

## **ESPACES PRIVÉS À USAGES POLITIQUES LA "PSYCHOLOGISATION" DE LA SCÈNE POLITIQUE**

PAR

Eric DARRAS

*Allocataire de recherche-moniteur (CURAPP-CNRS)*

*"Un homme qui sait la Cour est maître de son geste, de ses yeux et de son visage : il est profond, impénétrable ; il dissimule les mauvais offices, sourit à ses ennemis, contraint son humeur, déguise ses passions, dément son cœur, parle, agit contre ses sentiments"* ; quelques pages plus loin, La Bruyère poursuit : *"Dans cent ans le monde subsistera encore en son entier : ce sera le même théâtre et les mêmes décorations ; ce ne seront plus les mêmes acteurs"*<sup>1</sup>. Trois cents ans plus tard, la prédiction ne semble pas avoir perdu de son actualité. Si le théâtre de la politique n'est plus la Cour mais la télévision, la domestication des passions, étudiée par N. Elias<sup>2</sup>, demeure un impératif de la rhétorique corporelle de l'homme politique : qui pourrait prétendre gouverner l'Etat, et *a fortiori* les hommes, s'il ne sait gouverner son corps ?<sup>3</sup> Dès lors, l'essentiel du travail sur soi de l'entrepreneur en re-présentation (de soi, des autres ; et au double sens théâtral et politique) consiste à simuler (faire paraître comme réel ce qui ne l'est pas : signifier "je suis le groupe"<sup>4</sup>) et dissimuler (ne pas laisser paraître ce qu'on éprouve) au dehors ce qui se passe en dedans du corps.

---

1. La Bruyère, "De la Cour" dans *Les caractères ou les mœurs de ce siècle*, Paris, Garnier, 1828 (vers 1687), p. 141 et 169.

2. Elias (N.), *La société de cour*, Paris, Flammarion, 1985 (1933) ; *La civilisation des mœurs*, Paris, Calmann-Lévy, 1973 (1939) ; *La dynamique de l'Occident*, Paris, Calmann-Lévy, 1975 (1939).

3. Voir Haroche (C.), "Se gouverner, gouverner les autres", *Communications*, 58, 1993, pp. 51-69.

4. Bourdieu (P.), *Choses dites*, Paris, Minuit, 1987, p. 190.

Pourtant, la sphère privée du professionnel de la politique semble devoir satisfaire de plus en plus aux exigences de publicité d'un "nouvel" espace public politique, friand d'"intimités publiques"<sup>5</sup> des hommes de pouvoir. Plusieurs niveaux d'intimité de l'homme politique, plusieurs espaces privés peuvent, en effet, être distingués : les médias, la télévision particulièrement, s'intéressent ainsi, non seulement à la vie privée, à l'intérieur domestique, mais aussi désormais au for privé de l'homme politique, à son "espace psychologique".

En premier lieu, la télévision confère au visage une importance cruciale : les gros plans ne menacent-ils pas alors l'exigence de maîtrise de soi de l'homme politique ? Le corps de l'homme politique exhibé à la télévision est celui d'un homme-tronc, la moitié supérieure d'un corps immobile. La présentation de soi des *talking-heads* consacre l'importance politique et stratégique du visage et donc l'impératif d'autocontrôle des affects. Car c'est sur le visage, cette (sur)face signifiante, que s'extériorise le plus lisiblement ce qui est vécu (ou faussement vécu) à l'intérieur du corps : la joie, la colère, l'émoi, l'angoisse, bref les émotions. Toutefois, l'économie pulsionnelle de l'homme politique ne semble guère menacée par les mises en scène des émissions politiques, où les modalités de la présentation de soi sont largement routinisées. Le visage est, dès le XVI<sup>e</sup> siècle, "au cœur des perceptions de soi, des sensibilités à l'autre, des rituels de la société civile, des formes du politique"<sup>6</sup> ; les exigences techniques du média-télévision semblent renforcer les mutations de la rhétorique politique induites par le processus de civilisation au cours duquel la lutte politique devient une lutte symbolique, fondée sur l'autocontrôle, l'observation de soi et de ses semblables.

Mais ce n'est pas tant le gros plan qui inquiète que "l'interview hard" de Jack Lang dans *Supersexy* (16/9/87), la participation de nombreux professionnels de la politique venus en couple livrer des secrets d'alcôves sur le plateau de *Tournez Manège*, les pleurs du ministre de la santé Michèle Barzach qui retrouve en direct, en gros plan et sous les applaudissements du public, son "nounou" marocain "perdu de vue" depuis plus de trente ans pour la séquence "surprise" de l'émission de Jean-Pierre Foucault *Sacrée Soirée*, etc. Autant d'événements médiatiques rapidement diagnostiqués comme constituant les symptômes d'une affection : la "psychologisation" croissante de la scène politique, sorte de récurrence originale de la "politique spectacle".

5. Le Grignou (B.) et Neveu (E.), "Intimités publiques. Les dynamiques de la politique à la télévision", *Revue française de science politique*, vol. 43, 6, 1993, pp. 940-969.

6. Courtine (J.-J.) et Haroche (C.), *Histoire du visage. Exprimer et taire ses émotions (XVI<sup>e</sup>-début XIX<sup>e</sup> siècle)*, Paris, Payot, 1994 (1988), p. 9 ; voir également "L'image de soi comme politique", *Le discours psychanalytique*, 17, décembre 1985, pp. 34-37 et Courtine (J.-J.), "Les glissements du spectacle politique", *Esprit*, 1990, pp. 152-164.

En préalable à une explication d'un tel phénomène de psychologisation de la scène politique par la "néo-télévision"<sup>7</sup> (la logique commerciale, la télévision-miroir), par la "post-modernité" ("le procès en personnalisation"), ou encore par "l'exigence démocratique de transparence", il faut peut-être poser l'existence d'usages politiques intéressés du psychologique à la télévision : il s'agirait de réparer le lien politique, légitimer les représentations politiques et la démocratie représentative. Ceux-ci sont repérables, au travers de l'étude de deux épiphénomènes, dans les émissions politiques avec le surgissement à l'écran des émotions du profane victime de l'(in-)action politique ; ainsi que dans une émission qui semble s'être spécialisée dans la psychanalyse télévisuelle des personnalités : *Le divan* d'Henry Chapier, sur lequel vingt professionnels de la politique se sont allongés<sup>8</sup>.

Les promoteurs des magazines politiques de télévision répugnent au sensationnalisme et fustigent la participation des hommes politiques aux émissions de variétés devenues concurrentes. Toutefois, le psychologique n'est pas absent des magazines politiques réputés plus sérieux. Qu'il s'agisse de *Direct*, du *Droit de savoir*, des *Absents ont toujours tort*, de *La marche du siècle*, des soirées électorales récentes..., les émotions surgissent non sur le visage de l'homme politique mais sur celui d'un homme ordinaire, le profane-anonyme, nouvel "acteur" du débat politique télévisé. La rencontre, artificielle, est présentée comme allant de soi : elle s'appuie sur (et accrédite) le mythe démocratique de l'égalité (d'accès à l'espace public ; des ressources discursives et du "poids") des points de vue politiques. Dans ce simulacre de démocratie directe, le profane émotif magnifie d'autant le flegme, la responsabilité et la rationalité du professionnel de la politique. Pour mieux marquer ce contraste, les émissions politiques mettent en scène les corps les plus susceptibles d'émotions, ceux des victimes de l'(in-)action politique. A l'opposé de leurs porte-parole politiques, les corps de ceux qui sont sans voix sont particulièrement sujets à l'expression des sentiments.

### I - USAGES DU PROFANE ÉMOTIF

L'homme ordinaire et sa vie ordinaire sont au cœur des émissions de l'intime et des reality-shows, où "le personnage central de l'émission est un citoyen comme un autre qui ne se distingue ni par son savoir, ni par sa position socia-

7. Le terme est emprunté à Umberto Eco, *La guerre du faux*, Paris, Grasset, 1985, 274 p., p. 141. Le guillemet vise à rappeler le caractère scientifiquement suspect de ces notions : il conviendrait dans un premier temps de prendre pour objet l'évidence même du "nouvel" espace public, de la "néo-télévision" ou du "processus de psychologisation du politique" mais plus profondément encore l'opposition pourtant classique entre le cœur (les émotions) et la raison comme le souligne par exemple J. Favret-Saada, "Weber, les émotions et la religion", *Terrains*, 22, 1994, pp. 93-108.

