

“SERVIR LES JEUNES EN SE SERVANT”
REMARQUES SUR LES (RÉ-)APPROPRIATIONS
DE L'ÉMISSION DE LIBRE EXPRESSION LOVIN'FUN*

PAR

Stéphane MIANNAY

ATER à l'Université de Picardie Jules Verne
CURAPP-CNRS

Chaque soir, depuis août 1992, l'antenne de Fun Radio est ouverte aux auditeurs, conviés à s'exprimer par téléphone sur les sujets de leur choix et à en discuter avec des animateurs. Lovin'Fun, programme-phare du réseau F.M. et première émission de “libre-antenne” de la station¹, réunit un médecin d'une quarantaine d'années, Christian Spitz, dit “le Doc”, et un jeune animateur de radio, “Difool”, alias David Massard². Tous deux recueillent en direct les questions, confidences ou prises de position d'auditeurs sur différents sujets : difficultés affectives, relations amoureuses et sexuelles, problèmes et interrogations liés au sida, à la drogue, au racisme, etc... selon les animateurs,

* Cet article prolonge une recherche menée dans le cadre d'un mémoire de DEA de sciences administratives et politiques soutenu à l'Université de Picardie Jules Verne en septembre 1995 : *Les médias et l'intimité. L'exemple de Lovin'Fun*. Il a donné lieu à une communication orale lors de l'atelier “La politique hors champ politique” au V^e Congrès de l'Association française de Science Politique (Aix-en-Provence, 23-26 avril 1996). Je remercie très chaleureusement Jacques Chevallier qui a suivi et encouragé ce travail dès ses balbutiements, ainsi que Patrick Lehingue, Claude Gautier, Eric Darras, Isabelle Charpentier et tous les membres du groupe “La politique ailleurs” pour leurs conseils scientifiques et leur soutien amical. Enfin, cette recherche n'aurait pu aboutir sans l'encouragement permanent et le dévouement quotidien de Florence Gallemand.

1. À la suite du succès de Lovin'Fun, Fun Radio a progressivement inscrit d'autres émissions de ce type dans sa grille des programmes. Le point culminant de cette “politique de libre-antenne” se situe à l'automne 1995, date à laquelle plus de 60 % des émissions de la station, en volume horaire, sont consacrées à la libre-antenne.

2. David Massard a quitté Fun Radio en 1996, l'émission continuant avec un autre animateur.

aucun sujet n'est *a priori* interdit d'antenne³. Pour Fun Radio, l'émission est un succès tant sur le plan de ses retombées médiatiques que sur celui de l'audience : Christian Spitz et David Massard deviennent rapidement connus du public grâce aux médias qui se font largement écho de l'émission ; en quelques semaines, ce programme de radio est le plus écouté entre 19 heures 30 et 22 heures⁴. Lovin'Fun retient également l'attention des journalistes, en mars 1994, lorsque l'émission fait l'objet d'une controverse entre Fun Radio et le CSA : celui-ci tente de mettre un terme à ce que son président, Jacques Boutet, qualifie de "dérives"⁵. La station F.M. crie alors à la censure et mobilise différents types de soutiens, contraignant l'instance de régulation à un accord à l'amiable.

S'appuyant constamment sur "l'interactivité" avec les auditeurs, Lovin'Fun appartient à la catégorie des talk-shows. Si ces discussions s'inspirent directement de Love Line, programme diffusé par la station américaine K-Radio (Los Angeles), l'émission n'est pas non plus sans rappeler celle de Ménie Grégoire sur R.T.L. de 1967 à 1981, tant les thèmes abordés sont proches et le recours aux registres médical et psychologique comparable⁶. Comme elle, Lovin'Fun invite à poser la question de la délimitation des frontières entre sphère publique et sphère privée et de leur imbrication⁷ ; les deux émissions participent également à l'émergence et à l'affirmation d'un discours profane à côté du discours expert. Cependant, si l'émission de Ménie Grégoire rassemble une communauté essentiellement féminine⁸, Lovin'Fun apparaît davantage comme un espace privilégié de défense de la "cause de la jeunesse"⁹. Plus précisément, l'émission de Fun Radio tend à devenir une

3. À titre indicatif, une analyse de contenu de l'émission portant sur la période du 5 au 13 décembre 1994 fait apparaître la répartition suivante dans les sujets traités à l'antenne : "sexualité" 63,7 % ; "sujets de société" 11,3 % ; "sujets psychoaffectifs" 10,3 % ; "drogue" 4,3 % ; "sujets médicaux" 4 % ; catégorie "autres" 6,3 %.

4. En septembre-octobre 1992, Lovin'Fun rassemble 780.000 auditeurs ; un an plus tard, ce chiffre passe à 1.295.000 (audience cumulée, enquête "75 000 Radio" Médiamétrie).

5. Le 4 mars 1994, par une lettre adressée à la direction de Fun Radio, le Président du CSA demande à la station que "dans les quarante-huit heures, les questions et témoignages d'auditeurs de l'émission Lovin'Fun ne soient plus diffusés en direct et que le domaine de la sexualité soit désormais exclusivement abordé par le médecin attaché à l'émission". Selon Jacques Boutet, cette missive "fait suite aux différentes mises en demeure adressées à Fun depuis octobre 1993, concernant les dérapages de Difool et des auditeurs qui interviennent en direct". Le reproche formulé à l'encontre de Lovin'Fun : ses "dérives" liées "à la transmission en direct des appels d'auditeurs ainsi qu'aux ponctuations outrancières de l'animateur".

6. Cf. les recherches menées sur cette émission par Dominique Cardon et Smäin Laacher. Notamment : Cardon (D.), "«Chère Ménie...» Émotions et engagements de l'auditeur de Ménie Grégoire", *Réseaux*, n° 70, 1995, pp. 41-78.

7. Sur cette question, voir les travaux de Dominique Mehl, et en particulier : Mehl (D.), *La télévision de l'intime*, Seuil, 1996. Cf. également les recherches menées par le CURAPP : Le For intérieur, Paris, P.U.F., 1995 ; *Public/Privé*, Paris, P.U.F., 1995.

