

ANALYSE DES PROGRAMMES TÉLÉVISUELS DE LA COMMUNAUTÉ FRANÇAISE DE BELGIQUE

Sarah Sepulchre¹

Nous avons étudié des émissions politiques et d'information, celles où les hommes politiques sont les plus présents en veillant à sélectionner des émissions de deux types. Tout d'abord, nous analyserons les programmes habituels des chaînes, ceux qui se retrouvent à la fois en période électorale et hors période électorale. Cela nous permettra de vérifier si les hommes politiques y sont traités différemment selon les périodes. Ensuite, nous observerons les émissions spécialement conçues pour les élections et des programmes où les hommes politiques sont invités de manière ponctuelle. Il nous semble en effet que des indices de spectacularisation peuvent apparaître à la fois dans la façon de montrer les politiques (par exemple, quand des émissions électorales mélangent les genres) ou dans le fait que les politiciens apparaissent dans des programmes où ils n'étaient pas conviés auparavant et où la personnalité pourrait primer sur le contenu de leur discours.

¹ Sarah Sepulchre est assistante à l'École de Journalisme de Louvain (EJL) et membre de l'Observatoire du récit médiatique (ORM) au Département de communication de l'UCL.

Recherches en communication, n° 24 (2005).

Les résultats de l'analyse

On remarque tout d'abord que les émissions où les personnalités politiques interviennent se ressemblent beaucoup d'une chaîne à l'autre. On y trouve des journaux télévisés, des débats, des interviews (incluses ou non dans le débat). Au-delà du genre d'émissions, nous remarquons qu'elles se ressemblent également quand on examine leur construction. Les journaux télévisés offrent plus ou moins les mêmes séquences traitées de manière similaire. *Mise au point* et *Controverse* traitent des mêmes sujets avec des invités identiques, selon une même dynamique (opposition des invités entre eux, utilisation des e-mails de téléspectateurs). Il est intéressant de remarquer que les émissions très semblables sont également programmées à des plages horaires identiques (les journaux télévisés et les débats dominicaux).

Nous n'avons pas décelé de différences significatives entre les numéros diffusés lors de la campagne électorale et ceux programmés le reste du temps, qu'il s'agisse des journaux, des débats ou des interviews. Les personnalités politiques interviennent dans ces émissions selon leurs compétences et les dossiers qu'elles ont en charge. Louis Michel négocie avec son homologue iranien le rapatriement de Sarah et Yasmine, deux fillettes kidnappées par leur papa (journaux télévisés des deux chaînes) ; Rudy Demotte est confronté à des représentants du monde médical lors d'un débat sur la sécurité sociale (*Mise au point*) ; les chefs de groupe au Parlement wallon débattent avec des membres du Parti socialiste de l'affaire Arena (*Controverse*) ; Didier Reynders est invité alors qu'il est élu président du MR (*L'invité*). Les thèmes des émissions sont tributaires de l'actualité. Les contenus restent majoritairement politiques et la mise en forme est traditionnelle.

Sentiments et vie privée

Dans les journaux, certaines séquences dévoilent une face plus personnelle des politiciens, mais ce type de sujets reste malgré tout exceptionnel dans les journaux télévisés des deux chaînes. Dans *Mise au point* et *Controverse*, les présentateurs relaient de temps en temps les questions et réflexions transmises par e-mails par les téléspectateurs. Les télévisions gardent cependant un contrôle sur les e-mails puisqu'ils sont sélectionnés avant de passer sur antenne. Dans l'émission *Controverse*, Pascal Vrebos invite régulièrement des quidams sur son plateau.

L'invité de Pascal Vrebos marque d'abord par son côté ludique. Le présentateur ponctue son émission de questions typées : le « Podium », le « Oui ou non », les « Cotes sur 10 », la « Question que l'on n'ose pas poser, mais que l'on pose quand même », le « Pour et le contre », etc. L'aspect ludique ne semble pourtant se limiter qu'à la forme de la question, le contenu reste politique. Les invités ne s'y trompent d'ailleurs pas puisqu'ils répondent par des arguments politiques. Cette manière de faire a l'avantage de susciter des réponses plus rapides et plus dynamiques de la part des politiciens.

Les questions personnelles sont plus systématiques dans *L'invité* de Pascal Vrebos. Ces questions donnent généralement lieu à une réponse brève parce qu'elles sont incluses dans des questions typées. Les exemples que nous avons décelés dans les émissions analysées restent relativement anodins, mais les politiciens interrogés ont parfois donné des exemples de questions beaucoup plus intrusives. D'un côté, le rôle de ces questions peut être relativisé étant donné qu'elles ne débouchent pas sur grand chose, en tout cas pas sur un déballage de la vie privée ; d'un autre côté, on peut se demander quel est le but poursuivi d'autant, justement, que ces questions semblent totalement gratuites, ne sont pas approfondies ou contextualisées. Elles ne constituent évidemment pas l'essentiel de l'interview.

