

UNE SÉQUENCE DE (RE)CONNAISSANCES.

TV FIL 78 A SAINT-QUENTIN-EN-YVELINES

PAR

Jean-Baptiste LEGAVRE

La soirée électorale bat son plein. À côté du plateau d'enregistrement, les hommes politiques, les journalistes et les invités se parlent, s'évitent, passent ou attendent autour d'un buffet. « Ça y est. Vous êtes le TF1 du département » s'écrie le maire RPR réélu d'Elancourt, Jean-Michel Fourgous, l'un des principaux opposants au SAN (Syndicat d'agglomération nouvelle), la structure intercommunale de la ville nouvelle de Saint-Quentin-en-Yvelines¹. Le journaliste de TV Fil 78 présent, médusé, ne sachant comment interpréter cet « hommage » inattendu, ne répond pas sinon d'un sourire un peu gêné à celui qui critique depuis son origine cette télévision par câble qui se veut, classiquement, « citoyenne », « de proximité », « miroir de la vie locale » et qui reste marquée par son histoire. Créée en 1988 par les élus du SAN, diffusée à compter de 1992, financée encore aujourd'hui à près de 40% par son service de communication (et à près de 45% par le SAN, les communes associées et le conseil général), elle fut longtemps dénoncée dans l'espace local comme une « télévision de gauche », ou d'un plus classique « télé SAN », version localisée de la « télé de Monsieur le maire ». Pourtant, et la formule de J.-M. Fourgous l'indique suffisamment, TV Fil a connu bien des transformations en une dizaine d'années : aujourd'hui, elle dispose de neuf journalistes (pour 21 permanents), offre un journal quotidien d'une dizaine de minutes tout en images, très rythmé, avec des sujets de 1 minute 15/1 minu-

1. Sept communes, pour un total de moins de 150 000 habitants : Elancourt, Guyancourt, Magny-les-Hameaux, Montigny-le-Bretonneux, Trappes, La Verrière, Voisin-le-Bretonneux. Quatre communes ont entre 25 000 et 35 000 habitants. Quatre sur sept étaient à gauche avant 2001.

te 20, une dizaine d'émissions hebdomadaires, s'appuie sur un budget important pour une chaîne locale (près d'un million d'euros) et séduit un public croissant (une audience cumulée de plus de 150 000 téléspectateurs hebdomadaires, plus de 8 sondés sur 10 déclarant être des téléspectateurs de la chaîne, près de la moitié des sondés disant être des téléspectateurs réguliers², seulement 17% se déclarant non-téléspectateurs).

C'est dans ce contexte que s'inscrit la couverture médiatique de la campagne des municipales de mars 2001 (et des cantonales puisque quatre cantons étaient renouvelables sur le territoire couvert par TV Fil, soit celui du SAN et de quatre communes mitoyennes³). Elle prend place au sein d'une stratégie de crédibilisation de la direction de la chaîne et, en particulier, de son rédacteur en chef, Marc Nino, transfuge de l'autre télévision locale des Yvelines (Yvelines Première, chaîne locale de Saint-Germain-en-Laye non visible à Saint-Quentin et réciproquement). Lorsqu'il est engagé en 1998, le canal est plus ou moins « autogéré » par quelques journalistes proposant un journal, à l'époque, seulement hebdomadaire. Ils sont alors à la fois cadres et rédacteurs et certains émargeaient peu de temps auparavant au service de communication du SAN, réalisant en interne l'émission télévisée des élus intercommunaux, « Les dossiers du Petit Quentin », puisant parfois dans les archives de la chaîne pour produire, lors de leurs jours de congés, les films institutionnels de collectivités locales qu'ils couvraient professionnellement les autres jours, utilisant le logo du SAN sur les dossiers de la chaîne ou sur leur papier à en-tête, etc.

Cette stratégie de rupture porte un nom dans le langage des journalistes locaux : « se professionnaliser », c'est-à-dire tout à la fois continuer de se départir de l'étiquette de « télé de gauche » mais aussi être mieux perçue comme une « vraie » télévision non pas – non plus – de supposés amateurs sympathiques mais de « vrais » professionnels du monde journalistique – « fédérer l'équipe », « être le plus objectif possible », produire une image « propre », disposer d'un matériel modernisé... Autrement dit, être de « vrais » journalistes et non pas – non plus – des communicants (ou perçus comme tels) du SAN. « On a la carte de presse » aiment répéter les journalistes de la chaîne dès qu'on les questionne sur leurs relations avec leur financeur ; la carte faisant fonction de « talisman »⁴.

La campagne 2001 était supposée offrir une crédibilité à la chaîne. Et, à l'aune de quelques indicateurs reconnus par le CSA, le pari semble gagné : les équilibres comptables de temps de parole ont été

2. Sondage Médiamétrie, novembre 2001.

3. Les Clayes-sous-Bois, Coignières, Plaisir, Saint-Cyr l'École. Au total, la population potentielle de TV Fil est de 200 000 personnes.