8. Cardon (D.), "«Chère Ménie...»...", *op. cit.*, p. 68.

9. On entend ici par "cause" un procédé routinisé visant à généraliser et à politiser un problème. Sur ce point et pour un exemple de construction d'une cause : Collovald (A.), Gaiti (B.), "Des causes qui « parlent... »", *Politix*, n° 16, 1991, pp. 7-22.

arène médiatique où sont affirmées et défendues des causes plurielles, parfois déjà constituées en tant que telles par le cercle politique et médiatique, et présentant le plus souvent la caractéristique d'être axées autour des "jeunes"¹⁰. A chaque discussion entre les auditeurs et les animateurs correspond en effet une mise en discours des "attentes", "interrogations", "difficultés", "préoccupations" ou autres "problèmes" auxquels peuvent être confrontés les "jeunes" : ainsi, les auditeurs actifs¹¹, tous anonymes, s'ils ne sont ou ne se sentent investis d'une mission de porte-parole, se voient néanmoins attribuer ce rôle par les promoteurs de l'émission ; les animateurs tendent quant à eux à s'imposer en tant que "professionnels de l'écoute et du dialogue" mais aussi comme "spécialistes de la jeunesse". Lovin'Fun illustre à elle seule une stratégie identitaire largement partagée par les promoteurs de l'émission : se positionner sur le créneau de la (re-)présentation de la jeunesse (I).

Cependant, si la défense de ces causes à géométrie variable est exprimée de façon explicite, leur accès à l'espace politique semble moins évident. Ces nouveaux "professionnels de la jeunesse"¹² tendent à s'ériger en porte-parole d'une génération, concurrençant ainsi les professionnels de la politique pour le droit de parler au nom des "jeunes"¹³ : Lovin'Fun est d'ailleurs publiquement soutenue par un certain nombre de professionnels de la politique (beaucoup sont des personnalités politiques de second plan, quelques uns détiennent des titres) mais ces derniers trouvent surtout en retour dans cette tribune un moyen de "séduire" un électorat présumé encore peu politisé. Lovin'Fun apparaît également au service du champ politico-administratif quand les pouvoirs publics, en particulier ceux chargés de la santé, se saisissent de l'émission pour la mise en œuvre de politiques publiques. Lovin'Fun devient alors un forum détourné (II).

10. On ne saurait pour autant perdre de vue l'absence de critère permettant un découpage homogène d'un tel groupe. "Subsum(ant) sous le même concept des univers sociaux qui n'ont pratiquement rien de commun", selon la formule de Pierre Bourdieu, le terme de "jeunesse" renvoie, qui plus est, à une forme de marquage social dans la lutte symbolique entre les générations ("La jeunesse n'est qu'un mot", *Questions de sociologie*, Paris, Editions de Minuit, 1984, p. 153).

11. C'est-à-dire les personnes qui, ayant téléphoné à la station, s'expriment effectivement à l'antenne.

12. Au sens de "spécialisés dans la prise en charge du problème ou de la population considérés". Cf. Mauger (G.), *Les jeunes en France. État des recherches*, La Documentation française, 1994, p. 12. Voir également : Bourdieu (P.), "De quoi parle-t-on quand on parle du problème de la jeunesse ?", in Percheron (A.) et alii, *Les jeunes et les autres*, tome 2, CRIV, 1986, pp. 229-234.

13. A l'instar de Gérard Mauger, il convient de "s'interroger sur la mystérieuse alchimie qui, dans certaines conjonctures historiques, parvient, si ce n'est à mobiliser ces groupes improbables, du moins à produire assez de croyance en leur existence potentielle ou naturelle pour fonder l'autorité de leur porte-parole". Mauger (G.), "La catégorie de jeunesse. Essai d'inventaire, de classement et de critique de quelques usages courants ou savants", in Perrot (M.) et alii, *Les jeunes et les autres*, tome 1, CRIV, 1986, pp. 43-63.

I - LA (RE-)PRÉSENTATION DE LA JEUNESSE

Face aux critiques et attaques qui visent de manière régulière Lovin'Fun¹⁴, les promoteurs de l'émission développent rapidement une argumentation expliquant les vertus du programme : réponses apportées aux questionnements des adolescents, aide aux "jeunes" dans leur quête de repères, prévention à l'égard de "fléaux" majeurs tels que la drogue et le Sida, lutte contre le racisme, etc... Lovin'Fun est érigée en "émission d'utilité publique"¹⁵, sa présentation comme "forum pour la jeunesse"¹⁶ apparaît récurrente. Cette fonction assignée à l'émission, à la fois démocratique et tribunitienne, est régulièrement mise en avant dans le discours produit par ses promoteurs et reproduit comme tel par ceux qui, de manière large et diffuse, la soutiennent¹⁷. L'argument est avancé par Fun Radio en mars 1994 à l'occasion de son "bras de fer" avec le CSA ; il est incorporé dans la stratégie plus "quotidienne" de la station, apparaissant, par exemple, dans la brochure de présentation de la "Fondation d'entreprise Fun Radio pour la nouvelle génération"¹⁸. Les sondages sont également mis à contribution pour attester de l'"aura démocratique" revêtu par l'émission : c'est le cas de l'enquête réalisée par la SOFRES qui, à la question "pouvez-vous me dire si cette série d'opinions s'applique à Lovin'Fun ?", propose comme choix de réponse "forum d'une génération"¹⁹.

L'image acquise par Lovin'Fun résiste-t-elle toutefois à l'analyse sociologique ? Le caractère démocratique de l'émission mérite d'être confronté aux conditions d'accès à Lovin'Fun (A) ainsi qu'aux positions et prises de position des promoteurs d'une émission qui entend parler "au nom des jeunes" (B).

14. A plusieurs reprises, l'émission de Fun Radio fait l'objet d'un déchaînement de la part de la presse dite "de droite". Ainsi, Philippe Tesson, dans une diatribe intitulée "Au viol !", écrit notamment : "On ne censure pas l'excrément, on passe à côté en évitant de marcher dessus. (...) Cette émission est abjecte comme est abject le viol. On viole par où on peut" (*Le Quotidien*, 8 mars 1994). Un an plus tard, sous la plume de Maryvonne Ollivry, *Madame Figaro* présente de la manière suivante son enquête, "Scandale sur la F.M." : "Confidences sexuelles, «plaisanteries» de très mauvais goût... Tout y passe sur les deux radios les plus écoutées par les jeunes. Puisque la vulgarité fait recette et que la liberté d'expression autorise tout, pourquoi s'arrêter ? Plongée dans ce bourbier radiophonique" (28 avril 1995). Les attaques proviennent également d'un certain nombre d'associations catholiques et/ou familiales (Familles de France, Avenir de la culture) ou d'auditeurs/télespectateurs (Association Nationale des Téléspectateurs Et Auditeurs, Média Télévision et Téléspectateurs).