Modernité

La spectacularisation peut à la fois passer par le contenu et la forme, tel était notre postulat de départ. Nous avons donc également examiné la facture de ces émissions habituelles. Si *Controverse* et les séquences des journaux restent de facture classique, *L'invité*, *Mise au point* et *Actuel* bénéficient d'un traitement visuel plus moderne. La chaîne privée utilise énormément l'infographie. Ce procédé intervient notamment dans la question « Podium », pour les « Cotes sur 10 » ou au moment de signer la « Promesse » par exemple. Les deux chaînes l'utilisent pour afficher à l'écran les e-mails des téléspectateurs. *L'invité* joue également sur les avant-plans, sur le montage (on saute parfois rapidement sur plusieurs images filmant le même sujet selon des angles et des échelles différentes, le montage est dynamique), parfois sur l'éclairage (les invités répondant à la question qui fait mal plongés dans une lumière rose).

Les avant-plans et l'infographie dynamisent également le traitement visuel de *Mise au point*. L'émission utilise aussi le procédé du split screen pour mettre à l'image deux interlocuteurs. Durant le moment de

« L'interview », l'écran est même divisé en trois parties. Deux d'entre elles mettent à l'image les interlocuteurs, la troisième dévoile le plateau. Enfin, *Actuel* brise aussi les règles habituelles qui veulent que le journaliste n'apparaisse pas (ou peu) à l'image durant un reportage. Jean-Claude Defossé se met en scène. Il lance les documents d'archives, les interrompt pour donner des informations à un personnage qui symbolise les téléspectateurs, fait des liens entre plusieurs documents.

Le soin qui est apporté à la mise en forme de ces émissions vise évidemment à capter l'attention du téléspectateur, à dynamiser des genres télévisuels traditionnels. On peut donc bien parler de modernisation des émissions politiques, mais il nous semble excessif de parler de spectacularisation.

La campagne électorale

Pour cette période également, on retrouve de grandes similitudes entre les offres des chaînes. Certains types d'émissions se retrouvent sur toutes les chaînes. Il s'agit de la soirée électorale (moment stratégique où les moyens déployés sont énormes) et des débats. La RTBF en diffuse un chaque soir de la semaine qui précède les élections sous le titre *Débat électorale*. RTL-TVi n'en programme qu'un qui rassemble les présidents de parti et qui sera diffusé le 11 juin au soir. Le débat est surtout le genre favori des télévisions locales. Pas moins de neuf télévisions locales en diffusent.

À côté de ces émissions transversales, on trouve aussi des émissions qui restent traditionnelles et relativement fréquentes d'une chaîne à l'autre. Les télévisions locales diffusent des reportages indépendants ou insérés dans le journal télévisé ; elles favorisent également des moments d'entretien avec un candidat. Sur la RTBF, Olivier Maroy oppose deux candidats de partis différents dans *Face à face*. Pascal Vrebos et Kathryn Brahy ont consacré une émission pour chaque parti durant laquelle trois candidats répondaient à des questions semblables à celles que l'on retrouve dans *L'invité (Face aux électeurs)*. Enfin, les deux chaînes nationales favorisent également la créativité et l'originalité en plus des émissions classiques. RTL-TVi et la RTBF ont chacune créé un programme s'éloignant radicalement des genres traditionnels : *Destination élections* pour la RTBF, *Pour qui voter ?* pour RTL-TVi.

Mélange des genres

Plusieurs programmes électoraux ont présenté des émissions à la frontière entre plusieurs genres. Le ludique notamment a eu beaucoup de succès durant la campagne 2004. Il s'est mêlé au débat électoral la plupart du temps dans *Face à face* sur la RTBF et dans *Face à l'électeur* sur RTL-TVi. Mais c'est probablement *Pour qui voter ?* qui a poussé le plus loin la logique. On retrouve également un mélange de genres dans l'émission *Destination élections*.

Pour qui voter ? est un jeu axé sur les propositions originales des partis. L'émission est présentée comme telle par le présentateur qui débute par le rappel des règles et la présentation de l'arbitre, Benoît Rihoux. Les politiciens invités doivent retrouver la proposition de leur parti dans les quatre présentées. Les réponses des candidats sont enregistrées et leurs scores sont dévoilés en fin d'émission. Les téléspectateurs sont également invités à répondre aux questions afin de déterminer leur profil politique. L'habillage musical du programme fait également référence à l'univers des jeux télévisés puisqu'il ressemble très fort à ce qu'on peut écouter dans *Qui veut gagner des millions ?*

Mais la dimension ludique s'arrête là pour laisser apparaître la dimension politique. En effet, toutes les questions sont axées sur les programmes des partis. Les discussions qui émergent du jeu sont politiques. L'objectif de l'émission est de vérifier si les candidats connaissent leur programme, mais surtout de permettre au téléspectateur de vérifier quelle tendance est plus proche de ses convictions personnelles. En définitive, cette émission ressemble surtout à un débat amélioré. Une dimension d'autant mieux mise en valeur parce que les moments de jeu ne fonctionnent pas très bien. En effet, les règles du jeu, peut-être un peu trop complexes, n'ont cessé d'être la cause de discussions, de réclamations et de contretemps.

Les dimensions ludiques de *Face à face* sur la RTBF et *Face à l'électeur* sur RTL-TVi se ressemblent beaucoup et sont largement tributaires de l'émission *L'invité*. *Face à l'électeur* est présentée par Pascal Vrebos et Katryn Brahy. Trois membres d'un même parti leur font face. Durant une demi-heure, ils se plient à des questions typées très proches de celles qu'on peut entendre dans *L'invité* (« J'accuse », le « Dilemme », etc.), parfois identiques (le « Podium », la « Phrase à achever »). Comme pour *L'invité*, les questions supposent des réponses politiques. Les questions personnelles du programme dominical ont complètement disparu. Comme pour *L'invité*, le procédé a l'avantage

de dynamiser fortement l'émission. Les invités sont réactifs et semblent détendus, peut-être aussi parce qu'ils ne sont pas confrontés à des membres d'autres partis.