4. L'expression d'un journaliste est utilisée, dans un tout autre contexte, par Vistel (1993 : 11).

globalement respectés. Mais l'analyse de la campagne peut servir aussi de révélateur de ce qu'est TV Fil et de ce qu'elle ne peut pas être, des contraintes aussi qu'elle subit de plein fouet dans une conjoncture de « surchauffe symbolique » (Gerstlé, 1992 : 69). En cela, cette couverture médiatique peut s'analyser d'abord comme une *séquence de reconnaissance*, dans tous les sens du terme. Une double reconnaissance, en fait : des règles du jeu journalistique et des règles du jeu politique. De ce point de vue, l'équipe de TV Fil va adopter une posture fort classique. Tout semble en effet ici se passer comme si la croyance dans la reconnaissance professionnelle passait par une reconnaissance du jeu politique le plus routinisé. Mais au local sans doute, à TV Fil certainement, tout paraît accentué et grossi, sorte d'épuration de ce qui peut se passer ailleurs, dans d'autres arènes du jeu politico-journalistique. C'est dire que cette campagne d'un point de vue médiatique s'analyse comme un paradoxe : TV Fil souhaitait ne plus être une télévision labellisée « télé de Monsieur le maire » mais, en plaçant la parole des hommes politiques au centre du traitement médiatisé de la campagne, en n'adoptant pas un traitement évaluatif de la politique, la télévision locale avait toutes les chances, du fait même des caractéristiques morphologiques de ses journalistes et des données structurelles de l'espace médiatique local, de rester une télévision très « confortable » pour les hommes politiques et l'ordre politique local. Probablement une télévision aujourd'hui moins typifiée comme étant « de gauche » mais une télévision d'autant plus acceptable pour les hommes politiques qu'elle adopte les signes sans doute les plus évidents mais pas forcément les plus décisifs de respectabilité journalistique ordinaire⁵.

5. Ce travail s'inscrit dans un double contexte. Initialement, il répond à la commande de la direction de la chaîne locale d'un rapport sur le travail journalistique quotidien à TV Fil. Il a bénéficié aussi du travail réalisé dans le cadre d'un séminaire de recherche de licence de science politique toute l'année 2000-2001 centré sur TV Fil, les étudiants devant produire un mémoire annuel, le plus souvent collectif - au total une quinzaine de mémoires ont été réalisés. A ces travaux, dont un seul portant sur la couverture de la politique est directement exploitable (Lafaye, Dreher & Delepine, 2001), il faut ajouter un mémoire de maîtrise de science politique (Petit & Smiljanic, 2001). Je remercie Thierry Barbedette, directeur de la chaîne ainsi que, et tout particulièrement, Marc Nino, rédacteur en chef, pour avoir largement facilité mon travail, le premier me permettant de disposer de l'ensemble des JT sur plusieurs mois (septembre 2000-avril 2001) et des documents sollicités, le second m'accordant trois longs entretiens. Enfin cet article n'aurait pu se faire sans le travail empirique réalisé sous ma direction par les étudiants : comptages, observations *in situ*, multiples entretiens. Que tous en soient remerciés. Les chiffres mobilisés dans la démonstration sont issus des deux mémoires précités, les comptages ayant été réalisés sous ma direction et responsabilité. Les extraits d'entretiens, sauf précision contraire, sont issus des mémoires des étudiants. Merci enfin à tous les journalistes de TV Fil d'avoir accepté la présence et les intrusions fréquentes des étudiants.

UNE SÉQUENCE DE RECONNAISSANCE DES RÈGLES CLASSIQUES DU JEU JOURNALISTIQUE

La pratique journalistique est faite de *standards* sédimentés depuis au moins le XIX^e. Ces règles de conduites et d'écritures sont nombreuses et de statuts dissemblables, du recoupement des sources à l'usage du « off » en passant par celle de « l'angle », de la valorisation du scoop à la séparation tendancielle du fait et du commentaire, etc. Elles sont sans doute évolutives *historiquement* (le journalisme d'opinion était plus présent dans les années soixante), variables selon les contextes *géographiques* (on ne fait pas tout à fait le même journalisme aux Etats-Unis, en France ou en Afrique mais aussi à Paris et en Lozère), selon les contextes *professionnels* (un journaliste de la presse quotidienne nationale n'a pas tout à fait la même pratique qu'un journaliste de la presse professionnelle ou qu'un agencier), selon aussi les contextes *techniques* (la télévision ou la radio imposent des contraintes qui ne sont pas les mêmes que celles de la presse écrite). Les standards ne sont évidemment pas faits que de règles explicites. Ils sont composés largement de pratiques ordinaires, plus ou moins pensées, le plus souvent routinisées et incorporées ; et plus ou moins transférables d'un espace médiatique à l'autre. Par exemple, il est admis par la plupart des rédactions qu'en conjoncture électorale la presse doit donner à la politique une place plus importante qu'à l'ordinaire, que les jeux politiques doivent être évalués ou que la campagne doit se conclure par une soirée en direct au cours de laquelle les compétiteurs viennent s'exprimer publiquement.

La dilatation de la politique

Dans l'économie générale des programmes de TV Fil, la politique ne tient pas officiellement une place prépondérante. « La politique n'a pas plus d'importance que ça » peut même affirmer un journaliste ou encore : « La politique a sa place au même titre que d'autres sujets. » Elle va cependant occuper durant la campagne une place croissante et prépondérante, alors même que la mise en place d'un journal hebdomadaire des municipales, le vendredi soir de chaque semaine, avait pour fonction de « ne pas prendre les téléspectateurs en otage ». « Pour ceux que ça n'intéresse pas, vous avez le journal quotidien et pour ceux que ça intéresse, vous avez le journal des municipales », pouvait annoncer en cours de campagne le rédacteur en chef. Les autres sujets vont pourtant progressivement disparaître du journal quotidien. La politique, au sens ordinaire du terme - des hommes et femmes politiques, producteurs de discours, en compétition pour des positions de pouvoir - va au fil des mois « cannibaliser » l'antenne. Alors que la politique occupe en septembre, octobre et novembre 2000 entre 10 et 15% du JT, elle en atteint les 9/10^e les

quinze derniers jours de campagne (un quart en janvier, la moitié en février) (Lafaye, Dreher & Delepine, 2001), proportion jamais atteinte dans les médias communs, même si ceux-ci tendent eux aussi à augmenter fortement et progressivement (Gerstlé, 1992b : 118) la place donnée à la politique en campagne.