8. Cette étude intermédiaire s'inscrit dans le cadre d'une convention de recherche signée entre le CURAPP-CNRS et l'INA. Elle n'aurait pu être envisagée sans l'active collaboration des professionnels de l'INATHEQUE de FRANCE. Qu'ils trouvent ici l'expression de mes sincères remerciements.

le<sup>9</sup> ; il est aussi le héros de plusieurs talk-shows (*Ça se discute, Français, si vous parliez ?*, *La grande famille*), des émissions de jeu (*Le millionnaire*, *Le juste prix*), des téléfilms (*L'institut*) et de sitcoms (*Seconde B*, *Hélène et les garçons*, productions françaises très éloignées de *Dallas-Texas*). Certains de ces héros ordinaires, produits du média-télévision, ont un trait commun : ils sont victimes alternativement du "système", de "l'Etat", de la "société", et souvent plus précisément victimes des institutions publiques : police, justice, santé... Dès lors, comme l'indique Dominique Mehl à propos des reality-shows (*Perdu de vue, Témoin n°1...*), la télévision devenue *actrice* prétend parfois déposer, instruire et trouver la solution aux problèmes non résolus par les institutions défaillantes<sup>10</sup>. La multiplication des citoyens ordinaires à la télévision politique peut alors apparaître comme l'effet d'une contamination par les autres produits de la "néo-télévision" (émissions de jeux, sitcoms, reality-shows).

Si, comme le souligne encore Dominique Mehl, la classe politique française (au contraire de l'italienne) reste épargnée par ces intrusions télévisuelles dans le monde de la justice ou de la police, le profane-victime des institutions politiques, des élus de la République, se rencontre toutefois dans les émissions politiques, dès les débuts de la télévision : le magazine *Faire Face* (1960-1962) met en scène des anonymes indirectement victimes de l'(in-)action politique. Une émission sur la santé publique sollicite ainsi le témoignage en direct, face au ministre Joseph Fontanet, de plusieurs personnes victimes de l'hôpital.

### *Réparer le lien politique : un cahier de doléances électronique ?*

Parmi les profanes anonymes invités des émissions politiques, il faut distinguer deux catégories : les profanes élus de la Sofres (ou de l'Ifop...) et les profanes victimes de l'(in-)action politique, invités au titre du préjudice subi qui leur conférerait une légitimité à intervenir dans le débat politique comparable à celle du Ministère Public dans les prétoires. Les premiers, intégrés dans un panel, sont investis d'une autorité liée directement au succès social et politique des instituts de sondages<sup>11</sup> : la technique du panel a la propriété de transmuier un électeur en élu<sup>12</sup>. Les seconds apparaissent comme une variante du malheu-

9. Mehl (D.), "La télévision compassionnelle", *Réseaux*, 63, 1994, pp. 102-122.

10. Une étape supplémentaire dans l'officialisation du reality-show comme substitut de l'institution judiciaire vient d'être franchie puisque le Garde des Sceaux en personne, P. Méhaignerie a accordé un entretien à J. Pradel (*Témoin n°1*, le 5/10/94).

11. Champagne (P.), *Faire l'opinion. Le nouveau jeu politique*, Paris, Minuit, 1990.

12. En 1967, le *journal télévisé* tente une formule intégrant des citoyens, mais c'est depuis *A Armes égales* en 1970, que l'usage du panel s'est durablement imposé à la télévision politique, jusqu'aux récentes illustrations du *rendez-vous de Maastricht* de G. Durand avec F. Mitterrand sur TF1 (3/9/92), aux *rencontres avec le Président* (les 18 et 19 février 1993) sur France 3, aux soirées électorales de 1993 et aux émissions pré-électorales des présidentielles de 1995 sur France 2 ; les élus de la Sofres peuvent concurremment être des victimes de l'(in-)action politique : ainsi le 21 avril 1994, huit des douze profanes élus de la Sofres invités à interroger le Premier ministre E. Balladur sur TF1 sont plus ou moins directement confrontés au chômage. Sur les usages politiques du panel, voir Darras (E.), "Un paysan à la télé.

reux de la télévision humanitaire, décrit par Luc Boltanski. Il existe plusieurs types de malheureux, mais "le bon malheureux est un accusé innocent", tel celui mis à jour par Voltaire dans l'affaire Calas<sup>13</sup> ; la victime innocente de l'(in-)action des professionnels de la politique pourrait bien s'inscrire dans cette filiation.

Les victimes de l'(in-)action politique peuvent, bien sûr, être des chômeurs, seules figures récurrentes à la télévision politique du profane victime, mais aussi, au gré des mécanismes de la constitution politique et médiatique des enjeux politiques : des infirmières, des agriculteurs, des victimes d'attentats terroristes, des jeunes des banlieues, des sans domicile fixe, des routiers, des usagers du train ou encore des personnalités profanes, vedettes du spectacle victimes d'une réforme de leur régime assedic, etc... Les exemples sont multiples : certains sont pittoresques (C. Dechavanne invite dans *Ciel mon mardi* une prostituée qui a des démêlés avec le fisc), d'autres sont plus solennels (le premier ministre R. Barre est confronté, dès 1981, à des chômeurs de longue durée sur un plateau de télévision). Ce phénomène de promotion télévisuelle de l'expérience profane est souligné indirectement par les caricatures du profane populaire proposées par le *Bébête-Show* sous les traits de G. Jugnot, par quelques marionnettes de jeunes des banlieues dans *Les Guignols de l'info*, par la séquence des *Deschiens* sur *Canal Plus* et dès le début des années quatre-vingt par "Monsieur Glandu", le français moyen revendicateur pastiché par T. Le Luron.

### *Le contraste*

A l'inverse de l'homme ordinaire, la solennité s'impose au corps de l'homme politique comme marque du pouvoir. La division du travail (sur soi) entre acteurs et spectateurs (pseudo-acteurs) sur les plateaux des magazines politiques rappelle celle des grandes cérémonies : ainsi, lors du mariage du Prince Charles et de Lady Diana, "le rôle du public est alors celui qui consiste à réagir, à faire preuve d'émotions. Face à cette spontanéité, les acteurs de l'événement (les mariés en particulier) maîtrisent leur propre émotion"<sup>14</sup>. Sur le plateau des émissions politiques, le professionnel de la politique peut tenir le rôle de l'expert face au profane-anonyme. Les débats avec participation du public étudiés par Sonia Livingstone et Peter Lunt<sup>15</sup> s'articulent autour de l'opposition savoir profane/savoir expert : plusieurs variantes de cette opposition fondamentale apparaissent, parmi lesquelles l'antagonisme précité émo-

(suite note 12) Nouvelles mises en scène du politique", *Réseaux*, 63, 1994, pp. 75-100. La télévision utilise, depuis ses débuts, d'autres procédés interactifs : SVP, micro-trottoirs, public participant, sondage, sondage minitel instantané. Sur cette "démocratie télématique", Neveu (E.), *Une société de communication ?*, Paris, Montchrestien, 1994, pp. 56 et ss.

13. Communication de Luc Boltanski au séminaire du Curapp, 18 juin 1993.

14. Dayan (D.) et Katz (E.), "Rituels publics à usages privés", *Annales ESC*, 1, 1983, pp. 3-20.

15. "Un public actif, un téléspectateur critique", *Hermès*, 11/12, 1993, pp. 145-157.

tif/rationnel qui, contesté et renversé au profit d'une glorification de l'expérience ordinaire, peut devenir opposition authentique/aliéné, pertinent/non pertinent ou encore profond/superficiel.