Le *Face à face* de la RTBF débute par un bref « Quizz » dont les questions portent sur des connaissances générales orientées sur la Belgique (sport, culture, gastronomie, etc.). Les réponses ne sont donc pas politiques et ne sont pas exploitées ensuite. Elles ne semblent avoir qu'un seul objectif, celui de départager les candidats sur le plan de la culture générale. Le reste de l'émission est également ponctué par des questions typées : la « Minute pour convaincre », la « Question qui fâche ». Elles sont moins nombreuses, mais très proches de celles de *L'invité* sur RTL-TV. D'autant que ces questions-ci mobilisent, contrairement au « Quizz », des contenus politiques.

Destination élections est une émission beaucoup plus difficile à classer. Le politique se marie ici avec le reportage et le débat. Un homme politique (aucune femme ne s'est retrouvée à l'antenne) doit se rendre dans un lieu choisi par la rédaction et y rencontrer des gens, y remplir une mission. La première partie ne relève pas simplement du reportage. On est ici aussi dans un genre à la frontière du ludique puisque l'invité ne sait pas où il se rend, doit le deviner, puis doit relever le défi qui lui est imposé. On est proche du dispositif mis en place pour une émission comme *Vis ma vie*. Un aspect ludique qui est renforcé par l'humour présent sous la forme de sous-titres qui soulignent certains moments, par la bande son remplie de référence à des génériques connus (*Dallas*, *Un amour de coccinelle*) et par des références à la fiction (la bande magnétique de *Mission impossible*, les split screens et l'iconographie de *24h chrono*). Ce qui sous-tend malgré tout le reportage est un intérêt politique puisque le candidat est envoyé sur un terrain relié à l'un des dossiers dont il a la charge. On ne lui demande pas de se plier à des épreuves gratuites, mais bien de rencontrer les citoyens et de vivre une journée avec eux. Et c'est bien en tant qu'homme politique en campagne qu'il est reçu par les personnes présentes. La deuxième partie est plus traditionnelle. Johanne Montay reçoit alors l'invité pour l'interroger sur la journée qu'il vient de vivre et sur ses propositions électorales.

Sentiments et vie privée

On ne trouve que très rarement des allusions à la vie privée ou aux sentiments des politiciens dans les émissions électorales. Si ce sont aussi des personnes, en plus d'être des représentants, qui sont envoyés

sur le terrain dans *Destination élections*, leurs agissements restent très professionnels. Leurs propos durant le reportage et le débat qui suit ne dévoilent pratiquement pas d'éléments personnels.

On trouve aussi un effet de personnalisation de la politique lors des journaux du 13 juin (diffusés dans la continuité des soirées électorales) ou du 14 juin (dans les télévisions locales). La RTBF diffuse un sujet où l'on voit les personnalités politiques voter. Deux séquences des journaux de RTL-TV*i* et d'AB3 présentent la journée d'Elio Di Rupo et de Louis Michel. Un réflexe qu'ont également eu les télévisions locales qui ont accompagné les candidats locaux. Les politiciens suivis n'ont livré pratiquement aucune déclaration politique. Il s'agit bien de les suivre dans leur voiture, leurs démarches, leurs rencontres, leur vote et les derniers essais pour convaincre les électeurs. On se trouve parfois au sein de leur cercle privé. Louis Michel est entouré de ses proches le 13 juin. Olivier Vanham, un candidat local, reçoit ses cadeaux de fête des pères face à la caméra de TV COM. Toujours sur cette chaîne, Marcel Cheron est filmé avec des amis. On peut donc bien parler de mise en avant d'une personnalité. Il s'agit cependant de remarquer que ces séquences sont pratiquement des rituels le jour des élections.

Modernité

Les deux chaînes nationales ont choisi de rassembler leurs émissions sous un habillage commun à leurs émissions respectives. Les génériques des débats, des émissions de la soirée électorale, de *Destination élections* ainsi que le jingle qui précède les tribunes électorales jouaient tous sur le même cube rouge à la RTBF. L'ouverture des programmes électoraux de RTL-TV*i*, du débat, de *Pour qui voter ?*, de *Face à l'électeur* est une variation sur celle du *Journal*. Les plateaux sont également les mêmes pour toutes les émissions. L'infographie (les bandeaux titres, les titres de séquences, etc.) sont également cohérents. Les télévisions locales jouent également la carte de l'uniformité. AB3 semble surtout jouer la cohérence entre son rendez-vous d'information quotidien et les émissions de la journée électorale.

On peut analyser ces émissions électorales selon la mise en image dont elles bénéficient. *Destination élections* et *Face à l'électeur* ont l'habillage le plus moderne. La première joue sur les split screens, les sous-titres, la musique... L'infographie est omniprésente dans *Face à l'électeur*, la musique et l'éclairage renforcent l'impact de certaines questions. À côté de ces émissions qui bénéficient de procédés de

réalisation très actuels, on remarque que les chaînes ont tenté de redynamiser les genres les plus classiques. La RTBF a voulu donner un second souffle au traditionnel débat. Les émissions ont été découpées en deux parties distinctes (le « Face à face » et le « Débat »). Les différents moments sont marqués par un plan filmé à l'épaule et à travers un filtre rouge qui suit les déplacements des invités. Les mouvements de caméra et les jeux avec les écrans disséminés sur le plateau modernisent un peu la soirée électorale. Sur la chaîne privée, la seule émission qui se démarque un peu, outre *Face à l'électeur*, est *Pour qui voter ?* qui utilise également beaucoup d'infographie, des mouvements de caméras et des angles de prises de vues originaux.