Mais, plus largement ici, c'est la *nature* de la politique à l'écran qui se transforme au fil des mois. La politique, en effet, peut être entendue de manière plus large qu'une simple compétition. Les maires peuvent très bien apparaître à l'antenne à l'occasion d'une inauguration d'une usine ou d'un fait divers. On peut qualifier ce type de politique de *politique dérivée*. Alors que la politique est d'abord présente sous cette forme au dernier trimestre 2000, et massivement (entre 50 % et 90 % du temps consacré à la politique sous toutes ses formes est alors fait de politique dérivée), elle régresse à compter de janvier (1/3^e des sujets politiques en janvier, 3/10^e la première quinzaine de février) pour quasi disparaître le mois suivant (Lafaye, Dreher & Delepine, 2001).

Tout donne à voir ainsi une compétition politique appréhendée, plus ou moins consciemment, comme la quintessence de la politique et, ici, comme un outil journalistique de légitimation et de respectabilité professionnelle – « c'est très important pour nous de montrer notre crédibilité (en couvrant les municipales). J'aime quand les politiques disent : 'Vous avez été réglos' » avance le rédacteur en chef.

L'hypertrophie du jeu

Mais la politique, en dehors même de ce premier clivage – la politique « proprement dite » et « dérivée » – est susceptible d'autres traitements médiatiques. Des auteurs anglo-saxons d'abord, français ensuite (par exemple, Gerstlé *et al.*, 1992c), ont pu distinguer deux types de couverture, l'une en terme de *jeux*, l'autre en termes d'*enjeux*. La dichotomie, commode en apparence pour objectiver quantitativement le travail journalistique, soulève bien des questions. D'abord parce que les productions journalistiques mêlent souvent l'un et l'autre (le travail de comptage est donc complexe, voire artificiel)⁶, ensuite parce qu'elle rabattent des pratiques diversifiées sur quelques cadres homogénéisants, enfin parce que ces termes fortement connotés ne sont pas forcément importables directement dans le lexique politiste hexagonal (Garraud, 1990 ; Sawicki, 1991 : 171). Reste qu'ils offrent bien des avantages. D'une part, rien n'empêche de présenter des sous-catégories moins grossières

6. J. Gerstlé propose la solution suivante que nous retenons aussi : « Juxtaposition, chevauchement et emboîtement sont fréquents. Nous avons cependant pris le parti d'interpréter chaque sujet à partir de son centre de gravité ou noyau thématique » (1992c : 54).

(Gerstlé *et alii*, 1992c : 54) ; d'autre part, l'existence de travaux portant sur d'autres espaces médiatiques a l'immense avantage de permettre une comparaison et donc une saisie de la spécificité de la couverture localisée, ici de la politique municipale par rapport à la politique « nationale » (même si le travail de codification n'est pas toujours identique...).

La forme médiatisée la plus valorisée par TV Fil est incontestablement le jeu. Un peu plus de 7/10^e des sujets ou « unités d'information » s'inscrit dans cette catégorie (Petit & Smiljanic, 2001)⁷. Le constat et la proportion sont classiques au niveau national, du moins dans les quelques études disponibles (plus de 7/10^e lors de la campagne présidentielle de 1988, un peu moins de 8/10^e lors des législatives de 1993) (Gerstlé *et al.*, 1992 : 59 ; Gerstlé, 1994 : 68). Mais les formes du jeu sont ici très accentuées : une écrasante majorité des unités d'information est d'abord consacrée aux déclarations de candidatures, aux propos des acteurs politiques se localisant et localisant leurs adversaires, soit de la « mise en place » et de la « mise en scène » pour reprendre les catégories de Jacques Gerstlé ; la seule mise en place (attaques, soutiens et déclarations) atteint plus de 44 % des unités d'information. Plus encore, une dimension présente dans les médias classiques (mais il est vrai surtout dans la presse écrite et beaucoup moins à la télévision) est absente : le jeu n'est quasiment jamais décrypté par les rédacteurs. Le journalisme de TV Fil est en conséquence très marginalement analytique. Non que les journalistes soient absents de l'image. Mais, paradoxalement, la mise en scène des entretiens au cours des reportages (des corps de journalistes, des objets : micros, perches ou caméras), s'ils donnent à voir des spécialistes manipulant des objets distinctifs du commun⁸ les fait apparaître comme seconds, ne parlant pas, ne questionnant pas, à l'écoute, comme s'ils n'étaient que des « porte micros » – ils n'apparaissent ainsi jamais en plan américain en conclusion du reportage comme dans les télévisions nationales, ce qui permet notamment aux rédacteurs de se poser comme des experts du jeu relaté et comme « ayant le dernier mot ». Autrement dit, ce que Jacques Gerstlé appelle « la mise au point » (Gerstlé *et al.* 1992c : 63) (c'est-à-dire des unités d'information dans lesquelles le journaliste interprète la situation, les rapports de force et leurs évolutions en cours de campagne) est résiduelle. C'est que, comme le dit le rédacteur en chef à l'occasion d'une autre question : « Je dis toujours aux journalistes : 'Ne vous prenez pas pour plus que ce que vous êtes, vous n'êtes que des scribes, nous ne sommes que des scribes', c'est ma vision du journalisme, tout le monde n'a pas la même mais en tout cas à TV Fil et dans des rédactions comme la nôtre, ce ne sont pas

7. Le comptage commence le 4 janvier 2001 et se termine la veille du second tour du 18 mars.

8. Voir Mercier (2000 : 180). L'auteur souligne avec raison que ces corps et objets fabriquent de la légitimité dans le cadre d'un méta-discours.

des éditorialistes, ils n'ont pas à donner leur avis. Moi je ne souhaite pas donner mon avis ; TV Fil n'est pas une télévision engagée. On a déjà l'image du SAN... ». L'explication trouverait ainsi son origine dans le passé de la chaîne - « TV SAN » - mais aussi dans la faiblesse des moyens du canal local. « Le journaliste ne doit pas se mettre en avant. On ne doit pas chercher la polémique pour la polémique car elle est très facile à trouver (...). Je ne suis pas contre qu'un journaliste s'investisse dans son sujet, cherche la polémique mais si on met la merde il faut fouiller et aujourd'hui on n'a pas les moyens de le faire. Ce serait démagogique. » (Lafaye, Dreher & Delepine, 2001).