15. David Massard, *France Soir*, 5 mars 1994.

16. *Ibid.*

17. Notamment une partie de la presse [en ce sens, voir par exemple : Cojean (A.), "Le forum du soir de la génération Sida", *Le Monde*, 9 mars 1994] et des professionnels de la politique (cf. *infra*).

18. Qui précise qu'"en quelques années, Fun Radio est devenue, par ses programmes et son audience, un véritable phénomène social, le Forum d'une génération".

19. Elle recueille 66 % de réponses positives et 30 % de réponses négatives, tandis que 4 % des personnes interrogées "ne savent pas" (sondage réalisé pour Fun Radio et *L'Express* les 31 mars et 1er avril 1994).

A) *La mythologie du forum*

L'idée d'une démocratisation de la prise de parole à travers Lovin'Fun repose sur trois postulats : tout individu peut intervenir sur l'antenne ; la parole d'un auditeur est équivalente à la parole d'un animateur ; les conversations diffusées sur l'antenne reflètent la diversité de la réalité sociale. Chacun de ces postulats peut néanmoins être remis en cause.

Une première limite tient au principe même de l'émission : si 50 % de la durée de l'émission est effectivement consacrée aux dialogues avec les auditeurs²⁰, seule une quarantaine d'entre eux au plus passent à l'antenne au cours d'une émission²¹. Cette limite quantitative impose au standard d'agir comme un filtre. Or, aucune règle n'est explicitement posée quant à la sélection des auditeurs susceptibles d'accéder à l'antenne : le standardiste utilise donc des critères pratiques qui lui sont propres, suivant ses représentations de "*l'auditeur idéal*". Ainsi, le sujet évoqué par l'auditeur, sans atteindre systématiquement l'originalité, doit susciter l'intérêt par son caractère non-répétitif et assurer une rotation rapide des thèmes. "*L'air du temps*"²² impose que le sujet soit proposé au moment opportun, ce caractère propice étant déterminé par les conversations précédentes et suivantes. La spécificité de Lovin'Fun dans la grille des programmes de la station implique aussi que les sujets abordés y soient plus ciblés qu'ailleurs, la présence d'un médecin influant sur le tri des appels. Enfin, le standardiste relève la facilité oratoire de l'interlocuteur et la cohérence de ses propos (pour autant, l'expression de l'auditeur n'a pas à apparaître parfaitement correcte, seule importe la capacité à pouvoir s'exprimer et à se faire comprendre).

Une fois l'étape du standard franchie, l'auditeur voit encore sa parole canalisée par le dialogue qui a lieu avec les animateurs. Malgré un dispositif du programme qui repose sur le mode de la conversation, l'exaltation régulière de la liberté d'expression (notamment à travers le concept de la "*libre-antenne*") ou les incitations fréquentes au témoignage, les règles informelles de fonctionnement de l'émission restent fondées sur l'inégalité des interlocuteurs. La parole de l'auditeur n'est pas équivalente à celle des animateurs du fait d'un double encadrement : non seulement les deux maîtres de cérémonie maîtrisent la distribution des tours de parole, en accordant et confisquant cette dernière, mais surtout les propos des auditeurs se trouvent contenus par un éventail de registres propres à l'un ou l'autre des animateurs, par une gamme de tons modulée suivant les appels.

20. Source : analyse de contenu des émissions réalisées entre le 5 et le 13 décembre 1994.

21. Pour une émission durant 3 h 15 au cours de la saison 1994-95. Fun Radio indique par ailleurs que le standard reçoit chaque soir entre 5 et 10 000 appels pour Lovin'Fun. Six auditeurs patientent simultanément au standard, la durée d'attente atteint parfois une heure.

22. Cette expression est celle de Loïc, standardiste de Lovin'Fun durant la saison 1994-95 (entretien avec l'auteur, 22 juin 1995).

Si la nature des interventions de David Massard est liée à la plus ou moins grande gravité des appels, l'humour constitue le registre dont use le plus l'animateur, participant parfois à dédramatiser la situation. Il semble d'ailleurs que l'on retrouve ce registre dominant dans le courrier reçu par l'animateur : selon Sandrine Rui, "*Difool*" est en effet perçu "*comme un boute-en-train, de surcroît célèbre, avec qui il faut être à l'aise*"²³ ; ainsi les lettres qui lui sont destinées comportent-elles en majorité un ton humoristique. Plus rarement, David Massard utilise à l'antenne le ton de la compassion (lorsque le sujet abordé est grave sans que l'auditeur fasse montre d'une affliction particulière) ou celui de la virulence (notamment en matière de racisme) ; le silence se remarque surtout lorsque l'auditeur est dans un état de détresse profond (cas de viols, incestes, tentatives de suicide, etc.).

Comparé à cette gamme, l'éventail des registres dont se sert Christian Spitz se veut davantage "*rationaliste*" : le registre médical, d'abord, accompagnant fréquemment une démarche thérapeutique classique (recherche des symptômes par une série de questions, puis formulation d'un diagnostic) et se traduisant par l'utilisation d'un vocabulaire spécialisé et technique ; le registre psychologique, ensuite, qui, s'inscrivant dans une perspective plus ancienne de "*psychologisation du lien social*" et "*d'engouement psychothérapeutique*"²⁴, fait partie des "*signes (...) innombrables d'une inflation de la psychologie dans la société contemporaine*"²⁵ ; le registre civique, enfin, employé par "*le Doc*" lorsque le sujet abordé à l'antenne a trait aux "*sujets de société*" et qui correspond à un intérêt affiché pour les questions relatives à l'État, à la politique et, plus largement, au lien social. Le Doc n'hésite d'ailleurs pas à exprimer son attachement aux valeurs républicaines et humanistes.