Mais les chaînes gardent aussi des émissions à facture plus classique. *Face à face* sur la RTBF ; *Le Grand débat*, la soirée électorale sur RTL-TVI ; la soirée électorale sur AB3 ; les émissions des télévisions locales sont loin d'être révolutionnaires. On n'y alterne que des plans bustes et des plans larges du plateau, les cadrages ne sortent pas des sentiers battus, les habillages sonores et visuels sont peu originaux.

Sur les trois chaînes nationales, les émissions de soirée électorale sont extrêmement répétitives. Des duplex en région et dans les quartiers généraux succèdent à des parties plateaux où des invités, des analystes et des journalistes présentant les résultats se partagent l'antenne. Les questions ne varient pratiquement pas au fil des heures. Les invités se prononcent sur les résultats de leur parti, des autres formations et leurs scores personnels. Ils refusent tous de donner le moindre indice sur les futures coalitions.

Pourtant un élément paraît intéressant : certains d'entre eux portent un jugement sur les relations entre les médias et les politiciens. La plupart du temps, cela survient dans le passage sur l'extrême droite. Sur la RTBF, un journaliste souligne que les représentants du Vlaams Blok étaient présents dans les jeux télévisés et les débats au même titre que les autres politiciens flamands qui « n'ont pas eu la répartition suffisante pour leur répondre ». D'autres invités, sur les différentes chaînes, se sont inquiétés de la montée du FN alors que le parti n'a pas fait campagne et n'a aucune visibilité. Sabine Laruelle, sur AB3, remarquait que le parti a augmenté son score alors « qu'il n'a pas fait campagne et qu'il n'a pas de personnalités médiatiques fortes. » *A contrario*, il semble que la médiatisation soit avancée comme explication des résultats du PS. Faisant le bilan de la campagne, Hervé de Ghellinck soulignait que « les personnalités ont bien fonctionné ». Les invités et les journalistes ont tenu à rappeler que le taux de médiatisation d'une personne est en relation directe avec son score personnel.

Un cas particulier : les tribunes électorales

La mission de service public de la RTBF l'oblige à céder un espace d'expression aux partis. Les tribunes électorales font la même longueur, sont programmées à la même place dans la grille des programmes et annoncées de la même manière. Ces tribunes électorales ont évolué. Elles ne proposent plus uniquement une déclamation de discours en face caméra. Leurs réalisateurs ont compris l'intérêt d'utiliser les ressources audiovisuelles qui leur permettent de faire passer ce message. Malgré tout, on peut dire que ce n'est qu'un discours amélioré qui est proposé au téléspectateur. Au CDH, le discours est relégué en voix off et dynamisé par la succession d'images fixes. Six interlocuteurs se partagent l'antenne pour le MR, on les introduit grâce à des slogans. Les citoyens sont illustrés dans la tribune du PS, ils posent des questions à trois candidats et relancent de cette manière le propos. La tribune d'Ecolo est celle qui se rapproche le plus du discours face caméra en apparence. Mais une certaine dramatisation est introduite puisque le téléspectateur attend surtout la révélation de l'identité de l'interlocuteur de celui qui parle (le personnage parle en fait à des bébés placés en hors champ durant la plus grande partie de la tribune). Les clips se terminent tous de la même manière en affichant le logo du parti, son slogan et le numéro de la liste. On remarque que les personnalités restent incontournables à l'exception d'Ecolo qui a choisi d'engager un comédien. On peut donc affirmer que la communication des partis est centrée sur les personnages politiques connus, identifiés par rapport au poste auxquels ils se présentent : l'Europe, Bruxelles ou la Wallonie.

AB3 et les télévisions locales

Les émissions proposées par AB3 et les télévisions locales sont moins innovantes que celles des chaînes nationales. Elles diffusent principalement des débats, des reportages ou des émissions électorales (type soirée pour certaines d'entre elles ou type journaux spéciaux pour les autres). Non seulement, elles ne programment que des genres traditionnels d'émissions, mais en plus, elles en modernisent très peu la mise en image. On retrouve au mieux des plans décadrés (Télé Bruxelles) ou des jeux avec des écrans disséminés sur le plateau.

Le manque de moyens peut évidemment expliquer ce classicisme. Il est particulièrement visible lors de la soirée électorale. AB3 et

Télévesdre envoient des journalistes sur le terrain, mais leurs interventions se font en différé. Seule Télé Bruxelles semble pouvoir s'offrir des duplex. La plupart des télévisions locales ont d'ailleurs décidé de ne pas faire de soirée électorale au profit d'un retour plus analytique le lendemain dans leur rendez-vous d'information habituels. Aucune télévision locale ne semble avoir créé de concept propre pour la campagne électorale.