La valorisation du direct

Pas de grande chaîne de télévision sans soirée électorale en direct. L'axiome paraît avoir été intériorisé par la chaîne locale. Mais ici l'enjeu est plus fort qu'ailleurs : montrer qu'en recevant en direct le plus grand nombre de compétiteurs opposés, TV Fil est bien une chaîne indépendante d'un point de vue rédactionnel, et un acteur central de l'espace local. Il s'agit donc de « copier », voire de mimer, ce qui apparaît être l'ordinaire d'une soirée électorale, même si la chaîne offre en direct aussi la vision de ses plus faibles moyens (des micros-cravates qui rechignent à rester accrochés par exemple - mais « nous sommes en direct » -, un décor plus dépouillé qu'ailleurs...). Le temps d'antenne est prolongé de façon inédite : six heures de direct lors de chaque soirée électorale, les invités politiques défilent à tour de rôle - pas moins de 40 hommes ou femmes politiques le soir du premier tour - ; un mobilier spécifique est construit pour l'occasion ; plus encore la scénarisation de la soirée vise à attester l'appartenance au « vrai » monde de la télévision : présentation en couple mixte, annonce très rapide des premiers résultats sous la forme des cent premiers bulletins dépouillés dans chaque bureau de vote envoyé par un correspondant, candidats filmés dans la salle de maquillage avant leur entrée sur le plateau, ordinateurs mis en évidence, etc.

UNE SÉQUENCE DE RECONNAISSANCE DES RÈGLES CLASSIQUES DU JEU POLITIQUE

Les nouvelles technologies de l'information et de la communication ont pu être pensées comme des pièces essentielles à la démocratisation de l'espace public. L'alliance d'une technique - la télévision locale - et d'un territoire - le local - semblait presque en soi autoriser une plus forte proximité entre les représentants et les représentés. L'analyse de quelques sites a pu tailler en pièce cette belle utopie⁹.

9. Voir pour l'exemple d'un site analysé sous des angles variées : Le Guern & Leroux (1998 ; 1999 ; 2000 ; 2001). On pourra aussi se reporter, pour une analyse générale, à Pailliant & Leila (2002).

Pour autant, les journalistes de TV Fil se situent explicitement dans cette filiation, du moins quand ils ont à présenter leur projet éditorial. La politique locale dans sa vision la plus traditionnelle – des maires notables monopolisant l'expression publique – est fortement rejetée au profit de journalistes incarnant un pouvoir critique au nom de tous. « L'intérêt est d'enlever les maires de l'antenne (...). On n'est pas au service des politiques, c'est eux qui sont au service de la population. On veut juste retranscrire le fait que ce sont des employés des électeurs. Il ne suffit pas qu'ils téléphonent en disant qu'ils veulent passer à l'antenne, il faut que nous les sollicitions pour rendre des comptes. » Mais en temps de campagne, la médiatisation des hommes politiques produit des résultats bien éloignés du volontarisme affiché. Ici, les agents sociaux « ordinaires » sont passifs, les acteurs politiques les plus dominants omniprésents, et les enjeux atrophiés. L'espace local est loin d'une agora phantasmée dans lequel des représentants, sous l'œil critique de citoyens avisés, échangeraient sur les enjeux essentiels à l'espace public. La télévision de TV Fil offre à voir une politique très traditionnelle.

Des citoyens passifs

À l'écran, les habitants de Saint-Quentin sont quasi-absents de cette campagne, qu'ils soient agents ordinaires ou même porte-parole d'associations. Le trait est d'autant plus net qu'ils sont filmés tout au long de l'année – célébrités locales, mobilisations populaires en vue de la sauvegarde de l'emploi, manifestations associatives de type culturel, etc. La parole non experte, fut-elle courte et circonscrite dans les reportages (un participant à une manifestation sportive ou culturelle, un élève, un responsable associatif, etc.) est hors campagnes fortement médiatisée par les rédacteurs de TV Fil (Rouyer 2001 : 19 et s.).

En temps de campagne, tout donne à penser que la parole ordinaire est illégitime. Ce n'est pas tant que, contrairement aux médias nationaux, les représentations sondagières des habitants n'accèdent pas à l'espace local, faute de moyens financiers suffisants, mais les Saint-quentinois ne sont pas plus repérables dans des reportages qui pourraient être consacrés aux candidats, aux distributions de tracts ou aux réunions d'appartements, etc. Pas plus qu'ils ne sont présents sur les plateaux ou à travers des prises de parole sélectionnées au fil des reportages réalisés, sous la forme de parole de position ou de questions à poser aux hommes politiques. C'est pourtant une tendance médiatique forte des années quatre-vingt-dix repérée par de nombreux analystes (Neveu, 1997 ; Le Guern & Leroux, 1998). Cette absence « d'opinion publique en quelque sorte 'subjective' » (Neveu, 1997 : 29) ou qu'on pourrait qualifier « d'opinion publique molle », fut-elle ailleurs fortement domestiquée, est la marque de la