Si parole d'animateur et parole d'auditeur ne sont pas considérées comme équivalentes, cette inégalité se trouve renforcée par le caractère interchangeable des propos des auditeurs, ces derniers devant respecter la règle de l'anonymat. Lovin'Fun, émission asociologique, ne valorise que l'âge et, dans une moindre mesure, le sexe ; elle occulte l'ensemble des positions sociales de l'auditeur : le plus souvent, le statut social de l'auditeur s'efface devant son seul statut de "*jeune*" ou de "*vieux*". Le rassemblement de l'auditoire de Fun Radio se réalise d'ailleurs autour de valeurs dites "*jeunes*" (rythme accéléré, vocabulaire empreint d'anglicismes et d'argot -au sens linguistique du terme-, musique rock jugée "*à la mode*"), si bien que l'activation d'un certain nombre de représentations et la visibilité accrue de ce que Boltanski appelle un "*collectif nominal non réalisé*"²⁶ tendent à valider la croyance que les jeunes

23. Rui (S.), "Foule sentimentale. Récit amoureux, média et réflexivité", *Réseaux*, n° 70, 1995, p. 112.

24. Mehl (D.), "La télévision compassionnelle", *Réseaux*, n° 63, 1994, p. 104.

25. Castel (R.), Le Cerf (J.-F.), "Le phénomène «psy» et la société française", *Le Débat*, 1, 1980, p. 27.

26. Boltanski (L.), Darré (Y.), Schiltz (M.-A.), "La dénonciation", *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, 1984, n° 51, p. 7.

constituent une catégorie sociale homogène. Pourtant, si promoteurs de l'émission, hommes politiques, instituts de sondages et autres journalistes sont unanimes pour mettre l'accent sur l'âge peu élevé des auditeurs²⁷, ces derniers — présentés comme les nouveaux "*porte-parole de la jeunesse*" — sont inégalement dotés en capitaux économiques et culturels. L'enquête Médiamétrie témoigne en effet d'une pénétration effective de l'émission dans toutes les catégories socioprofessionnelles (que ce soient celles des auditeurs ou de leurs parents). On remarque toutefois que le taux de pénétration décroît au fur et à mesure que le niveau d'instruction augmente ; le caractère interactif de l'émission est d'autant plus limité que les auditeurs de Lovin'Fun sont plus démunis en capital culturel et donc tendanciellement moins autonomes dans la production de leurs opinions.

L'émission contribue à faire croire que les "*jeunes*" partagent un certain nombre d'intérêts communs et s'attache à rendre plus visible encore ce qui n'est qu'un pur produit social. Cependant, il reste que l'activation dans Lovin'Fun de ce type de représentations et valeurs, en signifiant symboliquement la prédominance actuelle ou à venir du "*jeune*", stigmatise également celui ou celle qui ne les partage pas. Utilisé à la fois ici comme principe de classement et comme ressource dans la lutte symbolique entre "*jeunes*" et "*vieux*", l'âge — "*donnée biologique socialement manipulée et manipulable*"²⁸ — permet aux promoteurs de Lovin'Fun de mettre en œuvre une taxinomie dont l'un des effets est la stigmatisation. Plus largement, on remarque que les propriétés de l'émission sont ajustées aux propriétés de ses promoteurs.

B) Trajectoires des promoteurs et invention d'un concept

Si Lovin'Fun est résolument présentée comme une "*tribune pour la jeunesse*", de nombreux articles de presse insistent aussi sur le caractère commercial de Fun Radio, entreprise se situant dans un contexte concurrentiel marqué par la concentration²⁹ : l'émission est considérée comme le produit d'une logique économique. Cette explication ne peut cependant rendre compte à elle seule de la mise à l'antenne de ce type d'émission ; Lovin'Fun, concept importé des États-Unis, est également au point de rencontre de plusieurs trajectoires sociales : celles de Benoît Sillard, PDG de Fun Radio et instigateur du programme, de David Massard, animateur mais aussi directeur d'antenne de la station, et de Christian Spitz, le médecin de l'émission.

27. D'après l'étude "75.000 Radio" de Médiamétrie, les 15-18 ans formeraient, avec 56% des auditeurs, le noyau de l'audience de Fun Radio entre 19 h et minuit ; les 15-24 ans représentent au total 72% de l'audience, puis, l'écoute décroît progressivement avec l'âge (avril 1994/mars 1995). L'analyse de contenu de l'émission contient quelques indications sur l'âge des "*auditeurs actifs*" : prédominance des 19-24 ans (34% des auditeurs actifs) et des 15-18 ans (30%) ; au-delà de 25 ans, diminution avec l'âge.

28. Bourdieu (P.), "La jeunesse n'est qu'un mot", *Questions de sociologie*, Paris, Editions de Minuit, 1984, pp. 143-154.

29. Cf. *supra* l'extrait de l'article de M. Olivry dans *Madame Figaro*.

Benoît Sillard se définit plutôt comme un “généraliste”. La liste de ses diplômes paraît impressionnante : “j’ai un DEA de science politique, un DEA de droit, j’ai fait 2 licences d’histoire, l’Institut de droit comparé, une licence de science de la communication et de l’information, et puis aussi une maîtrise de sociologie”³⁰. La présentation qu’il fait de sa carrière professionnelle atteste également d’un parcours éclectique : “j’ai commencé dans la banque”³¹. Ensuite, j’ai fait du cabinet ministériel : j’ai été chef de cabinet en 86 (au cabinet de Philippe de Villiers, secrétaire d’Etat à la Communication, de 1986 à 1988 ; d’autres sources affirment que Benoît Sillard assure alors la fonction “d’attaché parlementaire”). Après, j’ai été n°2 de Radio France Internationale³². Ensuite, j’ai été au groupe Hersant, à la direction générale³³, notamment administrateur délégué du groupe en Espagne. Et puis, ensuite, je suis donc arrivé à Fun Radio fin 89”. Si le lancement de Lovin’Fun en 1992 constitue pour Benoît Sillard une étape importante du développement de la station, le PDG de Fun Radio n’hésite pas à s’attribuer l’initiative de cette stratégie de démarcation : “je voulais, explique-t-il, que nous passions d’une radio musicale d’une génération à une radio d’une génération tout court”³⁴.