En dehors de la campagne électorale

Le premier constat que l'on peut poser est qu'il existe finalement assez peu d'émissions où les politiciens sont présents. On se rend d'ailleurs compte que les chaînes belges diffusent peu d'émission de divertissement tout court. Il n'existe pas de *talk-show* comme ceux de Michel Drucker, de Laurent Ruquier, de Thierry Ardisson ou Marc-Olivier Fogiel. Ce type de programme n'a pas toujours été absent de la télévision belge. Les *Allumés.be* récemment, mais aussi le *Tatayet Show* ou *Strip Tease* conviaient fréquemment les hommes politiques à l'antenne.

Le point commun entre toutes les émissions analysées est qu'elles considèrent les politiques comme des personnages publics. Il n'est jamais question de contenu ou de politique. Michel Daerden est invité dans *La télé infernale* parce que sa personnalité (ses tics de langage, son goût supposé pour l'alcool) est devenue la cible récurrente des chroniqueurs. C'est parce qu'ils sont connus que Rudy Demotte, Didier Reynders et Joëlle Milquet relèvent des défis pour *Cap 48* ; que d'autres ont été sélectionnés pour participer à *Génies en herbe* ; qu'il est surprenant et donc intéressant de placer Serge Kubla dans une pompe à essence de Marcinelle, Evelyne Huytebroeck dans une friterie et Jean-Claude Van Cauwenberghe aux fourneaux d'un restaurant italien pour les caméras cachées de *Si c'était vous ?*

Il est étonnant de constater que dans beaucoup d'émissions, les politiques sont mis sur la sellette. Le sketch de Joëlle Milquet et Didier Reynders dans *Cap 48* est resté dans les mémoires, c'était probablement l'exemple le plus extrême de ce type de situations. Les défis de Rudy Demotte (auquel participaient Charles Picqué et Jean-Luc Dehaene) et Jean-Michel Javaux, les caméras cachées de Jean-Claude Van Cauwenberghe ou le passage de Michel Daerden dans *La télé infernale* ne montrent pas nécessairement un visage flatteur des invités. On peut pratiquement dire que les politiciens sont ridiculisés dans ces émissions

avec leur complicité. En effet, les chaînes ne les piègent pas, ils savent à quoi s'attendre et posent un accord tacite en acceptant les invitations.

Dans d'autres cas, les politiciens sont simplement invités, serait-on tenté d'écrire. Fadila Laanan qui répond au téléphone, Evelyne Huytebroeck, Christiane Vienne, Didier Reynders qui déposent des chèques dans *Cap 48*. Dans le cas de *Cap 48*, ils sont choisis en fonction de leurs compétences. Pour *Génies en herbe*, on ne sait pas comment les invités ont été sélectionnés. On remarque que les participants sont plutôt de jeunes politiciens, à l'exception des représentants du PS. L'émission est regardée par un public plus jeune, cela a pu être un critère. Dans ces émissions, plus rares, ils ne sont pas ridiculisés. L'image que donne d'eux *Génie en herbe* est même plutôt sympathique.

À quelques moments, les présentateurs et les politiciens eux-mêmes donnent des éléments d'explication quant à leur présence sur ces plateaux. Face à Didier Reynders qui fait référence au sketch qu'il a effectué l'année précédente dans *Cap 48*, Jean-Louis Lahaye lui répond qu'il en a aussi bénéficié : il était dans toute la presse le lendemain. Jean-Claude Marcourt précise au démarrage de *Génie en herbe* qu'il est important pour une société démocratique que les institutions politiques se rapprochent des citoyens. Cela sous-entend que sa présence dans ce type d'émission favorise la proximité. La participation des politiciens aux programmes de divertissement s'expliquerait donc par le bénéfice publicitaire (quitte à se laisser ridiculiser) et la volonté de rapprochement avec les citoyens.

Il faut cependant souligner que, si les politiciens sont avant tout des personnalités dans les émissions de divertissement, il n'y est jamais question de vie privée. Durant la période étudiée, nous n'avons pas trouvé de portrait montrant les politiciens dans leur famille. Cela a déjà été fait à la télévision belge : Jean-Luc Dehaene et ses proches ont été suivis par une équipe du magazine *Strip Tease*, l'un ou l'autre politicien avait retrouvé ses anciens compagnons de classe dans l'émission *Les copains d'abord* qui reprenait un concept flamand. Ce type de programme n'existe plus non plus sur nos écrans, ce qui explique peut-être que la vie privée des politiciens ne soit pas dévoilée. Une émission comme *Actuel* aurait pu diffuser des portraits de politiciens par exemple, elle ne l'a pas fait.

Un cas particulier : les émissions concédées

On se rend compte assez rapidement de la nature très différente de ces émissions concédées. Elles ne s'adressent pas au même public, elles ne visent pas le même objectif, elles ne bénéficient pas des mêmes moyens techniques. *Le Mouvement en marche* s'adresse principalement à ses membres et se veut une espèce de bulletin d'information du parti. *CDH, génération humaniste* ressemble plus à une tribune électorale (c'est flagrant pour le premier numéro analysé, le second peut aussi être vu comme un bulletin d'information) et semble cibler à la fois les membres et un public plus large. *La Tribune Ecolo*, sous sa forme de reportage et parce qu'elle est centrée sur un sujet plus sociétal, paraît s'adresser à tous les citoyens afin de les sensibiliser à une tendance qui n'appartient pas seulement au parti Ecolo, mais qui fait partie de ses thèses (la nécessité de création d'une Europe sociale en plus d'un marché commun). Certaines émissions souffrent d'un amateurisme évident dans la prise d'images et de sons et dans le montage, tandis que d'autres sont clairement conçues et produites par des professionnels.