couverture médiatisée de TV Fil. Les seules fois où les électeurs, en dehors de l'acte de vote lui-même, sont présents physiquement à l'écran, c'est en arrière-plan, sur les marchés visités par les candidats ou sous la forme de sympathisants ou militants entourant ou écoutant les candidats, mais toujours passifs, toujours sans parole suffisamment légitime pour accéder à l'espace public. Ils sont d'une autre manière présents à l'écran mais indirectement, à travers les prises en charge et des candidats (qui se présentent classiquement comme étant à leur écoute...) et des journalistes. Ceux-ci se posent comme médiateurs dans les débats et soirées électorales : « On vous pose les questions que les habitants se posent » rétorque l'un des présentateurs à un homme politique sur le plateau de TV Fil. Ils sont enfin encore visibles, et significativement, comme des citoyens à convaincre de l'importance de l'élection et donc de l'acte de vote - un reportage en particulier est consacré à la question de la participation la veille du scrutin. C'est dire que l'espace local s'offre médiatiquement comme un espace hiérarchisé, très sectorisé, un espace dans lequel un couple asymétrique, composé d'hommes politiques et de journalistes, parlent des autres et aux autres, les profanes. Le slogan de TV Fil - « Regardez-nous, on parle de vous » - pourrait être ici plutôt « Regardez-nous, on parle pour vous ». Il serait en définitive plus précis pour résumer la couverture médiatique de pratiques politiques définies traditionnellement.

Des dominants valorisés

Les journalistes de TV Fil, comme leurs confrères des médias nationaux (Gerstlé *et al.* 1992c : 55) mais beaucoup plus que leurs confrères des médias régionaux (Gerstlé, 1992b), consacrent les positions des acteurs les plus institutionnalisés, en tout cas les plus visiblement installés (Petit & Smiljanic, 2001). Le constat ne touche pas d'abord la catégorie des sortants - souvent très valorisés dans les couvertures médiatisées (Gerstlé *et al.* 1992c : 55) - mais celle des titulaires de positions politiques « classiques » (en fait ici les seules têtes de liste « classiques », les colistiers n'ayant aucune chance d'accéder à l'espace télévisé en campagne). La majorité (gauche plurielle) du SAN est privilégiée, comme le parti le plus puissant (le Parti socialiste) ou les quatre organisations dominantes (RPR, UDF, PS, PC) médiatiquement hégémoniques. La gauche plurielle dispose de 54 % des sujets (les seuls PS et PC de près de 50 %), le PS de plus de 32 %, les quatre « grands » de 80 % des sujets. Les Verts qui obtiennent depuis quelques scrutins des scores importants dans plusieurs secteurs sont ici marginalisés (5 % des sujets), d'autant qu'ils sont souvent alliés à « la gauche plurielle ». L'extrême droite se voit réserver le même sort (moins de 5 % des sujets). Les listes d'extrême gauche sont ignorées.

En privilégiant les plus puissants, TV Fil exploite autant qu'elle subit les effets des concurrences proprement locales, spécifiques à l'intercommunalité : deux des grosses communes sont à gauche, deux autres sont à droite, chacun *des* camps est prêt à réclamer plus « d'objectivité » au moindre problème et la structure locale du jeu n'est pas composée d'un seul duopole – une majorité, une opposition – qui empêcherait comme dans d'autres canaux locaux les journalistes à se présenter avec crédibilité comme producteurs de pluralisme... Mais plus largement encore, si ceux qui « tiennent » le territoire sont privilégiés – les maires d'abord, la gauche ensuite –, c'est que tout semble se passer, ici comme ailleurs, comme si « le capital allait au capital », les journalistes privilégiant ceux qui leur donnent de quoi produire des reportages (des actions, des prises de positions attractives...), les dominants étant plus à même de donner les gages de leurs « compétences » (ils sont plus souvent professionnalisés, disposent plus souvent d'entourage, maîtrisent plus souvent les usages, donc les besoins journalistiques, etc.).

Ces quelques pourcentages rappellent sans doute le coût d'entrée élevé que doivent payer les organisations faiblement représentées pour accéder à l'espace médiatique, ici local, et la force des habitudes journalistiques, dans un contexte de candidatures pléthoriques. Mais cette fermeture de l'espace médiatique local n'est pas d'abord le produit d'une évidente « connivence » des rédacteurs avec leurs interlocuteurs. Les journalistes ont en effet parfois le plus grand mal à repérer *a priori* certaines têtes de liste « nouvelles » quand ils se proposent de les rencontrer pour les filmer « sur le terrain » (Petit & Smiljanic, 2001 : 51). La notation rappelle que la politique au local est loin d'être toujours, hors conjoncture électorale, une activité intensive (les oppositions dans les communes petites ou moyennes font souvent faiblement entendre leurs voix, les petites organisations ont la plupart du temps une activité des plus réduites, etc.). D'ailleurs, six maires sur sept sont à Saint-Quentin réélus dès le premier tour. On ne saurait non plus dénoncer une inégalité forte de traitement, juridiquement sanctionnable. D'abord parce que la rédaction de TV Fil avait fait de l'égalité de traitement autant un *principe d'action* (tout est enregistré, comptabilisé et ajusté comme le démontre le JT du 8 mars au cours duquel les candidats ayant eu moins de temps de parole disposent de quelques dizaines de secondes de « rattrapage ») qu'un *principe de justification* (l'égalité de traitement constamment rappelée à l'antenne et hors antenne est le gage de l'indépendance revendiquée par TV Fil vis-à-vis des hommes politiques et du SAN en particulier). Et deux maires, l'un PC, l'autre RPR, avaient menacé la rédaction d'une saisine du CSA en cas de traitement non équitable. Ensuite et surtout, le CSA a fait du *principe d'équité* (et non d'égalité) un guide d'action pour les responsables des chaînes, l'enjeu étant de tenir compte de la « représentativité des candidats et des forces politiques en présence (...)