Originaire de province et venu à Paris afin, dit-il, d’assouvir sa passion (la radio), David Massard est né en 1969 : les articles de presse reconnaissent d’ailleurs en lui le “jeune” de l’émission. L’animateur, engagé par Fun Radio en 1990, n’en est pas à sa première expérience radiophonique. Les positions qu’il occupe successivement, d’abord en province puis au sein de Fun Radio, témoignent d’une ascension progressive dans la hiérarchie indigène de la profession, jusqu’au poste de “directeur d’antenne” de la station quelques mois après le lancement de Lovin’Fun. Étiqueté comme “jeune” et incarnant la stratégie de (re-)présentation de la jeunesse de la station, David Massard multiplie les prises de position publiques en ce sens. Il déclare par exemple : “Ils nous font une loi sur les quotas, (...) une autre sur la langue, ça touche les jeunes dans leur façon de s’exprimer. Idem avec le CIP ou le CSA qui nous dit de ne pas parler de telle ou telle manière alors que — désolé — c’est la nôtre ! On veut s’intégrer, avoir notre place dans la société : on nous rejette, on est méprisé. J’ai le sentiment que la jeunesse dérange, alors qu’on a envie d’apporter plein de choses”³⁵.

30. Entretien avec l’auteur (13 avril 1994).

31. Responsable du financement des entreprises à la banque Sovac (groupe Lazard) de 1983 à 1986.

32. Secrétaire général et directeur de cabinet du PDG de RFI en 1988.

33. Chargé des questions “stratégie et développement multimédia” au groupe Hersant (il s’occupe en particulier du dossier Fun Radio), Benoît Sillard y est l’adjoint d’Yves de Chaisemartin.

34. *Ibid.*

35. *L’Humanité*, 26 mars 1994.

Plus que celle de David Massard, la trajectoire sociale de Christian Spitz témoigne d'une volonté d'être considéré comme un "spécialiste de la jeunesse". Le "Doc de Fun Radio", comme l'appellent les auditeurs, apparaît en effet comme un acteur occupant différentes positions : les compétences acquises dans le domaine de la médecine³⁶ et, surtout, le réseau relationnel qu'il s'est progressivement constitué lui ont permis d'accéder à l'espace public et d'acquérir l'image d'un "professionnel de l'écoute et du dialogue" auprès de la presse et des auditeurs de Fun Radio.

Christian Spitz est pédiatre de formation, ce qui le met directement en contact avec les enfants et les adolescents ; sa carrière se déroule d'abord dans différents hôpitaux parisiens puis en cabinet de consultations ainsi que dans une maternité privée catholique. Médecin des enfants de Benoît Sillard, P.D.G. de Fun Radio, et de ceux d'autres professionnels de l'audiovisuel, Christian Spitz saisit l'opportunité en 1992 de reconverter son expérience de pédiatre et accepte la proposition du dirigeant de la station F.M. de participer quotidiennement à Lovin'Fun. Il définit ainsi sa participation dans l'émission : "mon rôle, c'est écouter les gens tout simplement mais aussi essayer de leur répondre et qu'ils se positionnent différemment par rapport à leurs problèmes"³⁷. Sa notoriété nouvelle lui permet de publier un livre, *Questions d'adolescents*, paru chez Odile Jacob³⁸ : l'ouvrage se présente comme un "guide" destiné à donner des points de repère aux adolescents. Dès le début de l'année 1993, invité à maintes reprises sur les plateaux de télévision, le Docteur Christian Spitz participe également à différentes émissions, qui font appel non seulement au médecin, à celui qui sait écouter et dialoguer, mais surtout à celui qui peut "parler des jeunes au nom des jeunes".

En mars 1994, le face-à-face entre Fun Radio et le CSA, à propos de Lovin'Fun, achève de faire du pédiatre parisien un personnage médiatique ; constamment sollicité pour évoquer ce qui est présenté comme les centres d'intérêt et problèmes de la "jeunesse", il multiplie les interviews et participations à des émissions télévisées³⁹. Grâce à l'émission *Chela Ouate*⁴⁰, diffusée de septembre 1994 à juin 1995 sur France 2, il devient animateur de télévision. L'émission est présentée comme un espace de dialogue et de débat en direct sur un sujet précis : "c'est une émission faite par et pour les jeunes, déclare

36. Christian Spitz est le fils d'un médecin de campagne ; trois de ses cinq frères et sœurs ont choisi comme lui de suivre la voie paternelle.

37. Entretien avec l'auteur (7 juillet 1995).

38. Spitz (C.), *Questions d'adolescents*, Odile Jacob, 1994.

39. La panoplie de ces émissions est fort large. Citons, à titre d'illustration : *Les coulisses du destin*, où Guillaume Durand le confronte à l'Abbé Pierre ; *Bouillon de culture*, émission dans laquelle il vient présenter son livre ; *Tout est possible*, qui organise un face-à-face avec Tabatha Cash sur le thème des films X ; *Le Jour du seigneur*, ce qui lui permet de parler des amours adolescentes. Par ailleurs, au cours de cette période, Lovin'Fun est régulièrement délocalisée sur le plateau de *Coucou, c'est nous*, émission de TF 1 animée par Christophe Dechavanne et faisant office d'accès prime time de la chaîne.

40. "Chela ouate" signifie "lâche-toi" en verlan.

Christian Spitz, *dont on sait qu'ils ont un réel besoin de communication et d'information. (...) Parce que face à des adultes qui ont un discours différent du leur, ils doutent souvent de leur valeur, de leur point de vue*⁴¹.

La mise sur agenda des questions relatives à l'insertion des "jeunes", au travers de la contestation du CIP, lui permet, enfin, de promouvoir davantage encore son image d'"expert ès jeunes" : en avril 94, lorsqu'est lancée par le gouvernement Balladur l'idée d'une "consultation nationale des jeunes", Christian Spitz fait partie du comité chargé de la mettre en œuvre⁴² ; les membres de ce dernier sont tous plus ou moins (re-)connus pour leur lutte contre l'exclusion et la marginalisation ou pour être des "professionnels de la jeunesse". Toutefois, bien qu'appartenant à ce "Comité Balladur" et défendant le principe de la consultation et les conclusions du rapport final, Christian Spitz précise qu'il n'entend pas être étiqueté politiquement. Ainsi, à la question "Pourquoi avez-vous accepté cette mission du gouvernement ?", il répond : "Parce qu'on me l'a proposée, que je reste indépendant et que cela pouvait être intéressant. Je n'ai absolument pas le sentiment de répondre aux aspirations du gouvernement, ni de faire la campagne électorale de qui que ce soit. Il existe un réel malaise de la jeunesse dû à un problème de communication..."⁴³.