Les émotions de l'invité brut s'énoncent à la télévision comme une manifestation authentique du réel et du vécu. Ce qui est vrai du profane l'est aussi du professionnel de la politique. La spontanéité des réactions émotives face aux questions, notamment personnelles, des journalistes, authentifie la sincérité de l'homme politique : lorsque, dans *L'heure de vérité*, Laurent Fabius est interrogé par Albert du Roy au sujet de l'assassinat de son ami Jacques Perrot, le premier ministre "devient blême. Esquisse de la main comme un geste d'impuissance, ou de rage. Tourne la tête, cache son regard. Et enfin, les larmes aux yeux, répond d'une voix brisée : " quelle importance ? Jacques Perrot était mon ami depuis vingt-cinq ans, mon plus proche ami. Je voudrais simplement que dans tout le bruit qui l'entoure on pense un peu plus à lui, qui est mort, et au chagrin de ceux qui l'aimaient"<sup>16</sup>. Le succès que les mises en scène intimistes rencontrent auprès des hommes politiques trouve une explication dans cet effet d'authenticité des émotions. Ce "parler-vrai" est utile aux membres d'une classe politique particulièrement soupçonnée devant la multiplication des affaires.

Seconde signification possible : l'image de la victime remplit une fonction de déclencheur émotionnel (à distance mais aussi sur le plateau<sup>17</sup>). La mise en scène de celui-à-qui-c'est-arrivé, faciliterait l'identification-projection du téléspectateur avec la victime sur le plateau ; la pitié constitue un vecteur puissant du lien à distance et toute l'histoire de la télévision peut être considérée sous l'angle d'une recherche obsessionnelle du contact avec le téléspectateur.

Autre vertu du malheureux, sans doute plus inavouée qu'inconsciente chez les professionnels de la télévision, la condamnation tacite du zappeur (il s'agit de le rendre honteux) ou de l'indifférent qui éteint ou néglige son poste de télévision : "face à la souffrance cette conduite ne va pas de soi car celui qui l'adopte peut être accusé d'indifférence (ou s'en accuser lui-même). Or, comme nous l'avons vu, la connaissance de la souffrance pointe vers l'obligation d'assistance"<sup>18</sup>. C'est bien le moins que de consacrer quelques instants de son temps au malheureux à distance. L'exhibition du malheureux est surtout une garantie, du fait de cette obligation morale d'assistance au moins passive, d'attention soutenue du téléspectateur. Or, si le téléspectateur imaginé par les

16. *Télérama*, n° 1879, 15/01/1986, p. 50.

17. Jean Mouchon relate par exemple l'échec de la confrontation entre F. Mitterrand et une rescapée mutilée de l'attentat de la rue de Rennes sur le plateau de C. Ockrent : le Président de la République déclare : "moi, je préfère me taire comme on se tait devant la douleur et le chagrin de ceux qu'on aime", *Bulletin du Certeic*, 10, 1989, "Le jeu de pouvoir dans les magazines d'information politique", pp. 47-60, p. 51. Cette convocation de l'image forte est aussi l'arme spécifique des journalistes de télévision dans la lutte qui les oppose aux hommes politiques, pour la définition légitime de la réalité politique.

18. Boltanski (L.), *La souffrance à distance. Morale humanitaire, médias et politique*, Paris, A.-M. Métailié, collection Leçons de choses, 1993, p. 38.

journalistes politiques est motivé, silencieux, immobile et rationnel, hyper-réceptif, les annonceurs sont, eux, par obligation professionnelle, moins crédules. Le malheureux convertit le téléspectateur en voyeur attentif, et en particulier, en voyeur des messages publicitaires.

La pitié induite par l'exhibition télévisuelle des victimes de l'(in-)action politique provoque deux types de réactions : l'indignation et/ou l'attendrissement<sup>19</sup>.

### *L'ogre, la princesse et le héros*

Avec la dénonciation, la souffrance est "injuste" ; les responsables de l'émission suggèrent l'accusation d'un persécuteur politique (individuel ou collectif). C'est l'exemple de *Médiations*, où un profane furieux invective les hommes politiques : "vous attendez quoi pour faire des lois Messieurs ? vous attendez quoi ?" (le générique de ce magazine de François de Closets recense d'ailleurs la quintessence des expressions émotionnelles des profanes anonymes invités de l'émission), de l'éphémère magazine de P. Amar, *Audit*, où le ministre de l'Education nationale, L. Jospin fait face, à Ris-Orangis, aux manifestants lycéens (6/11/91) ou encore de *La marche du siècle* qui confronte (jusqu'en 1993) l'invité politique et des profanes-anonymes, dont certains sont directement présentés comme victimes innocentes de l'(in-)action politique, etc...

### *La bonté*

Le recours au sentiment relève d'une approche différente, le malheur y est "touchant". Lorsqu'un agriculteur du Gers pleure en gros plan et zoom-avant sur le plateau du magazine *Les absents ont toujours tort*, la presse écrite reconnaît à G. Durand le mérite d'avoir mis en scène cette souffrance exemplaire (et d'avoir ainsi facilité une prise de conscience : le "montreur" peut être un "bienfaiteur"), plus qu'elle ne montre du doigt le coupable implicite : le personnel politique. Le bienfaiteur peut être le journaliste lui-même. Mais, lorsque la mère de la petite Karine (fillette violée et assassinée en septembre 1994) questionne Pierre Méhaignerie en direct, pour *Le droit de savoir*, des larmes dans la voix et dans les yeux, la "gratitude du malheureux" pour le ministre de la Justice instigateur du projet de loi sur la peine incompressible est revendiquée : "de toutes façons la peine de mort on ne peut pas l'avoir". C'est la logique du sentiment qui disjoint l'émotion, du malheureux, pour magnifier la figure du bienfaiteur politique. La formule peut connaître une intensité émotionnelle nettement moindre. Lorsque les professionnels du spectacle se liguent contre le rachat par une banque et la destruction éventuelle de l'Olympia, J. Lang prévient, magnanime (après un documentaire historique sur la salle de spectacle et les témoignages émus de plusieurs "gloires de

19. Le développement suivant s'inspire directement des travaux de Luc Boltanski sur les topiques de la souffrance (dénonciation, sentiment, esthétique), *ibid*, particulièrement pp. 91-141.

l'Olympia") sur le plateau de Sacrée Soirée (6/1/93) : "je vous annonce que demain je demande une instance de classement en monument historique" ; l'animateur J.-P. Foucault regarde alors la caméra : "C'est une grande nouvelle ! vous êtes les premiers (...)" ; les personnalités profanes ex-victimes de l'(in-)action politique reconnaissent immédiatement (en direct) la grandeur (d'âme et l'étendue de son pouvoir) de leur bienfaiteur : "je suis satisfait" (M. Sardou), "je vous remercie" (M. Leeb), "je suis heureux" (F. Cabrel) "je suis heureux, je nage dans la joie, je remercie Monsieur le ministre" (C. Trenet). Tout se passe comme si ces récits politiques retrouvaient les grandes figures des contes de fées : l'ogre (qui n'est pas systématiquement l'homme politique), la princesse (le profane) et le héros (le journaliste qui dévoile ou l'homme politique qui délivre).

L'homme politique comme homme public se caractérise depuis plusieurs siècles par une maîtrise de soi presque parfaite. Les magazines politiques de télévision contemporains, hyper-ritualisés, perpétuent la tradition : "l'espace psychologique" de l'homme politique n'y surgit qu'exceptionnellement, à l'inverse de celui du profane émotif invité à comparaître devant l'écu. Néanmoins, quelques professionnels de la politique participent à des émissions à coloration psychologique plus ou moins affirmée, comme celle du *Divan* d'Henry Chapier<sup>20</sup>.

## II - LA MISE EN SCÈNE DU DON DE SOI

*Le Divan* compte vingt hommes et femmes politiques parmi ses invités, soit par ordre chronologique : P. Juquin (5/9/87), R. Pandraud, J. Lang, A. Juppé, S. Veil, E. Cresson, A. Laguiller, A. Peyrefitte, G. Halimi, J.-M. Le Pen, C. Hernu, C. Evin, T. de Beaucé, R. Dumont, W. Jaruzelski, K. Yamgnane, J.-C. Gaudin, B. Pons, S. Royal, J. Toubon<sup>21</sup>.

