Arnaud MERCIER, *Télévision et politique*

Paris, Éd. La Documentation française, coll. Problèmes politiques et sociaux, 2004, 111 p.

Nabil Aliouane

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/5494>

DOI : 10.4000/questionsdecommunication.5494

ISSN : 2259-8901

Éditeur

Presses universitaires de Lorraine

Édition imprimée

Date de publication : 30 juin 2005

Pagination : 439-441

ISBN : 978-2-86480-859-6

ISSN : 1633-5961

Référence électronique

Nabil Aliouane, « Arnaud MERCIER, *Télévision et politique* », *Questions de communication* [En ligne], 7 | 2005, mis en ligne le 22 mai 2012, consulté le 22 septembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/5494> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.5494>

Ce document a été généré automatiquement le 22 septembre 2020.

Tous droits réservés

Arnaud MERCIER, *Télévision et politique*

Paris, Éd. La Documentation française, coll. Problèmes politiques et sociaux, 2004, 111 p.

Nabil Aliouane

RÉFÉRENCE

Arnaud MERCIER, *Télévision et politique*, Paris, Éd. La Documentation française, coll. Problèmes politiques et sociaux, 2004, 111 p.

- 1 *Télévision et politique*, un titre qui résonne dans l'imaginaire commun du téléspectateur et du chercheur. On imagine un ouvrage volumineux, complexe à souhait et un brin manichéen. En fait, il n'en est rien, Arnaud Mercier réussit le tour de force de présenter, en un peu plus de cent pages, une réflexion complexe, épurée de fantasmes et idées préconçues. Avant tout, cette clarté est une question de forme ; plutôt que de reprendre à son compte les travaux précédents, l'auteur choisit et propose des extraits, révélant l'essentiel – voire l'essence – de ce qui doit être retenu. Couplée à un découpage habile des chapitres, cette forme allège considérablement la lecture et confère une grande force à l'ouvrage. Autre point fort, la sélection des extraits qui présente un panorama de travaux en sciences de l'information et de la communication, en sciences politiques, en psychologie cognitive, mais aussi des travaux de professionnels de la communication politique. Aussi l'auteur évite-t-il l'écueil d'une vision franco-française du sujet, en incluant de nombreuses traductions d'auteurs étrangers, notamment nord-américains.
- 2 Arnaud Mercier prévient le lecteur que « La télévision, média de masse par excellence, est devenue en trente ans le premier vecteur de communication et d'information en matière politique » (p. 5). La télévision est donc le principal média de communication politique pour les partis et organisations de tout bord, mais aussi le principal média d'accès à la politique pour le public, voire l'unique média pour une grande partie

d'entre eux. Depuis longtemps, les liens entre sphères médiatique et politique ont alimenté les conversations et les sujets de recherche. On reproche à la télévision de dissoudre le lien social, d'affaiblir le discours politique, voire de faire l'élection. Pourtant, dès la fin de la Seconde Guerre mondiale, les travaux de Paul Lazarsfeld mettent en évidence les effets limités de la télévision et, dans les années 80, les avancées en psychologie cognitive permettront de dépasser le paradigme effets limités/effets puissants pour mettre en avant des effets relatifs et circonstanciés. Il est nécessaire d'introduire dans la réflexion un troisième pôle qui est celui des publics, et d'envisager les différentes interactions comme une boucle interactive entre ces trois pôles. Arnaud Mercier montre toute la complexité de ces interactions et propose de les étudier sous trois angles qui sont autant de chapitres de l'ouvrage.

- 3 La première partie est un panorama des différents modes d'apparition de la politique à la télévision. On s'aperçoit que, si dans les premières années du média, la politique se cantonnait aux émissions de débat, elle couvre désormais l'ensemble du spectre des émissions, les débats bien sûr, mais aussi les *talk-show*, les divertissements, les jeux... même au prix d'une dépolitisation du propos. Contrairement à ce que l'on pourrait penser, le nombre d'émissions politiques n'a pas diminué, mais il a augmenté ; ajoutons à cela que ces émissions ne se cantonnent plus seulement aux dernières parties de soirée, mais occupent l'ensemble de la grille (p. 7). La présence d'hommes politiques dans les émissions de divertissement n'est pas anodine, c'est une réponse stratégique à la versatilité et dispersion des publics. Il n'est plus suffisant d'apparaître dans les émissions politiques pour atteindre l'électeur potentiel. Cette contrainte a profondément modifié les stratégies communicationnelles des hommes politiques qui montent désormais (avec leurs conseillers en communication) de véritables plans marketing pour atteindre leurs cibles.
- 4 La deuxième partie de l'ouvrage amène le lecteur à s'interroger sur la construction de l'information et les effets de la télévision sur le public. Interrogation légitime puisque, pour la majorité des citoyens, la télévision représente le média d'information principal, pour son caractère simple, rapide et ludique (p. 34). Ces qualités ne sont pas « naturelles », mais procèdent d'un travail de mise en récit, d'une symbolique et d'une récurrence qui va profondément inscrire l'image dans l'esprit du téléspectateur en faisant appel à sa culture télévisuelle (p. 37). Seulement voilà, il n'y a pas un mais des publics et autant de contextes de réception : « La diversité des cultures modifie radicalement les conditions de réception. Si les techniques sont les mêmes, les hommes d'un bout à l'autre de la planète ne sont pas intéressés par les mêmes choses... ni ne font le même usage des informations. L'abondance d'informations ne simplifie rien et complique tout » (p. 41). Si, désormais, il est clair que les médias ne font pas l'élection, ils y contribuent sans pour autant influencer sur le vote.
- 5 La perspective de la dernière partie est intéressante et montre que si les partis politiques usent de tout leur poids et de toutes les ruses pour peser sur le mode d'information, le média influe aussi sur le monde politique. Indubitablement, la télévision a modifié la manière dont est envisagée la politique. Les impératifs de flux et de vitesse ont transformé les discours et les modes d'argumentation, donnant une grande importance aux petites phrases et aux effets d'annonce. La télévision ouvre aussi le règne de la simplicité, c'est moins le fond que la manière et la bonne impression que l'on va laisser qui compte (p. 77). La légitimité du candidat est aussi fonction du temps d'antenne. Ainsi toute campagne est-elle d'abord construite autour d'un plan

média qui vise à donner le maximum de visibilité au candidat, court-circuitant par là même le circuit classique des meetings et donc le travail des partis (p. 85).

- 6 Finalement, le travail d'Arnaud Mercier est précieux pour quiconque veut amorcer (ou poursuivre) une réflexion sur les liens entre la sphère politique et la sphère médiatique, car il est épuré de tout fantasme ou présupposé idéologique. L'auteur se garde bien de tirer des conclusions définitives, mais s'engage sur des pistes qui restent à explorer.
-

INDEX

oeuvre Télévision et politique – (Arnaud Mercier, 2004)

AUTEURS

NABIL ALIOUANE

CREM, université Paul Verlaine-Metz

aliouane@caramail.com