II - UN FORUM DÉTOURNÉ ?

La réception par les instances politiques autorisées de l'action menée par les promoteurs de Lovin'Fun est avant tout synonyme d'appropriation intéressée. Plus qu'elle n'a permis un accès réussi à l'espace politique de la cause des "jeunes", l'émission de Fun Radio est surtout devenue une ressource mobilisable et mobilisée par certains acteurs politiques : en tant qu'élément d'une stratégie identitaire de professionnels de la politique (A), mais aussi à travers le rôle de relais de politiques publiques de santé attribué à Lovin'Fun et, plus généralement, à la station Fun Radio (B).

41. Christian Spitz, cité par *Libération* (24-25 septembre 1994). Neuf numéros de *Chela Ouate* ont été réalisés. L'émission a porté sur : l'école, l'argent, l'amour, la solidarité, la séduction, les idoles, l'humour, le risque, la prévention routière.

42. "Constitué de onze personnalités indépendantes, ce comité réunit des spécialistes de l'écoute et du dialogue, choisis en raison de leur engagement personnel ou de leur expérience professionnelle" (Rapport final du Comité pour la consultation nationale des jeunes, décembre 1994, p. 89).

43. *Vie publique* (octobre 94). Dans une interview accordée à *Paris-Match* (16 juin 1994), Christian Spitz déclare : "Je ne tiens absolument pas à faire de la politique. Si on me laisse faire des propositions sans entraves, ça ira. Si on veut me faire rentrer dans un moule, je parlerai. Donc, je ne vois pas où est le risque d'être récupéré comme vous dites".

A) Un vecteur de communication politique

D'abord isolée, la (ré-)appropriation de Lovin'Fun s'est largement étendue à partir du mois de mars 1994. Antérieurement à ce qui est appelé "l'affaire Lovin'Fun"⁴⁴, seul Jack Lang intervient publiquement pour vanter les mérites de l'émission : "Je crois qu'il faut dire bravo à Fun Radio pas seulement pour le sida, mais en général, parce que je crois qu'il y a peu d'endroits, peu de forums, où les gens ont la possibilité de dialoguer, de discuter. Cela manque"⁴⁵. La première invitation de l'homme politique dans Lovin'Fun remonte d'ailleurs à décembre 1992, c'est-à-dire bien avant la routinisation de cette pratique⁴⁶. Ce n'est en effet que depuis mars 1994 qu'un certain nombre de professionnels de la politique s'intéressent véritablement à Lovin'Fun.

À l'occasion de la controverse médiatique opposant Fun Radio au CSA, des points de vue hostiles à l'émission sont exprimés. On remarque cependant que de telles critiques restent isolées et peu médiatisées. Ainsi, Louis de Broissia, député et président du Conseil général de la Côte d'Or, président du directoire du journal *Le Bien public* et spécialiste des questions de communication au RPR, déclare : "Le Conseil a rempli sa mission. (Je ne suis pas) un moraliste mais un partisan du bon goût. Si tout ce qui se dit sur cette radio était écrit dans un journal, cela ne serait pas toléré très longtemps"⁴⁷. Louis de Broissia n'est certainement pas le seul professionnel de la politique à juger l'action du CSA bien fondée, mais cette conviction, si elle est émise en public, n'est pas relayée pour autant par les journalistes.

Les prises de positions favorables à Lovin'Fun remportent un plus grand écho dans la presse, ce qui crée le sentiment en mars 1994 que la plupart des hommes politiques apportent leur appui à l'émission⁴⁸. Ces soutiens sont le fait de personnalités plus ou moins connues des auditeurs et promoteurs de Lovin'Fun, ils transcendent les clivages politiques traditionnels. Parmi les déclarations de soutien les plus citées par les journalistes, on retrouve celles de professionnels de la politique de premier plan : un ancien ministre d'État et un membre du gouvernement Balladur. Jack Lang multiplie les interventions verbales, il affirme par exemple : "Je ne suis malheureusement guère surpris

44. Pour une définition de l'"affaire", voir : Boltanski (L.), Darré (Y.), Schiltz (M.-A.), *op. cit.*, p. 51.

45. *La marche du siècle*, 2 mars 1994.

46. L'ancien ministre est un habitué des studios de radios "jeunes" : le 23 janvier 1995, il est par exemple l'invité de l'émission de Tabatha Cash sur Skyrock, programme qui vise à concurrencer frontalement Lovin'Fun.

47. *Actuamédia*, 10 mars 1994.

48. Par comparaison, en janvier 1995, à la suite d'une mesure de suspension de 24 heures prise par le CSA au motif qu'un animateur s'était réjoui de la mort d'un policier, la station de radio Skyrock n'a bénéficié que de peu de soutiens politiques aux déclarations reprises par la presse : Jack Lang, qui souligne la disproportion entre le "dérapage" et sa sanction ; Brice Lalonde, président de Génération Écologie, dont est politiquement proche Pierre Bellanger, PDG de Skyrock.

par le comportement de cette institution (le CSA) qui déjà par le passé s'est illustrée par des décisions hostiles à des projets favorables aux jeunes"⁴⁹. Quant à Alain Carignon, son soutien est d'autant plus manifeste que le ministre chargé de la Communication se déplace pour venir dans les studios de Fun Radio⁵⁰ et qu'il intervient dans le domaine de compétence d'une autorité administrative indépendante. Alain Carignon avertit le CSA : "il convient d'éviter toute mesure pouvant être comprise comme un acte de censure ou imposant à la jeunesse une méthode de dialogue qui n'est pas la sienne. (...) Faire disparaître ou modifier fondamentalement une émission destinée aux jeunes et abordant des problèmes qui leur sont importants est une mesure grave"⁵¹.