Emission hebdomadaire, diffusée en fin de soirée à la suite du *Soir 3*, *Le Divan* dure un quart d'heure. L'émission s'ouvre sur une biographie en images précédée d'un bref rappel de la trajectoire politique de l'invité. Un commentaire off accompagne ensuite des photos extraites de l'album de famille de ce dernier et justifie le présent par une reconstruction appropriée du passé

20. L'émission de C. Ockrent, *Qu'avez-vous fait de vos vingt ans ?* relève également, mais dans une moindre mesure, du registre psychologique. Ses invités politiques ont été M. Rocard, B. Tapie, F. Giroud, J. Chaban-Delmas, J. Chirac, A. Pinay et indirectement Danielle Mitterrand. Parmi les soixante éditions de *Quand je serai grand*, on dénombre quelques invitations politiques : R. Bambuck, J. Toubon, M. Barzach, A. Laguiller, J. Attali, L. Fabius et un syndicaliste, A. Bergeron. Dans cette émission de trois minutes, B. Rapp sollicite lui aussi les souvenirs d'enfance de ses invités.

21. L'émission *Le Divan* d'H. Chapier vient d'être supprimée ; la première, avec Amanda Lear, fut diffusée le 4 avril 1987. Cet échantillon de professionnels de la politique ne saurait résumer l'ensemble des interventions "politiques" au nombre desquelles il faudrait ajouter : S. July, F.-O. Giesberg, P. Tesson, M. Gallo mais aussi M. Mercouri, Spike Lee, K. Janda (actrice fétiche d'A. Wajda qui veut "continuer à se battre pour la Pologne à travers le cinéma"), etc.

plus ou moins intime de l'invité politique. L'entretien mené par H. Chapier revisite ensuite l'histoire personnelle de l'invité en quatre saynètes ponctuées par les jingles en images de tableaux représentant Marylin Monroe, Mona Lisa et Freud version pop-art.

Les couleurs chatoyantes du décor, le divan jaune et les panneaux rouges puis bleus, renforcent le caractère superficiel et essentiellement spectaculaire de la "consultation". La musique dramatisante du générique associant le mouvement d'un métronome et les percussions d'une grosse caisse au rythme d'un battement de cœur entend ainsi confirmer la singularité de l'émission. L'absence de public et la clôture complète de l'espace scénique, qui n'offre symboliquement aucun accès aux regards extérieurs, la moquette au sol et les trois tableaux aux cadres dorés de grandes dimensions, ne suffisent pas à créer l'intimité (non voulue) du dispositif de *Bas les masques*. Le mouvement circulaire d'une caméra mobile semble vouloir ausculter l'invité mis en scène de la tête aux pieds, du plan panoramique au très gros plan, de face et de profil, en plongée et contreplongée. Pour autant, le vide<sup>22</sup>, qui remplit un espace scénique délibérément trop grand (grâce à l'utilisation appropriée d'un objectif grand angle), la variété des plans, la luminosité blanchâtre et froide, traduisent encore une volonté manifeste de s'éloigner du secret et de l'intime que suggère pourtant l'intitulé même de l'émission.

Dès l'entrée en matière, les visées analytiques du magazine semblent donc imprécises. Cette indétermination transparait au travers des qualificatifs nébuleux de l'émission ou de son présentateur employés par la presse écrite : "docteur Freud des célébrités" (*Ici-Paris*), "Docteur Chapier ; "psy" ; Docteur Freud" (*France Soir*), "notre bon docteur-confesseur" (*Télé Star*), "psychanalyste du tout-Paris ; le cabinet télévisuel du "psychanalyste" Henry Chapier" (*Le Figaro*), "Monsieur psy de FR3" (*Le Soir*), "un des plus brillants journalistes de la 3" (*Le Méridional*) ; "le psy-couinement d'H. Chapier jouant à l'expert de l'inconscient" (S. Daney, *Libération*), "un quart d'heure de psychanalyse à la petite semaine" (*Le Matin de Paris*), "psychanalyse de bazar ; fatras freudo-kitsch" (*Révolution*). Considérée comme un "dispositif anti langue de bois" ou présentée comme une quasi-psychanalyse (*Le Divan*), l'émission ne saurait tenir ses promesses. L'invité est certes allongé sur le divan, ce qui permet d'exhiber le corps dans son entier, semelles de chaussures comprises. Toutefois, seule cette mise en scène horizontale, aberrante parmi les dispositifs ordinaires de la télévision politique, est réellement contraignante<sup>23</sup> : à l'image des discours fermement maintenus à l'intérieur des frontières du dicible politique<sup>24</sup>, les tenues vestimentaires décontractées ne sont pas de mise ; l'homme politique invité du *Divan* reste conforme aux exigences de représentation de son rôle social.

22. Le vide facilite également le déplacement de la caméra mobile et des câbles.

23. Tous les professionnels de la politique s'allongent à l'exception de W. Jaruzelski qui préfère s'asseoir.

24. Le discours politique est fréquemment semblable à celui reproduit dans les tribunes télévisuelles expressément politiques.

Le for intérieur des hommes politiques ne se laisse donc pas saisir aisément ; ultime retranchement de l'intériorité, l'exhibition du for intérieur cède le pas à d'autres niveaux d'intimités<sup>25</sup> : vie privée et for privé. L'émission diffusée n'est en effet que l'extrait retravaillé au montage d'un entretien plus long (45 minutes environ). D'autre part, le présentateur de l'émission, ancien rédacteur en chef de *Combat* (1959-1978), devenu rédacteur en chef adjoint de *Soir 3*, journaliste et critique cinématographique reconnu, ne dispose pas de l'autorité "scientifique"<sup>26</sup> nécessaire aux prétentions psychanalytiques affichées par le titre de l'émission. Interlocuteur "scientifique" illégitime des professionnels de la politique, H. Chapier revêt alors l'habit du journaliste porte-parole de "l'opinion publique"<sup>27</sup>.

L'ambition de l'émission n'est finalement ni scientifique, ni même journalistique : "le contenu et la démarche sont honnêtes, je les ai toujours valorisés"<sup>28</sup>. Si l'émission est conçue comme un clin d'œil, son créateur voudrait néanmoins que l'on reconnaisse la valeur de sa méthode : "(...) les journalistes (politiques "classiques") n'accouchent pas, je suis un accoucheur, j'ai horreur de pratiquer une inquisition. Ce n'est pas rentable à l'arrivée (...) L'émission d'Arlette Laguiller fut un scoop à sa manière (...) Bernard Pons a fait, de lui-même, l'éloge de Chaban (...), j'ai eu Juquin la veille de son divorce avec le PC (...)"<sup>29</sup>.

### Le grand homme

H. Chapier confie "détester" l'exhibition de la vie privée des personnalités et l'intérêt politique de cette tribune télévisuelle est, en effet, ailleurs : l'émission peut être interprétée comme une entreprise biographique à usage politique. En premier lieu, la mise en scène de quelques attributs psychologiques crédite l'élu de qualités charismatiques (sa "consistance", sa "force de conviction", sa "chaleur humaine", son "talent") propres à le "rendre puissant"<sup>30</sup>.

25. D. Mehl montre également que les invités des reality shows "ne révèlent pas leurs réflexions personnelles et leurs états d'âmes", art. ci-joint.

26. L'émission est conseillée par un numérologue.

27. A la manière des journalistes politiques "ordinaires", H. Chapier recourt au collectif par le pronom "on" ("on dit que") et d'autres procédés discursifs caractéristiques : "Les Français à 100% depuis dix générations savent que (...)" (G. Halimi - 25/11/89) ; "Comment se fait-il que l'opinion publique pense que la maçonnerie (...)" (C. Hernu - 20/1/90). Occupant une position hybride de journaliste-animateur, H. Chapier est parfois contraint de justifier la validité de son statut de journaliste : "je suis devenu journaliste en participant à un concours de débutants en 1949 et en gagnant devant François-Henri de Virieu" (Télé 7 jours, 4/6/87). La convocation de l'intimité demeure le prétexte essentiel de l'habilitation des interlocuteurs non journalistes ainsi autorisés à interroger des professionnels de la politique, à l'instar d'un animateur de variétés, P. Sabatier : L. Fabius intervient dans son émission *Et si on se disait tout* (25/5/90) où la vie privée est largement abordée ; il y est précédé de B. Tapie (23/3/90) ; P. Sabatier s'est également rendu à Gdansk pour y interviewer L. Walesa (23/2/90).