évaluée (...) au regard des résultats des scrutins précédents, de la dynamique de la campagne électorale et des manifestations qui y sont liées » ; ajoutant que « la couverture (doit tenir) compte des équilibres politiques (...) locaux » ; ce qui compte est bien que « les candidats (...) bénéficient d'une présentation et d'un accès équitable à l'antenne »¹⁰. Rien d'étonnant, donc, que la médiatisation encourage nettement les formations les plus installées.

Mais la focale doit être élargie : ici aussi, les journalistes maîtrisent beaucoup moins l'agenda qu'ils ne le disent ou le croient. La quasi-totalité des reportages est le produit de manifestations – dans tous les sens du terme – des candidats. Les rédacteurs se contentent le plus souvent, sans en avoir l'initiative, de couvrir l'événement. On pourra rétorquer qu'ils ne couvrent pas tout et que l'activité journalistique est aussi le produit d'un « tri » plus ou moins conscient (ici par exemple, au regard du critère démographique, deux grandes communes, Guyancourt et Montigny-le-Bretonneux, sont très nettement sous-couvertes (Petit & Smiljanic, 2001) au profit de Trappes, de Saint Cyr et d'Elancourt, qui bénéficient de conjonctures électorales plus disputées). Mais ce dernier constat n'invalide pas celui, fondamental, que l'activité journalistique, en conjoncture de campagne en particulier, est une activité peu autonome. Elle est d'abord faite de routines et d'assez peu d'initiatives rédactionnelles¹¹.

Des enjeux minorés

La politique, telle qu'elle apparaît à TV Fil est une politique à l'image de ce qu'elle est usuellement : une politique, faite de compétitions personnelles, pour laquelle les questions de politiques publiques paraissent reléguées au second plan. Un peu moins de 3/10^e des unités d'information traitent d'abord des enjeux ((Petit & Smiljanic, 2001). Là encore, ce chiffre ne tranche pas considérablement avec ce qui s'observe dans les médias nationaux (Gerstlé *et al.* 1992c : 67-69). À Saint-Quentin, les enjeux prennent deux formes. D'abord, des propos très minoritaires en cours de reportages (et le mode de comptage retenu ici tend logiquement à les sous-évaluer) exprimés par les candidats interviewés. Ensuite, quelques thèmes sélectionnés *a priori* par les journalistes et passés à l'antenne en toute fin de campagne. Par exemple, un long reportage est réalisé sur les futurs dossiers du SAN après l'élection.

10. *La lettre du CSA*, 135-1, décembre 2000.

11. Voir les constats convergents de Sawicki (1991 : 191) et Neveu (1993). Ce dernier constatait que 80 à 90 % de l'espace de papier des journaux analysés (*ie*, autre que des brèves) étaient le produit d'activités couvertes initiées par les sources (manifestations, conférences de presse, déplacements des candidats sur le terrain, etc.).

Les enjeux sont d'abord portés par les occupants de positions dominantes. Plus un acteur politique occupe une position forte, plus il aura de chance, statistiquement observable, d'être un candidat « à enjeux » (Petit & Smiljanic, 2001). Candidats du PS d'abord, du RPR ensuite (mais avec un dixième d'unités d'information en moins), puis et presque à égalité candidats du PC et de l'UDF. La gauche, dominante au local sur la ville nouvelle mais menacée en cas de basculement communal, est aussi celle qui réussit à faire émerger le plus d'enjeux, plus d'un dixième d'unités d'information en plus de la droite parlementaire.

DES JOURNALISTES CONTRAINTS

Il ne suffit cependant pas de présenter les produits politiques télévisuels d'un canal local pour en épuiser la réalité. Comprendre la propension des rédacteurs de TV Fil à rendre compte ainsi de la compétition suppose aussi de connaître un peu mieux les conditions de production d'une telle définition médiatique de la réalité. Sept paramètres au moins peuvent éclairer la situation. D'abord, les journalistes de TV Fil (à l'image de nombreux confrères des chaînes locales) n'ont guère de moyens pour pouvoir se permettre, dans une telle conjoncture de surcharge (ils doivent continuer à produire les autres émissions hebdomadaires), à faire beaucoup plus. Leur nombre très réduit les en empêche : neuf journalistes (cinq rédacteurs, trois JRI et un rédacteur en chef), sur un territoire plus grand que Paris, sont chargés de scruter les faits et gestes d'une cinquantaine de listes pour onze municipales et quatre cantonales donnant la possibilité à vingt-trois candidats de concourir (sans compter les onze responsables départementaux de partis interviewés pendant la campagne). Ensuite, ces journalistes sont loin de se situer en haut de la hiérarchie du journalisme, et du journalisme politique dont ils ne sont pas des spécialistes, ce qui pourrait constituer un frein supplémentaire pour adopter un regard expert sur la politique ou, pour reprendre un concept de Jean-Gustave Padioleau, une « rhétorique de l'expertise critique » (Padioleau, 1976 : 275). Le salaire fournit, parmi d'autres possibles, un indicateur particulièrement net de la position que la plupart occupe dans l'univers journalistique : la majorité a un salaire mensuel de 1200 à 1400 euros (8 000 à 9 000 francs) et le salaire mensuel le plus élevé atteint 2 300 euros (15 000 francs).