Cette disparité semble bien être la caractéristique de ces émissions. On peut évidemment se demander si elles bénéficient d'une identité forte auprès de ceux qui les conçoivent, des membres des partis et des téléspectateurs. On peut aussi se demander quel impact elles ont, et s'il est tributaire de leur professionnalisme. Se pose dès lors la question de leur efficacité. D'autant que ces émissions sont diffusées à une heure de faible audience : le dimanche à 9 heures. C'est probablement à tout cela que fait référence l'attachée de presse du PS, quand elle parle de « mode de communication anachronique », raison qui a poussé ce parti à ne plus utiliser cet espace d'expression.

Conclusions

Tout au long de l'analyse, nous avons tenté de débusquer les indices de spectacularisation à travers le contenu et la forme. Il nous semble que nous disposons d'éléments de réponse pour les deux dimensions.

Spectacularisation

Les politiciens sont des personnes publiques. À ce titre, ils sont invités dans les émissions politiques (ce sont toujours les mêmes qui sont présents, les plus connus) et de divertissement, même quand ils y sont

moqués. On peut donc parler de personnalisation des hommes et femmes politiques. Cependant, il n'est que rarement question de la vie privée des représentants publics. Cet élément est totalement absent des émissions de divertissement. Dans les émissions politiques, quand ce type d'information apparaît, c'est surtout parce que les invités eux-mêmes les introduisent. D'ailleurs, les partis eux-mêmes jouent sur la personnalisation dans les émissions concédées ou dans les tribunes électorales puisque ce ne sont que les têtes de listes, les chefs de partis ou les personnes connues qui y apparaissent (à l'exception des espaces utilisés par Ecolo).

Deux émissions comportent malgré tout des éléments personnels. Les journaux télévisés diffusent parfois des séquences portraits où la vie privée des politiciens apparaît. C'est devenu un rituel de la journée électorale. Hors élections, il arrive qu'un événement anecdotique ou ponctuel attire l'œil des journalistes. L'autre cas est *L'invité* où Pascal Vrebos pose des questions personnelles à ses interlocuteurs. Comme il n'approfondit pas ces questions, on ne peut pas dire que toute l'émission tourne autour de sujets personnels. Et, justement parce qu'il ne les approfondit pas, on peut s'interroger sur l'objectif qu'il poursuit.

Remarque-t-on des différences entre la campagne électorale et le reste du temps ? À l'approche des élections, Pascal Vrebos semble éviter les questions personnelles. Les politiciens n'apparaissent plus non plus dans les émissions de divertissement. On pourrait donc dire que les chaînes font plus attention à ce moment-là. Mais c'est également la période durant laquelle on trouve les portraits des politiciens, spécialement le jour des élections. On remarque aussi que les personnages les plus connus sont ceux qui investissent le plus les plateaux. On est donc toujours face à une personnalisation du politique, mais plus prudente, plus implicite peut-être.

Enfin, il semble qu'il faille rester attentif à la participation accrue des téléspectateurs dans les débats dominicaux. On peut, naïvement peut-être, se dire que des citoyens seront plus enclins à poser des questions personnelles, à mettre les politiciens sur la sellette, à faire dévier les débats de la politique vers autre chose. Or les émissions de la RTBF et de RTL-TVi donnent de plus en plus de place aux auditeurs. Olivier Maroy et Pascal Vrebos lisent régulièrement leurs mails. Courriers sur lesquels les chaînes exercent encore un certain contrôle tout simplement parce qu'elles peuvent exclure ce qui ne les convient pas. Le fait d'inviter des citoyens en plateau comme le fait Pascal Vrebos peut paraître plus risqué : une fois l'émission lancée en direct, la personne peut plus difficilement être contrôlée ou recadrée.

Modernisation

Certaines émissions restent très classiques : le *Face à face* (RTBF), le *Grand débat* (RTL-TVi). La première émission est diffusée en journée par la chaîne publique et la seconde n'était qu'un programme ponctuel. En clair, il ne s'agit pas des moments les plus stratégiques. On peut également tirer ce genre de conclusion pour les émissions d'AB3 et des télévisions locales probablement par manque de moyens. Cependant, en règle générale, on peut affirmer que les chaînes tentent de moderniser les émissions politiques dans et hors campagne.

La modernisation est apportée par deux moyens : le mélange des genres et la réalisation. L'infographie, le montage dynamique, l'éclairage, les split screens, la musique sont régulièrement utilisés dans la mise en image des émissions politiques. Les deux chaînes nationales dynamisent ainsi leurs programmes. C'est moins le cas sur AB3 ou sur les télévisions locales (à l'une ou l'autre exception près), probablement à cause des moyens plus limités dont elles disposent. Sur RTL-TVi, l'utilisation d'infographie permet aussi de mobiliser plusieurs codes de lecture et donc de favoriser la compréhension de l'information.