28. Entretien téléphonique avec H. Chapier, 21/12/94.

29. Entretien avec H. Chapier, 21/12/94.

30. Memmi (D.), "Rendre puissant", in *La communication politique*, CURAPP, PUF, pp. 143-162, p. 146. Voir également les contributions de F. Rangeon et Y. Poirmeur.

Les récits de vies politiques largement hagiographiques du *Divan*<sup>31</sup> célèbrent ensuite le self-made man au travers cette rhétorique de l'acteur tellement indispensable aux représentations politiques. C'est encore l'évocation des moments forts de la carrière politique qui réaffirme la croyance en un pouvoir politique aux propriétés démiurgiques, autre représentation collective qui, comme le rappelle Erik Neveu, est une "véritable nécessité doxique du champ politique"<sup>32</sup>. Enfin, ces rationalisations rétrospectives reconstruisent surtout un destin politique<sup>33</sup>, celui d'une trajectoire sociale exceptionnelle toute entière vouée à la carrière politique<sup>34</sup> (voire au don de soi : un évêque aurait ainsi prédit à C. Hernu enfant un avenir d'évêque ou de général d'armée). Alimenté par le dossier de presse qui précède l'émission, le *two step flow* fonctionne et la presse écrite ne manque pas de relayer ces usages de l'autobiographie comme justification de la responsabilité politique obtenue. Ainsi de la reconversion d'un stigmaté chez C. Evin : "C. Evin, ministre de la Santé est l'un des rares à ne pas appartenir à la famille des énarques. D'origine modeste, ce fils de cantonnier de la SNCF a connu dans son enfance les grandes luttes ouvrières des années 50" (*L'évènement du jeudi*, 24/5/90) ; "C. Evin est un ministre atypique. Il n'est pas né à l'Ena mais dans une famille de cantonniers de Loire-Atlantique" (*Impact-médecin*, 25/5/90) ; "fils d'un ouvrier SNCF" (*Télépoche*, 18/5/90) ; "l'un des rares à ne pas appartenir à la famille des énarques et autres bêtes à concours" (*Télémagazine*, 27/5/90) ; "aucun complexe d'Oedipe chez ce fils de cantonnier de la SNCF" (*L'Express*, 11/5/90). L'émission peut accessoirement devenir une tribune offerte aux clarifications des "zones d'ombres du passé" : crédité par le dispositif idéal-typique de l'émission d'une présomption de bonne foi, B. Pons confesse l'implication de F. Mitterrand dans l'affaire de la grotte d'Ouvéa ; C. Hernu ("puisque c'est là une émission de vérité") rappelle qu'il a beaucoup plus aidé

31. Extraits du portrait en image de G. Halimi : "ses combats politiques l'ont fait entrer dans la légende" ; d'E. Cresson qui est "un étonnant animal politique" ou d'A. Sinclair, "l'une des rares figures de notre presse à incarner la liberté d'esprit".

32. Neveu (E.), "Le sceptre, les masques et la plume", *Mots*, 32, 1992, pp. 7-27, p. 13.

33. Les portraits et autoportraits du *Divan* présentent toutes les caractéristiques de l'archétype de la "mauvaise" biographie évoqué par l'ensemble des contributions de *Politix*, 27, 1994 (voir, en particulier, les articles synthétiques de Dominique Damamme et Bernard Pudal). Il convient toutefois de rappeler que l'émission n'a évidemment aucune vocation scientifique.

34. Parmi d'autres signes de la prédestination politique : E. Herriot remet au jeune C. Hernu ses prix scolaires, il le retrouve à la Libération ; de même A. Pinay confie-t-il dans *Qu'avez-vous fait de vos 20 ans ?* qu'E. Herriot était un ami de la famille et qu'il l'appelait "petit". *Le divan* de J.-M. Le Pen est exemplaire quant à la rencontre de l'homme politique avec une "grande cause". Extraits : "fils unique d'un patron pêcheur et d'une paysanne bretonne" (commentaire off - portrait biographique) ; "je suis né à La Trinité qui était une partie de Carnac (...) les plus grands alignements mégalithiques du monde (...) je suis morbihanais à 100% c'est à dire que tous mes ancêtres sont originaires du Morbihan", J.-M. Le Pen commente ensuite le décès de son père, il avait alors 14 ans et devient pupille de la Nation : "le tribunal de Lorient a établi la formule suivante : "la Nation adopte le mineur" ; j'ai donc eu le sentiment que je n'étais pas un petit garçon comme les autres en tout cas pas comme tous les autres : j'étais un petit garçon qui avait avec la France, avec la Nation d'autres liens, des liens de filiation (...) mes devoirs s'en trouvaient alourdis (...)".

les francs-maçons qu'il ne les a sollicités, avoue qu'il n'a pas laissé la police pénétrer dans les locaux de l'armée au moment de l'affaire Greenpeace et confie qu'il a quitté le ministère de la Défense en pleurs.

Qu'il s'agisse de commenter la participation des hommes politiques au *Divan* ou d'interpréter l'irruption du profane dans le débat politique télévisuel, la réception critique oppose, selon une argumentation rhétorique déjà éprouvée au XIX<sup>e</sup> siècle à propos du roman réaliste, deux camps : d'un côté, le courant aristocratique, toujours dénié, personnifié par l'intellectuel qui déplore le désintérêt des français pour les produits "nobles" de la télévision politique et condamne le "misérabilisme" ou la "médiocrité" de ces mises en scène télévisuelles ; à l'autre extrémité on retrouve l'argument populiste de la revanche télévisuelle des sans-grades ("*C'est le public qui tient la plume*" précise P. Le Lay), clamé par J. Pradel formulant, à propos des reality-shows, l'argument démocratique suivant : "*tout cela témoigne d'un insupportable sentiment de supériorité : le public serait abruti. Mais le public, c'est nous tous, qui allons voter dans quelques jours. Pas des sous hommes !*"<sup>35</sup>. Autre prise de position exemplaire, celle d'A. Bercoff, animateur d'un talk-show, Français, si vous parliez ? : "*Je veux que mon émission soit une sorte d'agora, de forum antique (...) Les électeurs aujourd'hui en savent autant que les députés, la télévision participe de la démocratie*"<sup>36</sup>. A cette complaisance populiste font écho nombre d'études (pré-)disposées à épouser les thèses de cette conception médiatique de la démocratie directe.

Plutôt que de trancher le débat, il faut s'interroger sur la généalogie télévisuelle de ces produits, sur les dispositions et les motivations tant des professionnels de la télévision que des professionnels de la politique qui seraient au principe de cet usage télévisuel croissant des espaces privés. La participation des hommes politiques au *Divan* n'est pas la simple conséquence d'une assignation à comparaître lancée par la "néo-télévision" à l'homme politique moderne, victime de la "politique spectacle". *Le Divan* est une prise de position<sup>37</sup> inséparable non seulement de la position occupée dans le champ journalistique par H. Chapier mais encore des dispositions socialement constituées de son principal créateur. Pour autant, une telle émission n'était envisageable qu'au bénéfice d'une conjoncture télévisuelle particulièrement favorable, celle de l'après 1986 marquée par la privatisation de TF1.

Retenons tout de suite que sur un total de trois cent vingt huit éditions du *Divan*, les invitations politiques restent marginales (6% des émissions) ; même si *Le Divan* attire des professionnels politiques de premier plan, il faut remarquer que les présidentiables également sollicités déclinent systématiquement l'invitation : H. Chapier confirme ainsi les refus de B. Tapie, "*en raison*

35. *Le Nouvel Observateur*, 12/3/92, p78.

36. *Libération*, 7/2/94.

37. Une étude approfondie des produits télévisuels pourrait certainement s'inspirer avec profit du modèle de "*la science des œuvres*" développée par Pierre Bourdieu, notamment dans *Les règles de l'art. Genèse et structure du champ littéraire*, Paris, Seuil, 1992.

essentiellement de l'audience"<sup>38</sup>, de V. Giscard d'Estaing "sur les conseils de son entourage", de R. Barre, de F. Mitterrand et de J. Chirac que H. Chapier, a pourtant connu "à science po".