Troisième paramètre : ces journalistes n'ont pas de formations proprement journalistiques ou de formations pour lesquelles les questions politiques seraient enseignées prioritairement. Aucun n'est passé par une école professionnelle par exemple, un seul est diplômé d'un IEP de province, une autre est diplômée de la filière universitaire « infocom », un autre est titulaire d'un BTS, etc. Ils sont

jeunes, voire très jeunes, et ont en général très peu ou pas du tout d'expérience hors le canal qui les emploie. Ils ne disposent pas de points de comparaison (Le Guern & Leroux, 1999), sortes de points d'appui ou de ce que l'on pourrait qualifier de « prises » professionnelles pourtant essentielles dans de telles conjonctures politiques faites de rythmes épuisants. Le quatrième paramètre accentue les conséquences du précédent : les journalistes de TV Fil sont des généralistes. La division du travail se fait par zones géographiques (le territoire est découpé en autant de journalistes) et non par services (politique, société, économie...) et par dossiers (RPR, aménagement du territoire, enseignement...) comme dans les rédactions nationales. Sans doute, des habitudes se créent, des précédents permettent à tel rédacteur de se spécialiser mais jamais complètement, toujours de manière réversible. C'est indiquer autrement que les journalistes ne peuvent maîtriser les règles du jeu politique comme des rédacteurs d'une rédaction plus institutionnalisée puisque aucun d'eux ne peut se présenter comme journaliste politique (ce qui ne veut évidemment pas dire que la spécialisation ne soit pas productrice de cécités).

Surtout, sixième paramètre à prendre en compte, ces journalistes n'ont guère de pairs. Aucune télévision n'est véritablement concurrente - Yvelines Première ne couvre pas Saint-Quentin et France 3-Ile-de-France dispose d'un territoire si étendu à couvrir que la ville nouvelle ne constitue pas la préoccupation majeure de ses journalistes. Pour son édition des Yvelines, *Le Parisien* dispose d'un bureau destiné à couvrir Saint-Quentin mais pour une zone beaucoup plus large. Le bureau, situé à Poissy, est éloigné d'une trentaine de kilomètres du siège de TV Fil et le localier ne peut techniquement y capter la chaîne. Les seuls journalistes travaillant sur le même territoire (et encore pas tous les jours sauf pour les correspondants locaux non professionnalisés) sont, d'une part, ceux des *Nouvelles* (journal de Serge Dassault, racheté au groupe Hersant, couvrant de manière peu équilibré le territoire) et la radio locale *Triangle FM* (financée elle aussi en partie par le SAN). Or, toutes les études montrent l'importance, pour saisir les caractéristiques du travail journalistique, de l'auto-surveillance induite par l'existence de pairs concurrents. Ces travaux le font d'ailleurs souvent pour le déplorer (Pierre Bourdieu par exemple a dénoncé vigoureusement la conception circulaire de l'information induite par la concurrence médiatique : Bourdieu, 1996 : 22). Significativement, ces travaux n'ont jamais à l'esprit les conséquences induites par une position inverse ; celle que connaissent précisément et quotidiennement les journalistes de TV Fil, et de manière quasi expérimentale. Comment en effet construire une télévision que les propres pairs ne peuvent apprécier, comment construire une télévision sans voir ce que les pairs les plus proches - les journalistes de télévision - peuvent (pourraient) eux aussi produire sur les mêmes thèmes ? Du coup, les rédacteurs de

TV Fil tendent à produire une télévision auto-référencée. En dehors du *Parisien* et des *Nouvelles* (encore ne sont-ils pas lus par tous), les très rares journaux présents sur les tables et bureaux des journalistes ne paraissent guère ouverts, aucun abonnement à une agence n'est contracté, seule LCI passe en continu sans qu'elle paraisse vraiment suivie.

Septième paramètre : ces journalistes sans véritables pairs ont une « identité » professionnelle quotidiennement mise à mal. Les hommes politiques, d'abord, peuvent les menacer de manière pas toujours euphémisée. Tel maire en situation électorale difficile et appartenant à la majorité du SAN pourra lancer au cours de la campagne : « On vous paye, alors vous devez faire ce qu'on vous dit ». Sans oublier que le Président de TV Fil est maire-adjoint de Guyancourt et élu du SAN, chapeautant dans les deux structures les questions de communication. Ce n'est pas dire, loin s'en faut, que les altercations avec les sources sont inexistantes dans les rédactions nationales ou les rédactions locales de France 3 et que les pressions de la tutelle n'existent pas. Elles ne peuvent cependant prendre ces formes aussi directes, sans filtres et brutales en cas de « manquement ». De plus, et surtout, leur identité de journalistes est mise à mal par les communicants, et pas seulement parce qu'ils en subiraient la professionnalisation. Le trait n'est pas propre à TV Fil, même si les pratiques sont parfois éloignées des mythes fondateurs de la profession et qu'ici la petite équipe ne peut toujours, comme ailleurs, contourner les sources professionnalisées. Comme le dit le rédacteur en chef : « Le réflexe facile c'est d'appeler les chargés de com des communes, d'avoir les infos basiques, institutionnelles, et c'est vrai que souvent je pique des crises de nerfs : 'C'est bon ? Vous avez eu l'attachée de com et vous faites votre sujet comme ça ? ça suffit ?' Et des fois j'ai : 'Oui-oui, qu'est-ce que tu veux que j'aille chercher d'autre ?' (...). Je suis obligé de faire des leçons de journalisme et ce n'est pas mon rôle »¹². Leur identité professionnelle est encore minée par le partage quotidien de leur canal avec des communicants. Le SAN dispose en effet d'une émission multidiffusée, « Les dossiers du Petit Quentin », reprenant le nom du mensuel territorial gratuit qui vante les mérites de la structure intercommunale. La chaîne diffuse aussi des programmes offerts par des partenaires non-journalistes - la FNAC une émission culturelle, Le Parlement européen une émission de « sensibilisation » aux questions communautaires, etc. On peut imaginer la perception brouillée que risquent d'avoir des téléspectateurs, même usagers relâchés, du travail journalistique mais aussi quelles perceptions peuvent avoir de leur travail et de leur canal les propres rédacteurs de TV Fil...