Les émissions politiques se parent également de ludique. *Face à face* débute par un « Quizz », plusieurs émissions proposent des questions typées (*Face à face*, *L'invité*, *Face à l'électeur*), *Pour qui voter ?* se présente clairement comme un jeu auquel politiciens et téléspectateurs peuvent participer. Mais le contenu politique sous-tend toujours ces questions et les réponses des invités. Seul le « Quizz » qui ouvre le *Face à face* paraît plus gratuit ainsi que certaines questions de *L'invité* dont nous avons déjà parlé. *Destination élections* mélange également les genres, mais elle est plus difficile à cerner. On est à la fois dans du reportage (on suit un ministre sur le terrain), du ludique (il doit remplir une mission), du débat (la deuxième partie de l'émission), le tout saupoudré de références à la fiction (musiques, mise en image, structure très narrativisée). Mais, de nouveau, la forme n'est pas une coquille vide : le terrain est choisi en fonction des dossiers du candidat, le débat revient sur des éléments politiques, le ludique et les références fictionnelles restent un moyen et non une fin.

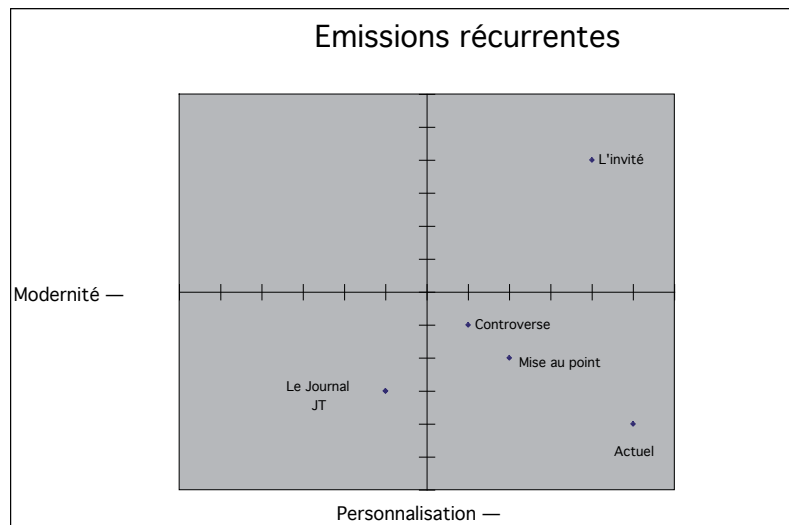
On remarque d'ailleurs que les chaînes ont été attentives à proposer à la fois du classique et du neuf pour la campagne électorale. C'est probablement un moyen de contenter un peu tous les publics. La modernisation vise bien à attirer les téléspectateurs (y compris les plus jeunes). L'objectif est clair. Mais le mélange des genres et le soin

apporté à la réalisation ne signifient jamais que la forme prend le pas sur le fond. Au contraire, la forme est au service du fond.

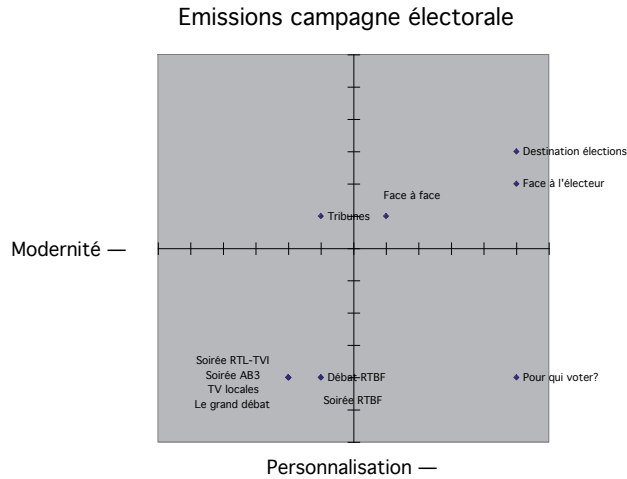
Croisement entre personnalisation et modernisation

Il est possible enfin de vérifier si la personnalisation des politiques va nécessairement de pair avec la modernité de la mise en image. Pour ce faire, nous avons attribué un niveau de personnalisation (de -5 à +5) et un niveau de modernité (-5 à +5) aux émissions analysées afin de les placer sur un tableau récapitulatif période par période..

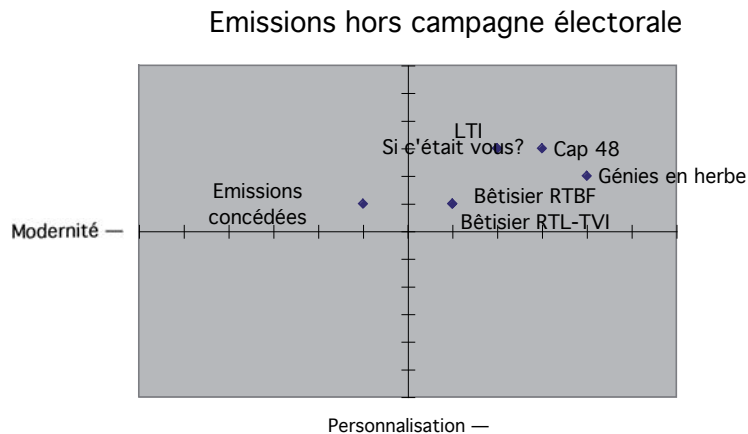
Il convient cependant de rester prudent. Tout d'abord parce que les émissions qui sont reprises dans ce classement sont parfois de natures très différentes (des tribunes électorales, des bêtisiers, des débats, etc.) et ne sont donc pas toujours facilement comparables. Ensuite, toute typologisation suppose une simplification préalable. C'est encore plus vrai dans notre cas, où l'on juge les émissions en général sans tenir compte des différences numéro par numéro.