H. Chapier sollicite exceptionnellement les réactions de l'invité au test de personnalité de Rorschach (J.-M. Le Pen), mais ne risque aucune explication spontanée, laissant au seul téléspectateur la responsabilité de la lecture psychanalytique des résultats. Interrogé sur les ambitions analytiques du *Divan*, H. Chapier répond nettement qu'il s'agit d'une simple "démarche psy" : "Je fais une émission de télévision, je ne suis pas Lacan (...) il s'agit de produire un parfum d'analyse, comme une gousse d'ail dans le rôti (...) tout le monde a un regard particulier sur le monde : moi je crois que c'est une façon particulière ("psy") de voir les choses"<sup>39</sup>. Si H. Chapier ne peut se prévaloir de diplômes attestant une compétence au moins formelle, il précise que le "psy" est un "virus personnel" hérité notamment des nombreux déplacements géographiques qui ont marqué son enfance de fils d'avocat international (H. Chapier est né à Bucarest, il a longtemps vécu à Vienne). Très tôt initié à la culture germanique, il lit Freud à 13 ans, "sans en comprendre tout !". Il confie par ailleurs à *France Soir*, à propos de sa mère : "Mon éducation a été la grande affaire de sa vie. Elle voulait faire de moi un homme responsable, il ne fallait pas me "rater". Dans les années 40, à Vienne, elle a donc assisté aux cours de l'école freudienne animés par Otto Dadler (...)" (19/1/90).

Mais les facteurs déterminants de l'entreprise d'H. Chapier sont multiples : les exigences nouvelles de la télévision commerciale sont notamment l'occasion d'une mise en œuvre de ses compétences de chef d'entreprise. La progressive "balkanisation" de la production télévisuelle favorise la réussite de savoir-faire polyvalents, encore inhabituels chez les journalistes de télévision : le responsable d'une émission doit prendre en charge le projet depuis sa gestation ; s'investir personnellement et investir financièrement ; négocier le projet "clés en main", autrement dit dans le jargon indigène P.A.D. (Prêt A Diffuser), avec d'éventuels co-producteurs (ici par exemple le sponsor "Technal") et avec la direction des chaînes (autant de tractations "honteuses" parce que marchandes). Fort de son capital relationnel mais surtout d'une compétence pratique de chef d'entreprise, acquise notamment en qualité de producteur et de réalisateur de films, H. Chapier suggère l'idée du *Divan* aux responsables de FR3, où il a été sollicité en 1978 par J.-M. Cavada.

Comprendre les produits de la télévision suppose à tout le moins de les mettre en relation avec leurs producteurs, même si cette opération ne suffit pas à épuiser l'explication. Pour signifier l'homme ordinaire dissimulé derrière l'homme politique, la télévision, comme les conseillers en communication politique, ont très tôt convoqué des symboles appropriés : le domicile, l'enfan-

38. Audience traditionnellement faible des programmes de fin de soirée : en sept ans, l'audimat oscille entre 200 000 et 2 millions de personnes soit un rapport de 1 à 10, fonction notamment de l'heure de début de programmation qui varie entre 11h et 0h.

39. Entretien avec H. Chapier, 21/12/94.

ce, la famille, les vacances et les loisirs de l'homme politique. Cette similitude des mises en scène aux fins de propagande politique et des mises en scène télévisuelles est instructive.

### *De l'intérieur domestique au for intérieur de l'homme politique*

Pour comprendre le *Divan*, il faut s'intéresser à ses antécédents médiatiques. Une rapide généalogie montre que l'émission d'Henry Chapier semble s'inscrire dans la continuité d'un phénomène aux origines télévisuelles lointaines : l'exhibition des espaces privés de l'homme politique.

La première intrusion de la télévision au domicile d'un homme politique remonte à 1953, lorsque le président du Conseil J. Lainiel invite Pierre Sabbagh et la télévision à l'hôtel Matignon. L'expérience est donc concomitante de la naissance de la télévision politique<sup>40</sup>. En avril 1956, un autre président du Conseil, G. Mollet réitère l'expérience et s'entretient, à la télévision, de la vie quotidienne rue de Varennes. J. Bourdon remarque rétrospectivement : "Il flotte déjà dans l'émission un parfum de *Questions à domicile*"<sup>41</sup>. Il faut ajouter qu'un an plus tard, une édition du magazine *En direct* reçoit P. Tchernia à l'Élysée ; l'émission est filmée par le futur réalisateur de *Questions à domicile*, A. Tarta. Sur le modèle des quelques documentaires rachetés aux télévisions américaines<sup>42</sup>, P. Desgraupes présente le 21 avril 1970, une émission intitulée *Adresse Élysée*, "film exceptionnel en France, retraçant la vie familiale du chef de l'État, chose courante à l'étranger... ce film n'est pas politique"<sup>43</sup> : le téléspectateur peut y voir le Président de la République se promener en tricot de laine, raviver le feu de cheminée, se moucher, prendre son petit-fils dans les bras... Les *living-rooms politics* vont ensuite se multiplier jusqu'à la diffusion à partir de mars 1985 de *Questions à domicile*. La séquence "intimité de l'homme politique" avec la visite pré-enregistrée du domicile y est néanmoins brève, encadrée et "très travaillée"<sup>44</sup>. Consignant "cette psychologisation du politique", Erik Neveu remarque encore que "le sondage qui accompagne chaque visite domiciliaire porte sur des indicateurs plus psychologiques que politiques. Les sondés ne sont pas invités à dire si l'invité est libéral, démocrate ou homme d'appareil, mais ils doivent se prononcer sur les items "Froid, Bavard, Sympathique, Arriviste, Proche des gens"...<sup>45</sup>.

40. Cette expérience est même antérieure à la première émission politique de télévision, *Face à l'opinion* de Pierre Corval, diffusée en 1954.

41. Bourdon (J.), *Haute fidélité. Pouvoir et télévision 1935-1994*, Seuil, 1994, p. 43.

42. Documentaires axés sur la vie privée de R. Nixon (16/01/1969) ou de N. Khrouchtchev ("Une retraite bien tranquille", 28/08/1967) diffusés par le magazine *Panorama*. Source INA.

43. Introduction de P. Desgraupes selon le script de l'INA.

44. Le Grignou (B.) et Neveu (E.), 1994, art. préc.

45. Neveu (E.), "Les émissions politiques à la télévision", *Quaderni*, 16, 1991, pp. 83-99, p. 90.

L'enfance de l'homme politique se voit souvent évoquée par la télévision politique : dès 1970, *A Armes égales* improvise une biographie en image de ses invités conçue notamment à partir de l'album de famille de l'homme politique. La formule est reprise *in extenso*, vingt-cinq ans plus tard, par un autre magazine politique, *Face à la 3*, puis par *Questions à domicile*. Quelques temps auparavant (1983), *Au cœur du débat* sollicite un court autoportrait en image pour chacun de deux invités politiques. Ces exhibitions télévisuelles de l'espace privé semblent invariablement portées au portrait hagiographique. Sans nécessairement avoir recours aux photos de famille, la plupart des magazines politiques depuis *Face à face* (1966) introduisent pourtant l'émission par un récit de vie de l'invité.

L'espace privé peut également être signifié par la famille réunie autour de "l'heureux élu", sur le modèle initial de J. Lecanuet, aux présidentielles de 1965<sup>46</sup>. L'exemple ne cesse d'être suivi : ainsi récemment par S. Royal dans un reportage familial ou Mme Bérégovoy accompagnée de son époux sur le plateau de *Stars 90*, tout comme H. de Charette, M. D'Ornano, H. Bouchardeau, R. Nungesser, G. Sarre, E. Cresson ou L. Mermaz invités avec leurs compagnes et compagnons respectifs à dévoiler des détails parfois intimes de leurs vies de couple, sur les sollicitations de J. Amadou pour la séquence "le ménage de verre" de *Tournez Manège*.

