le pli politique immédiat. La presse « publie » l'affaire, et la question n'est plus alors une question



publique mais une question publiée¹¹, qui, en appelant la réaction du politique, provoque a posteriori l'adhésion du plus grand nombre, l'adoption étant une conséquence du processus et non son moteur. Les médias qui devraient être porteurs ou facilitateurs de traduction sont en fait alors des précipitateurs de traduction (au sens chimique du terme « précipité » désignant une forme de dénaturation, mais aussi au sens cynétique de vitesse), et par un retournement de sens, donnent à l'accident (le fait divers, inclassable) un statut d'essence.

Notre schéma se présente alors comme suit :

Epreuve personnelle de milieu > médias traducteurs dysmorphiques > question publiée > précipité de sens > mise à l'agenda politique > adoption en doxa (croyance partagée).

Dans ce cas de figure, l'associatif est encore plus en porte-à-faux, puisqu'il n'a pas de place du tout, si ce n'est celle de protestation éventuelle, qui ne trouve pas dans tous les médias, bien entendu, la chambre d'échos qu'on pourrait espérer. Dans bien des débats qui suivent ces faits publiés, les associations sont prises au piège de l'argumentation : elles cherchent à convaincre, à faire appel à la raison, à formuler une thèse, bref à construire une stratégie argumentative, qui demande un temps de développement, temps qui ne leur est jamais accordé. Le discours de persuasion, qui est celui des annonceurs publicitaires, faisant appel aux sentiments et aux émotions, semble être devenu le discours dominant dans l'argumentaire médiatique, car il est le seul qui ne demande pas un long développement.

Et dans cette joute rhétorique, la naturalisation des cadres de perception n'est pas la moindre des plaies à combattre. Pour tenter de comprendre ce qui nous « tombe dessus », nous faisons appel à des cadres de perception de la réalité¹², qui sont de deux types : les cadres naturels, non pilotés, sans intention préalable, et les cadres sociaux qui nécessitent un pilotage humain conscient. La manière dont nous percevons les cadres dans lesquels des événements se passent influencent notre expérience individuelle de la vie sociale. Thierry Guilbert¹³ montre comment les médias, en « naturalisant » des cadres de perception, peuvent provoquer une réinterprétation du sens de l'événement en leur donnant une dimension d'évidence. « Les cadres naturels possèdent trois caractéristiques essentielles en ce qui concerne l'effet d'évidence : étant naturels, ils paraissent vraisemblables, n'ayant ni « cause ni intention », ils semblent neutres, déterminés par un univers « purement physique », ils apparaissent inévitables ». La mondialisation, par exemple, est souvent montrée comme un élément naturel, inéluctable, non provoqué mais subi, à peu près comme une tempête tropicale. L'auteur indique que l'énonciation de cadre naturel doit comporter trois éléments caractéristiques : une desubjectivisation (le « nous » qui généralise), un élément naturel en position d'actant (c'est-à-dire un élément présenté comme non piloté mais cause d'un problème) et une modalité véridictoire, qui peut se marquer de diverses manières (un verbe – il y a, il existe –, un ancrage dans l'ici et le maintenant – nous, aujourd'hui-, un mode constatatif, le présent d'énonciation, etc.). Le discours médiatique y recourt fréquemment.



Pour pouvoir combattre cet effet d'évidence induit par cette naturalisation des cadres de perception, il importe de les « dénaturer », leur rendre leur dimension de cadre social, c'est-à-dire rendre à l'ordre des choses sa vraie dimension, ses vrais rouages, pointer la véritable origine du problème. C'est ce qu'a tenté de faire, à propos de l'affaire Van Holsbeeck, le Délégué général aux droits de l'enfant, dans une interview à *Matin première*¹⁴ : « il serait très surprenant que des jeunes soient plus violents que la société qui les engendre, ils n'ont aucun pouvoir, aucun pouvoir législatif, aucun pouvoir électif, aucun pouvoir médiatique, ils n'ont aucun

pouvoir. ». Voilà qui laisse à penser sur l'effet d'évidence et la naturalisation de la « montée de violence des jeunes ». Encore faudrait-il pouvoir développer ces argumentaires envers et malgré le « pouvoir médiatique ». Mais ne s'agit-il pas de la tâche même d'une démarche scientifique (qu'elle s'appuie sur la sociologie ou sur l'analyse institutionnelle par exemple), qui est loin de s'exercer indépendamment des rapports de force et des relations entre acteurs, aussi inconfortable que cela puisse être ?



Notes

- ¹ Jean Blairon, Dynamique associative et construction de réseau. Quelques points délicats, Intermag mai 2008 : <http://www.intermag.be/images/pdf/dynamonde.pdf>
 - ² L'imagination sociologique, Paris, la Découverte, 1997, p.10.
 - ³ Callon, Lascoupes et barthes, Agir dans un monde incertain. Essai sur la démocratie technique, coll. la couleur des idées, Seuil, Paris, 2001.
 - ⁴ Le Délégué Général aux Droits de l'enfant à *Matin Première* : seul face aux fauves ?, par Jean Blairon, <http://Mwww.intermag.be>
 - ⁵ encore que les amalgames soient fréquents, les deux affaires étant fort différente.
 - ⁶ <http://absp.spri.ucl.ac.be/documents/Guilbert.pdf>
 - ⁷ "Violences" sur petits écrans (2): Le bruit, in acrimed/ action critique médias <http://www.acrimed.org/article308.html>
 - ⁸ Hassima Mechai, Médias et banlieues: les faiseurs d'opinion, In Art et fact
- Info, cité par <http://www.acrimed.org/article2251.html>
- ⁹ in *La misère du monde*, sous la direction de P. Bourdieu, Paris, le Seuil, 1993, p.73.
 - ¹⁰ cité par Acrimed.
 - ¹¹ Il n'est pas inutile de rappeler la définition des termes d'après le Robert : pour « public », la première signification est « qui concerne le peuple pris dans son ensemble ; qui appartient à la collectivité sociale, politique et en émane ». Publier quant à lui signifie « faire connaître au public, par la parole, par les écrits ». Dans la version du schéma que nous évoquons ici, le terme « public » serait quasi réduit à son acception de « connu de tous, notoire, officiel », ce qui lui enlève toute dimension d'appartenance et d'émanation présente dans la première définition, bref sa dimension politique.
 - ¹² Le concept est d'Erwing Goffman, *Les cadres de l'expérience*, éd. de Minuit, coll. Le sens commun, Paris, 1991.
 - ¹³ Thierry Guilbert, op. cit.
 - ¹⁴ Jean Blairon, op cit.