À l'exception notoire de *L'invité*, les émissions récurrentes sont plutôt peu personnalisées. À part *Actuel*, qui bénéficie d'un montage très recherché, ces émissions sont relativement classique (*Mise au point* est légèrement devant *Controverse* parce que l'émission joue sur les split screens). On pourrait conclure en affirmant que les émissions récurrentes ne sont pas personnalisées dans le contenu et pas révolutionnaires au niveau visuel.

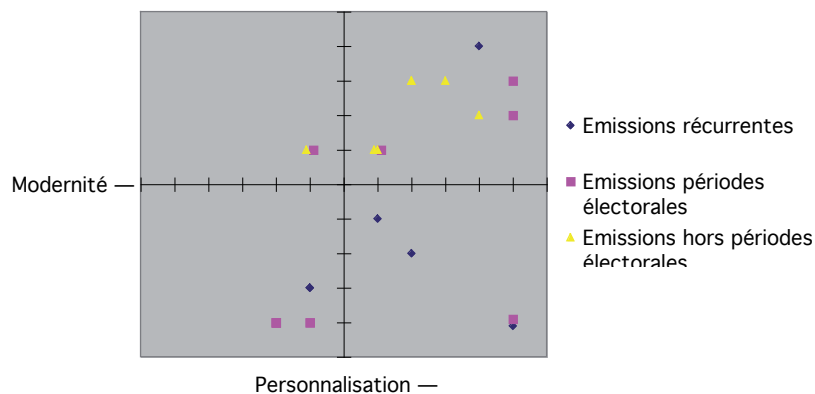


On remarque que les émissions électorales ont tendance à se répartir en deux grands pôles. Les émissions de facture plus classique sont aussi celles où les personnalités ressortent le moins. *A contrario*, les programmes qui bénéficient des techniques de pointe sont aussi ceux qui où les personnalités sont les plus mises en valeur. On peut donc dire, dans ce cas, que personnalisation et modernisation s'entrecroisent.



Les émissions où les politiciens apparaissent en dehors de la campagne électorale (outre les émissions récurrentes) sont principalement des émissions de divertissement. Nous avons vu que ce sont les personnalités politiques qui sont invitées. Il est donc logique que tous les programmes soient classés dans la partie supérieure du tableau. Ces émissions sont généralement des rendez-vous importants des chaînes (en *prime time*, parce qu'elles sont rituelles comme *Cap 48* ou célèbres comme *Génies en herbe*), il est donc normal qu'elles soient réalisées avec soin. À l'inverse, les émissions concédées souffrent d'un certain amateurisme.

Emissions toutes périodes confondues



On remarque donc que la tendance générale pour les émissions est d'être attrayante visuellement puisque nettement plus de programmes se classent sur la droite des graphiques. Seuls les débats électoraux, les journaux télévisés et les émissions concédées ont une mise à l'image pauvre. En ce qui concerne le taux de personnalisation, les émissions hors campagne sont principalement centrées sur les personnalités des politiciens. Les programmes récurrents abordent majoritairement des contenus politiques (à l'exception de *L'invité* qui effleure parfois des thèmes plus personnels). Enfin, les émissions diffusées durant la campagne électorale sont plus partagées : quatre d'entre elles ont tendance à personnaliser le propos (les partis eux-mêmes jouent cette carte puisque les tribunes électorales en font partie) alors que trois autres restent classiquement plus axées sur les dossiers politiques.

La présence dans les médias et la création de personnages clairement identifiés sont désormais nécessaires en politique. C'est en substance ce que les politiciens et les analystes ont dévoilé durant la

soirée électorale. En dehors de la campagne, certains propos dévoilent les raisons pour lesquelles les politiciens participent aux émissions de divertissement. Jean-Louis Lahaye souligne que le sketch auquel s'est livré Didier Reynders lui a permis de faire la une des journaux le lendemain. Relever les défis de *Cap 48* serait donc un coup publicitaire. Si les représentants publics se rendent dans les émissions de divertissement, ils le justifient par la volonté d'être plus proches des gens.

Nous avons découvert relativement peu d'émissions de divertissement dans lesquelles apparaissent les politiciens. Il en existe cinq dont trois sont ponctuelles (*Cap 48*, le numéro spécial de *Génies en herbe* et les bêtisiers de fin d'année). Les politiciens ne participent que rarement aux deux autres (*La télé infernale* et *Si c'était vous ?*). Ceci étant, il ne faut pas en conclure trop rapidement que le phénomène n'est que marginal. Il faut aussi prendre en compte le fait qu'il existe peu d'émissions de divertissement sur les chaînes belges. On se rend compte que quand il en existe plus, les politiciens y sont plus invités aussi. Souvenons-nous par exemple du *Tatayet Show*, des *Allumés.be*, de *Strip Tease*, des *Copains d'abord*. La Belgique peut se targuer d'être encore loin du traitement people des politiques tel qu'on le voit en France. Est-ce parce que les chaînes et les politiciens le refusent en bloc ou plus humblement, sans être cynique, parce qu'on n'a pas encore les moyens de faire du Drucker, Ruquier, Ardisson ou Fogiel...