Les vacances sont un autre lieu emblématique de la vie privée. L'étude de Marc Abélès du pèlerinage annuel de F. Mitterrand à Solutré montre ainsi que le rite jadis "intime" est devenu, après 1981, politique et médiatique<sup>47</sup>. La maison de campagne est un autre signe exemplaire : la villégiature de l'actuel premier ministre est ainsi devenue une référence obligée de la presse télévisuelle ; c'est depuis Chamonix que E. Balladur prononce sa déclaration des vœux de Noël pour le journal télévisé de TF1, alors que France 2 n'hésite pas à délocaliser le plateau (et Paul Amar) du journal télévisé de 20 heures, à Chamonix<sup>48</sup>. Autre illustration, lorsque le ministre du Commerce extérieur M. Noir reçoit le ministre allemand de l'Économie, M. Bangemann, dans sa villa de Ramatuelle, le journal télévisé de TF1 (20h, 29/8/87) diffuse successivement les images suivantes : M. Noir plongeant et nageant dans sa piscine, jouant au baby-foot, travaillant au bord de la piscine, puis les deux ministres discutant au détour d'une promenade, jouant tous deux au baby-foot, le chef cuisinier préparant un poulet, puis les deux ministres jouant aux cartes après le repas et enfin M. Bangemann buvant le café.

La simple évocation du terroir originel est une constante du discours politique ; l'union du prophète politique et de sa terre d'élection relève du lieu commun : Ussel et J. Chirac, l'Auvergne de V. Giscard d'Estaing, M. Rocard et

46. Convaincu de l'incidence du mécanisme d'identification-projection des téléspectateurs, le slogan des affiches de Jean Lecanuet est : "En famille, écoutez Jean Lecanuet à la TELEvision".

47. "Rituels et communication politique moderne", *Hermes*, 4, 1989, pp. 127-141.

48. Respectivement le 26/12/93 et le 8/12/93, source SID.

Conflans, F. Mitterrand et sa Nièvre... Élément essentiel des stratégies de présentation de soi de l'élu de premier rang, l'évocation des racines signifie la fidélité et le chemin parcouru (la traversée du désert "français" — la province —) qui le sépare des fonctions capitales qui sont désormais les siennes dans la capitale. L'usage politique de la vie privée des hommes de pouvoir est récurrent, il n'a que l'apparence de la nouveauté : il s'agit vraisemblablement de l'actualisation télévisuelle de pratiques ancrées en profondeur dans l'histoire politique de la France<sup>49</sup>. C'est encore le rite, consigné par les historiens, du journal de la santé du roi qui semble se perpétuer avec les bulletins de santé du Président de la République, livrés religieusement et périodiquement aux médias.

Puisque la télévision française importe massivement ses programmes de divertissement, on pourrait légitimement penser qu'elle s'inspire, en matière politique, des pratiques journalistiques d'outre-Manche et d'outre-Atlantique. Celles-ci exhibent en effet la vie privée des hommes politiques depuis l'origine du média télévisuel. Comme le précisent Guy Lochard et Jean-Claude Soulages, "*le contexte nord-américain favorise d'évidence cette forme de parole télévisuelle exaltant l'individualité et le domaine privé*"<sup>50</sup>. Depuis 1987, l'arrière-petite-fille de S. Freud anime *Pillow Talk* sur *ITV* : les hommes politiques anglais sont nombreux à s'être glissés dans le lit aux draps de soie pour y être interrogés plein cadre et "sur l'oreiller" par Emma Freud. De nombreux exemples attestent néanmoins que les journalistes français ont une conception de leur rapport à la vie privée des hommes politiques très éloignée du modèle anglais. Ainsi par exemple, les aléas de la vie conjugale des grands hommes (on pense au divorce de M. Rocard, prétexte d'une édition du magazine de C. Ockrent *Direct* — "Vie privée, vie publique", 13/11/91 —, aux retombées des déclarations de l'ex-épouse de J.-M. Le Pen, qui pose nue dans un magazine de charme) sont peu repris par la télévision française<sup>51</sup>.

49. Voir notamment Haroche (C.), "Les cérémonies et les rituels de cour : les instruments d'une politique de communication", in *La communication politique*, Paris, CURAPP, PUF, 1991, pp. 183-195.

50. "Les imaginaires de la parole télévisuelle. Permanences, glissements et conflits", *Réseaux*, 63, 1994, pp. 13-38, p. 31.

51. A l'inverse de la Grande-Bretagne et des Etats-Unis où les affaires politiques peuvent prendre la forme de scandales sexuels : ainsi des affaires Parkinson (1983), Gary Hart (1987), G. Bush puis de Bill Clinton (1992), John Major (1993), du Général Peter Harding soupçonné d'une liaison avec la femme de son supérieur hiérarchique ou plus récemment encore de l'affaire Stephen Milligan (1994). D'autres scandales sont plus lointains : Profumo (1963) ou Lambton et Jellicoe (1973) en Grande-Bretagne. Jean-Jacques Courtine apporte des éléments de réponses aux différences de traitements médiatiques des scandales politiques sexuels entre la France et les Etats-Unis : "La dérive de la vie publique. Sexe et politique aux Etats-Unis", *Esprit*, 1994, pp. 51-67.

### *La méconnaissance du public*

Une explication simple de l'exhibition télévisuelle des espaces privés de l'homme politique réside dans son intérêt postulé, commercial et/ou électoral. L'existence même de ces dispositifs peut être recherchée dans la nécessité revendiquée d'une alternative au profond désintérêt des Français pour la politique<sup>52</sup> et *a fortiori* pour les émissions politiques de télévision, réputées "invendables"<sup>53</sup>. Le tirage des magazines spécialisés dans l'exhibition de la vie privée des célébrités est un bon indicateur du réel engouement de nombreux Français pour le "genre" (même si l'on ne peut réduire le succès de la presse "people" à cet unique facteur)<sup>54</sup>. Pour autant, l'exhibition spectaculaire des hommes politiques est aussi une conséquence de la méconnaissance des conseillers en communication empressés de souscrire aux thèses de "*l'abrutissement de «l'homme-des-masses» par les mass-média*". Là où l'homme politique et son conseiller croient réaliser une performance dont les dividendes se mesureront en bulletins de vote, la réception par les téléspectateurs des classes populaires correspond plus vraisemblablement à une "*attention oblique*" ou "*cynique*" c'est-à-dire celle d'un regard ricanant ou amusé plutôt qu'irrité sur le "politicard qui fait son cinéma". Conçu comme des solutions naïves (qui postulent avec crédulité la crédulité du téléspectateur) au "*je-m'en-fichisme*" politique des classes populaires, ces mises en scène politiques n'en subissent pas moins la loi "*du gouffre insondable d'indifférence*" au monde des "*autres*" qui caractérise l'attitude des classes populaires décrite par Richard Hoggart : "*L'homme du peuple sait bien (...) qu'on cherche à "l'avoir", "à le mettre dedans". Depuis des générations il se méfie du "baratin", il "voit bien où ils veulent en venir", il est sans cesse sur ses gardes : "avec lui ça ne prend pas". (...) Ils sont prêts à s'amuser avec ce qu'on leur donne à voir ou à lire, mais ils ne sont pas "assez cons" pour "y croire"*"<sup>55</sup>.

Une autre hypothèse plausible peut être avancée en suivant des pistes ouvertes par un auteur démodé, Roland Barthes : la confrontation télévisuelle de l'homme politique et du profane, tout comme la publicité de ses espaces privés, visent à faire apparaître l'homme politique comme un citoyen ordinaire pour mieux légitimer la théorie démocratique du pouvoir.

52. Gaxie (D.), *Le cens caché*, Paris, Seuil, 1978, 265 p.

53. Le Grignou (B.) et Neveu (E.), "Emettre la réception : préméditations et réceptions de la politique télévisée", *Réseaux*, 1993 (1990), Hors série, *Sociologie de la télévision-France*, pp. 65-98.

54. *France-Dimanche* (900 000), *Ici-Paris* (600 000), *Point de vue* (330 000), *Voici* (259 200) *Jours de France-Madame* (205 462). Source : Cayrol (R.), *Les médias*, Paris, PUF, 1991, p. 235 et 240. Ces chiffres sont ceux de la diffusion en 1988, le nombre de lecteurs est très sensiblement supérieur.