12. Entretien avec l'auteur, janvier 2002.

On comprend mieux aussi que ces journalistes, pour réussir à s'imposer comme journalistes, n'ont probablement d'autres choix que de « jouer » aux journalistes – au sens d'adopter leurs règles qui leur paraissent les plus évidentes de professionnalisme en consacrant les règles d'un jeu politique très routinisé dans lequel des acteurs politiques se présentent et appellent à voter pour eux. Ils reconnaissent ainsi, en définitive, leur position seconde, l'importance des acteurs politiques et l'impossibilité de mettre à jour une parole profane, dont on pourrait penser pourtant qu'ils pourraient s'en faire une alliée. La situation n'est pas inédite. TV 10, le canal angevin, a pu ainsi produire un temps une émission dans laquelle les habitants pouvaient discuter, même « encadrés » des décisions municipales le lendemain des conseils. L'émission a vite été supprimée par les édiles locaux financeurs (Le Guern & Leroux, 2000 : 162)... Les contraintes sont telles qu'on ne saurait croire qu'il est aisé, au local en particulier, de coller aux mythes journalistiques producteurs de pratiques spécifiques, sans grands moyens et sans indépendance économique. On comprend mieux aussi les constats et les colères du rédacteur en chef de TV Fil, lucide sur la situation de sa chaîne et de son équipe : « On voulait faire un travail le plus objectif possible (...) montrer que la télévision n'était pas 'de gauche' et qu'on était crédible (...). J'ai pris les textes du CSA pour ne pas être pris en faute (...). Et puis on a été pris dans un tourbillon. Le résultat n'a pas été pensé, pas voulu, ça s'est trouvé comme ça. On a été focalisé sur le temps d'antenne et j'ai conscience du paradoxe du résultat : ça nous ramène à une image de télé locale. À la fin, je me suis dit : 'On va satisfaire le CSA, tous les candidats ont pu parler mais il n'y a pas de traitement de fond derrière'. (...) On ne s'est pas donné suffisamment les moyens et le temps de montrer autre chose. (...) Il manque peut-être encore parfois à TV Fil une conscience journalistique. (...) On ne cherche pas assez le fond »¹³. Ou comment une vision comptable de l'objectivité journalistique peut produire les effets inverses de ceux escomptés.

13. Entretien avec l'auteur, janvier 2002.

RÉFÉRENCES

- Bourdieu, P. (1996) *Sur la télévision*, Paris, Liber Editions.
- Garraud, P. (1990) Politiques nationales : élaboration de l'agenda, *L'année sociologique* 40.
- Gerstlé, J. (1992a) *La communication politique*, Paris, PUF.
- Gerstlé, J. (1992b) La région entre nation et département, in P. Habert, P. Perrineau & C. Ysmal, dir., *Le vote éclaté*, Paris, Presses de la FNSP.
- Gerstlé, J. et al. (1992c) La couverture télévisée des campagnes présidentielles. L'élection de 1998 aux Etats-Unis et en France, *Pouvoirs* 63.
- Gerstlé, J. (1994) La région entre nation et département, in P. Habert, P. Perrineau & C. Ysmal, dir., *Le vote sanction*, Presses de sciences po, 1994.
- Lafaye, G., Dreher, J. & Delepine, A. (2001) *Le traitement de l'information politique par TV Fil 78 : entre volonté d'autonomie rédactionnelle et contraintes structurelles d'un média local*, mémoire de licence de science politique, sous la direction de J.-B. Legavre, Université de Versailles Saint-Quentin en Yvelines.
- Le Guern, P. & Leroux, P. (1998) Une néo-télévision au local ? TV 10 Angers et l'émission Bonjour chez vous, communication au colloque « Télévision, transformation, théorie - retour possibles sur la néo-télévision », Metz.
- Le Guern, P. & Leroux, P. (1999) Une rhétorique du consensus. Journalisme et journalistes dans une télévision locale (TV 10 Angers), in C. Delporte, dir., *Médias et villes*, Tours, Publications de l'Université François Rabelais.
- Le Guern, P. & Leroux, P. (2000) Les limites de l'espace public médiatisé : l'exemple d'une télévision locale, *Hermès* 26-27.
- Le Guern, P. & Leroux, P. (2001) Grandes figures et figurants. Formes et effets de la consécration dans l'espace local, in F. Lambert, dir., *Figures de l'anonymat*, Paris, L'Harmattan.
- Mercier, A. (2000) Principes sociologiques d'analyse de l'image télévisuelle. Le cas du journal télévisé in M. Bachir, dir., *Les méthodes au concret*, Paris, PUF/CURAPP.
- Neveu, E. (1993) Pages politiques, *Mots* 23.
- Neveu, E. (1997) Des questions jamais entendues. Crises et renouvellement du journalisme politique à la télévision, *Politix* 37.
- Padioleau, J.G. (1976) Systèmes d'interaction et rhétoriques journalistiques, *Sociologie du travail* 3.
- Pailliant, I. & Leila, A. (2002) Média local ou outil de communication ? A quoi servent les TV locales ? *Pouvoirs locaux* 5.
- Petit, S. & Smiljanic, D. (2001) *TV Fil 78, une télévision en quête de crédibilité. Les stratégies de démarcation politique dans un contexte d'élections municipales et cantonales*, mémoire de maîtrise de science politique, sous la direction de Jean-Baptiste Legavre, Université de Versailles Saint-Quentin-en-Yvelines.

Sawicki, F. (1991) Les questions de protection sociale dans la campagne présidentielle française de 1988. Contribution à l'étude de la formation de l'agenda électoral, *Revue française de science politique*, 41 (2).

Rouyer, R. (2001) *Le local du journalisme local. La contribution de la chaîne câblée TV Fil 78 à la construction d'une figure du local*, mémoire secondaire du DEA « Logiques d'acteurs », sous la direction de J.-B. Legavre, Université de Versailles Saint-Quentin en Yvelines.

Vistel, J. (1993) *Qu'est-ce qu'un journaliste ?* Paris, La documentation française.