La presse mentionne également de manière plus discrète et parsemée d'autres appuis. François Loncle, député puis secrétaire d'État socialiste, mais aussi journaliste de profession licencié de l'ORTF en mai 68⁵², stigmatise l'attitude de l'autorité administrative indépendante : "Honte à la censure du CSA, qui rappelle les pires souvenirs d'une époque que l'on croyait totalement révolue, celle des années Peyrefitte"⁵³. Dans un discours prononcé le 10 mars, Michel Rocard s'attaque au Conseil supérieur de l'audiovisuel en même temps qu'il dénonce le projet de réforme universitaire du gouvernement, la révision de la loi Falloux, et le CIP : "Comment s'étonner alors que se crée dans la jeunesse de France un climat d'incompréhension qui peut vite devenir un climat de colère ? Comment s'étonner que dans un tel environnement on aille jusqu'à s'en prendre à l'un des rares modes d'expression ouverts aux jeunes, à la radio ?..."⁵⁴. Quelques semaines plus tard, Gautier Audinot, député RPR et ancien administrateur au Groupe Hersant⁵⁵, ainsi que Philippe Douste-Blazy, ministre délégué à la Santé à l'époque des faits, seront également remerciés pour leur soutien à Lovin'Fun⁵⁶.

49. Communiqué cité par *La correspondance de la presse* (7 mars 1994). "On assiste à un véritable retour de l'ordre moral, c'est navrant. L'attitude du CSA est déplorable et porte atteinte à la liberté. Or les jeunes ont besoin de cet espace pour dialoguer. Il faut féliciter Fun pour aborder franchement la sexualité, parler de la prévention et de la protection. Je suis prêt à mobiliser intellectuels et professeurs si les menaces du CSA sont mises à exécution." Jack Lang, cité notamment par *Le Figaro* (5-6 mars 1994).

50. *Lovin'Fun*, 8 mars 1994.

51. Communiqué de presse du ministre de la Communication (6 mars 1994).

52. Sur cet épisode, voir Bernard (L.), *Europe 1, La grande histoire dans une grande radio*, Paris, Centurion, 1990.

53. Cité par *La tribune*, 9 mars 1994.

54. Cité par *Le Quotidien*, 11 mars 1994.

55. Vendue en mars 1993 à la Compagnie Luxembourgeoise de Télédiffusion, Fun Radio appartenait auparavant au groupe Hersant. Rappelons que Benoît Sillard y a exercé, de 1989 à 1992, les fonctions de directeur général.

56. Fun Radio a diffusé un T-Shirt sur lequel figure la liste des personnes ayant soutenu l'émission en mars 1994. Hommes politiques y côtoient journalistes, intellectuels, vedettes de la chanson ou de la télévision...

Diverses formations politiques voient leur communiqué de presse publié dans un journal. L'Union des Démocrates pour le Progrès, proche du RPR, affirme : "à défaut d'être capable d'avoir le talent de la découverte, le CSA a pris les ciseaux d'Anastasié. Il n'est pas concevable que l'on puisse avec autant de légèreté mettre en cause une émission de radio largement plébiscitée par les jeunes, sous des prétextes de pudibonderie de salons bourgeois du XIX^e siècle"⁵⁷. Selon le Mouvement des Jeunes Socialistes, le CSA "se couvre de ridicule (et) commet une grave erreur d'appréciation (...) alors que tout le monde s'accorde à reconnaître le rôle décisif de l'information et de la prévention en matière de lutte contre les MST et le sida. Incroyablement muet lors des récentes évictions des présidents de France Télévision et de Canal +, le CSA confirme son rôle de godillot et accessoire dans le domaine audiovisuel"⁵⁸. Enfin, pour la Jeunesse communiste, CSA signifie "Censure stupide et anachronique"⁵⁹.

L'argumentation développée par la station et ses soutiens politiques est double. D'une part, les vertus préventives de Lovin'Fun en matière de santé sont mises en avant, notamment concernant le sida. D'autre part, la liberté d'expression est défendue : il s'agit de s'insurger contre un retour éventuel de "l'ordre moral" et, plus généralement, contre toute tentative de censure (à l'instar de la manifestation du 4 décembre 1984, organisée par la station NRJ afin de préserver son autorisation d'émettre et inscrite dans la mémoire collective comme un événement mythique). Ajoutons à cela que le CSA, présidé en mars 94 par Jacques Boutet, constitue alors une cible de choix, contre laquelle les attaques sont régulières. Enfin, en se montrant sensibles aux problèmes de la "jeunesse", les interventions d'hommes politiques défendant Lovin'Fun peuvent être perçues comme participant d'une entreprise de "séduction".

À la suite de "l'affaire Lovin'Fun", les invitations de professionnels de la politique dans l'émission deviennent plus fréquentes. Pour deux de ces personnalités, Jack Lang et Philippe Douste-Blazy, les discussions à l'antenne traduisent une véritable complicité avec les promoteurs de l'émission : le tutoiement va de pair avec l'usage des prénoms, les deux hommes font le récit de leurs expériences intimes⁶⁰. D'autres interventions d'hommes politiques dans Lovin'Fun ont lieu à l'occasion de la campagne électorale de la présidentielle de 1995⁶¹ ou

57. Cité par *Le Figaro*, 7 mars 1994.

58. Cité par *La correspondance de la presse*, 7 mars 1994.

59. Cité par *L'Humanité*, 8 mars 1994.

60. Prestation de Philippe Douste-Blazy dans Lovin'Fun relatée par *Le panorama du médecin*, 9 juin 1994. Extrait de conversation entre Doc, Difool et Jack Lang (*Lovin'Fun*, 12 décembre 1994) : Jack Lang - "Je reviens du Brésil, j'étais dans l'avion hier et j'ai vu une fille d'une beauté à couper le souffle..." ; Difool - "Une petite érection Jack Lang ?" ; Doc - "Toujours aussi insolent Difool..."

61. Sont notamment venus s'exprimer dans Lovin'Fun, pour le premier tour : Philippe Douste-Blazy (avec monseigneur Gaillot), Robert Hue, Arlette Laguiller, Nicolas Sarkozy, Antoine Waechter ; pour le second tour : Philippe Douste-Blazy et François Baroin (4 mai), Jack Lang (5 mai).

de débats sur des problèmes ponctuels : c'est le cas par exemple de Jacques Toubon à propos du vote de la loi sur la langue française ou de François Fillon pour des questions universitaires⁶².