55. Hoggart (R.), *La culture du pauvre*, Paris, Minuit, 1991 (1957), pp. 331-333 et préface de Jean-Claude Passeron.

*Marie-Antoinette et le pot-au-lait*

Inscrire publiquement l'écu dans ses espaces privés (son for privé avec *Le divan* ou son intérieur domestique avec *Questions à domicile*), c'est lui reconnaître une existence humaine, ce qui a pour effet paradoxal de sacrifier, par l'incongru (ou le grotesque) de la situation, la surhumanité, l'essence divine, la noblesse de sa fonction. Car l'homme politique allongé sur le divan d'Henry Chapier ("c'est un exercice qui permet de voir la face cachée de l'homme politique qui sait très bien que cela va le rendre plus humain"<sup>56</sup>) comme celui qui fait son jogging matinal en short et polo, encadré par ses gardes du corps et ses conseillers songeurs, sous le regard complaisant des caméras, est déguisé. Le déguisement est le signe du temporaire, de la déviance, il magnifie d'autant la "nature" ou l'essence surhumaine du corps ainsi travesti, celle du Président des Etats-Unis d'Amérique, "comme Louis XIV était roi, même sur une chaise percée"<sup>57</sup>.

Le même procédé semble au principe de la publicité télévisuelle d'une autre activité démocratique<sup>58</sup> : le vote de l'homme politique. L'image de l'homme politique de premier plan lorsqu'il met son bulletin de vote dans l'urne est une observance obligatoire du rituel télévisé de la soirée électorale. Véritable image d'Épinal, la scène glorifie le devoir civique tout autant que l'égalité arithmétique (donc réelle) des citoyens : le plus important d'entre les citoyens ne dispose que d'un seul bulletin de vote le jour des élections. Pour autant, cet autre rituel privé à usage public relève encore de ce puissant paradoxe d'un homme de pouvoir mimant le citoyen anonyme. La publicisation même de son vote lent et orchestré pour la pose, sous la lumière des projecteurs, les perches de prise de son et le regard des photographes, tous réunis à l'écran afin de certifier l'événement et l'extra-ordinaire de l'instant, rappelle clairement aux téléspectateurs la supériorité de l'homme politique<sup>59</sup>.

56. Entretien avec H. Chapier, 21/12/94. La réception critique est également révélatrice. Ainsi, par exemple à propos de la prestation de A. Peyrefitte : "Et aussitôt, réservé sans paraître gêné, l'homme se dessine derrière le personnage public" (D. Borde, *Le Figaro*, 27/8/89) ; *Le Divan* d'A. Juppé est noté 8/10 par *France Soir* : "Le scoop de l'émission est tombé : l'homme a un cœur gros comme ça ! Les enfants, la vie, la politique, le regard sur son parcours est sobre, lucide. Chapier arrange sa mèche, ajuste ses lunettes. Le technocrate a levé le masque. Quoi que l'on pense de l'émission, c'était sa finalité" (C. Rambert, 17/10/87).

57. Barthes (R.), *Mythologies*, Paris, Seuil, 1970 (1957), p. 32.

58. Le jogging est une activité sportive démocratique (au sens où elle est accessible : tous la pratiquent ou peuvent la pratiquer) comme d'autres loisirs "ordinaires" ou "populaires" tel l'accordéon qu'affectionne un ministre qui fait figure de précurseur : V. Giscard d'Estaing joue de cet instrument, vêtu d'une chemise à carreaux, à la télévision, le 28 juillet 1969. Quels qu'en soient les objectifs (faire apparaître l'homme politique en citoyen ordinaire et donc légitimer la théorie démocratique du pouvoir, réparer le lien politique par le rapprochement des gouvernants aux gouvernés), ces pratiques politiques sont perçues, du fait même de leur médiatisation, comme étant "contre-nature".

59. L'exhibition à l'écran du dispositif filmique (perches de prises de son, caméras, photographes, projecteurs, câbles, micros des medias concurrents, techniciens) de la télévision politique vise moins à produire des effets de réalité qu'à rendre solennels les rituels de la représentation politique et donc à magnifier l'homme politique et son pouvoir : Bourdieu (P.),

*L'homme est un animal politique*

Alors que la parole politique se distingue dans toutes les civilisations de la parole ordinaire, que sa mise en scène est toujours différenciée, les personnages du *Bébête Show* conversent dans un bar comme d'ordinaires anonymes. Le ressort comique réside tout entier dans la disjonction du récit à la manière des histoires drôles étudiées par Violette Morin<sup>60</sup> : impossibilité de la scène c'est-à-dire de la rencontre entre le bar et l'homme politique, impossibilité des animaux qui parlent, impossibilité de la vulgarité du langage politique, de l'expression crue des sentiments de l'élus, des allusions sexuelles, impossibilité de l'exhibition du for intérieur mais aussi impossibilité de "l'honnêteté" de l'homme politique qui dévoilerait l'immédiat de ses intérêts (l'argent, la compétition pour les postes de pouvoir...)<sup>61</sup>.

Paradoxalement le *Bébête Show* présente les élus, au travers d'une caricature animale, comme des hommes : ils pleurent, rient, sont en colère, parlent de sexe... bref ne gèrent pas stratégiquement leurs affects. Le même phénomène s'observe dans *Les Guignols de l'info*, il arrive au double de J. Chirac d'être ému et plus souvent de s'énerver... Pourtant l'homme politique moderne, à l'instar de ses homologues des siècles précédents, se caractérise par des stratégies de domestication sévère de ses passions. Le ressort comique dépend de cette dépossession du corps maîtrisé de l'homme politique. Les deux émissions satiriques laissent entrevoir, par contraste la pertinence de l'hypothèse : les doubles en mousse les humanisent ; cette inversion rend visible à nouveau la "sur-humanité" des professionnels de la politique.

La confrontation avec la victime de l'(in)action politique semble avoir pour mérite de mettre l'homme politique "en face de ses responsabilités" : il s'agit de la mise en scène de l'effet (la victime) et de la cause (l'homme politique). Ainsi et quels qu'en soient les prolongements discursifs (accusation du persécuté ou glorification du bienfaiteur), les maux dont souffrent les victimes (chômage, pauvreté...) sont explicitement désignés comme des souffrances politiques et non des souffrances génériques ou "naturelles" (présentées comme telles), donc inévitables ; paradoxalement il est ici question d'attester que le pouvoir politique (le pouvoir de l'homme politique) est un pouvoir réel ("c'est la faute au gouvernement"), le préjudice visible (notamment grâce au surgissement des émotions) de la victime étant redevable à l'(in-)action politique. Le travail journalistique entend, malgré l'illusion critique ("la médiocratie" ; "le quatrième pouvoir" ; "le journaliste doit être un juge d'instruction" etc.), célébrer l'efficacité du pouvoir politique. On passe d'une

(suite note 59) "La représentation politique. Éléments pour une théorie du champ politique", *Actes de la recherche en sciences sociales*, 36-37, 1981, pp. 3-24

60. Morin (V.), *Communications*, 8, *L'analyse structurale du récit*, réédité en Points Seuil, 1981, pp. 102-119.

61. L'abandon puis la reprise du bar comme décor du *Bébête show* ainsi que "l'humanisation" récente des marionnettes sont vraisemblablement redevables d'un effet de concurrence avec *Les guignols de l'info*.

définition "indicative" du pouvoir politique démocratique ("la réalité est ce qu'elle est") à une définition "subjonctive" de cette réalité ("*le monde — ici le pouvoir — devient ce qu'il devrait être*") selon les termes de l'anthropologue V. Turner<sup>62</sup>.

Loin d'être un simple support commercial de la "néo-télévision", loin de "désacraliser" l'homme politique, la psychologisation de la scène politique prétend contribuer à la réparation du lien politique par une gestion appropriée de la distance aux profanes ; plus largement, la confusion télévisuelle de l'homme public et de l'homme privé semble participer de la légitimation (la sacralisation) de l'homme politique exhibé (mise en scène de son don de soi, ses talents, ses compétences, sa bonté, sa "sur-humanité") et de la célébration du pouvoir politique comme réel pouvoir.

---

62. Rapportés par Dayan (D.) et Katz (E.), art. préc. p. 13.