Enfin, tentée — et récusée comme telle — par des personnalités appartenant à diverses entreprises politiques, la récupération de Lovin'Fun est exclue de fait pour l'extrême-droite. Les relations entre Fun Radio et le Front National de Jean-Marie Le Pen sont même houleuses : si les promoteurs de Lovin'Fun confirment la régularité des attaques — contentieuses ou non — des formations d'extrême-droite contre l'émission, le 11 mai 1994, les locaux de la station sont occupés par le FNJ et le GUD pendant un peu moins d'une heure (avec mainmise sur l'antenne).

B) Un vecteur de communication institutionnelle

Détournée par un certain nombre de professionnels de la politique, Lovin'Fun constitue également une ressource mobilisée par les pouvoirs publics, dans la mesure où, depuis 1990, Fun Radio se présente comme le relais privilégié du ministère de la Santé dans la mise en œuvre et la promotion de politiques publiques. La station expose de la manière suivante sa "mission" : "amplifier les différentes actions déjà engagées ces dernières années en direction de la lutte contre le sida, la drogue et les autres problèmes de santé dont souffre la jeunesse"⁶³.

Ce partenariat se traduit concrètement par l'organisation conjointe de campagnes d'information : le ministère de la Santé s'appuie en effet sur Lovin'Fun afin de promouvoir un certain nombre de mesures préventives telles que l'incitation au port du préservatif ou à la vaccination contre l'hépatite B. C'est, par exemple, dans l'émission de Fun Radio que Philippe Douste-Blazy, ministre délégué à la Santé, annonce en juin 1994 le remboursement à 100 % de ce vaccin. Plus généralement, l'information prend la forme de jeux ou de spots publicitaires diffusés sur l'antenne de Fun Radio⁶⁴, mais des "tournées provinciales" sont également organisées : en décembre 1993, Christian Spitz et David Massard participent ainsi au "Train Info Sida"⁶⁵ et, en juin 1994, à l'opération "Libres paroles sur le sida"⁶⁶, des milliers de pré-

62. Émissions des 17 mai 1994 et 14 février 1995.

63. Brochure éditée par Fun Radio.

64. Campagnes "Pour ne pas aimer idiot" (1991-92), "Message personnel" (1993-94), "Les premières fois" (1995), où les organisateurs font appel à de nombreux professionnels du spectacle, des sports... pour relayer le message de prévention sur l'antenne de Fun Radio.

65. Opération itinérante de prévention contre le sida à bord d'un "train forum" accueillant dans chacune des dix villes étapes des acteurs locaux de la lutte contre le sida (décembre 1993).

66. Tournée de deux camions réunissant une exposition et un studio de radio, avec la participation des associations de lutte contre le sida (juin 1994). Cette tournée s'est poursuivie au cours de l'été par l'opération "Libres paroles sur le sida et la toxicomanie" (tournées des

servatifs étant distribués à chaque opération dans ce que la station appelle les "kits Fun Radio". Au total, les différentes manifestations organisées par Fun Radio et la Direction Générale de la Santé entre 1990 et 1995 portent sur le sida (neuf opérations), la toxicomanie (deux opérations) et l'Hépatite B (une opération), soit principalement des maladies déjà fortement médiatisées.

Ces actions correspondent au constat de la faible efficacité préventive des campagnes générales non-ciblées dans la lutte contre le sida⁶⁷, constat repris à son compte par le ministère de la Santé dans ses divers programmes de communication publique sur le sida. L'orientation prise par Fun Radio en matière de prévention semble donc avoir rencontré ici la volonté des pouvoirs publics d'adapter les campagnes de communication aux individus davantage exposés au virus, en se fondant sur leurs groupes d'appartenance et sur leurs références socioculturelles. Ainsi, le ministère de la Santé assigne aux actions de communication sur le sida plusieurs objectifs spécifiques concernant les "jeunes" : *"créer les conditions favorables au dialogue autour de la sexualité, de la contraception et du préservatif, renforcer le sens de la responsabilité et de l'importance du respect de l'autre dans la relation amoureuse ; apporter des connaissances sur VIH, ses modes de transmission et les moyens de protection ; évoquer le vécu de la maladie"*. S'il est nécessaire de *"segmenter la cible des jeunes en sous-cibles"*, il convient de *"s'appuyer sur les réseaux et relais : la famille (ne pas oublier les grands-parents), les confidents, les enseignants, les vedettes (animateurs, chanteurs, acteurs), les gynécologues, le planning familial et les médecins généralistes, les associations..."* ainsi que de *"développer également une politique de partenariat avec des médias"*⁶⁸.

Afin de parfaire cette intégration au sein d'un dispositif public, une *"Fondation d'entreprise Fun Radio pour la nouvelle génération"* est créée en septembre 1995 : sa mission consiste notamment à *"proposer des solutions concrètes aux différents problèmes qui préoccupent la nouvelle génération : Sida, drogue, racisme, chômage, exclusion, violence, endoctrinement..."* Présentée comme un outil fédérateur, cette fondation n'a pas pour vocation de concurrencer le travail d'autres structures telles que associations, agences gouvernementales... Son action se veut complémentaire.

* * *

(suite note 66) plages, émissions de radio, débats...)

67. Pollack (M.), *Les homosexuels et le sida*, Paris, Métailié, 1988, p. 140.

68. Ministère des Affaires Sociales, de la Santé et de la Ville, *Plan de communication sur le VIH : document de travail provisoire à usage interne*, 1994.

En fonction des acteurs qui se l'approprient, Lovin'Fun fait donc l'objet d'usages multiples : si pour Fun Radio, l'émission est avant tout une source de profits financiers, elle permet surtout à des professionnels de la radio de se positionner sur un marché concurrentiel en se démarquant des autres acteurs en compétition ; elle constitue un moyen, pour Christian Spitz, de façonner une image d'expert ; certains professionnels de la politique se sont servis et se servent encore aujourd'hui de cette tribune en tant qu'élément de communication politique ; enfin, Lovin'Fun apparaît comme un instrument privilégié de promotion de mesures gouvernementales, particulièrement en matière de santé. Ces usages multiples sont autant de façons de "*servir les jeunes en se servant*" ; à l'image de la cible visée ("*la jeunesse*"), la désignation sociologique de ce micro-phénomène social ne saurait être unique et univoque.