

Entretien avec Erik Neveu. Propos recueilli par Justin Delépine

“La véritable réussite de Cnews, c’est d’imposer les thèmes du débat”

Grâce à ses polémiques et ses audiences records, Cnews a dépassé à plusieurs reprises ces derniers mois sa concurrente BFMTV. La chaîne d’information en continu, propriété du groupe Bolloré, défraie régulièrement la chronique par les propos xénophobes de ses intervenants ou chroniqueur, à l’instar d’Éric Zemmour, condamné entre autres pour incitation à la haine.

Erik Neveu, professeur émérite en science politique à l’université de Rennes, revient ici sur les mécanismes du développement de cette chaîne. Auteur notamment de deux livres de synthèse sur La sociologie du journalisme et La sociologie des problèmes publics (La Découverte, collection « Repères »), il explique comment la réussite de Cnews tient davantage à la manière dont la chaîne parvient à peser sur les autres médias dans les sujets traités, que sur son influence supposée sur les téléspectateurs.

Alors que les audiences de Cnews progressent, est-ce un succès pour la chaîne du groupe Bolloré et de quelle nature ?

Erik Neveu : C’est un succès indéniable, ils ont quand même presque doublé leur public quotidien en l’espace d’un an, alors qu’ils étaient jusqu’alors plutôt à la traîne. En nombre de téléspectateurs, ils passent régulièrement devant leurs concurrents, comme BFMTV.

Il faut toutefois rappeler que ces mouvements restent marginaux si on les rapporte à l’ensemble du paysage audiovisuel. Cnews capte moins de 3 % des audiences, quand TF1 en fait 20 %, par exemple. Mais la chaîne a acquis une véritable capacité à faire le *buzz*, et à relayer des passages des émissions sur les réseaux sociaux.

Au-delà de l’audience et du *buzz*, leur succès réside surtout dans leur capacité à peser sur l’agenda, c’est-à-dire d’imposer des thèmes dans le débat public et la manière dont ces derniers sont abordés et questionnés. Sur ce plan, ils participent à une certaine hystérisation du ton.

Peu de reportages, beaucoup de débats en plateau où règne la culture du *clash*, la chaîne Cnews s’éloigne-t-elle du journalisme ou est-ce une forme de journalisme très éditorialisé ou d’opinion ?

E. N. : Toutes les chaînes d’information en continu ont les mêmes contraintes spécifiques : elles doivent occuper 24 heures d’antennes avec des effectifs journalistiques limités. Elles sont donc contraintes dans leur capacité à envoyer des rédacteurs sur le terrain. C’est particulièrement vrai pour Cnews, qui a un effectif encore plus réduit que celui de ses concurrentes.

La chaîne pratique un journalisme peu producteur d’informations. On y voit peu d’enquêtes ou de reportages pour des raisons budgétaires, mais aussi idéologiques. Vincent Bolloré, président du groupe du même nom qui possède la chaîne, ne s’en cache pas : il ne veut pas d’investigation et surtout pas sur les acteurs économiques.

Les rares reporters se retrouvent donc postés près des bâtiments officiels, pour montrer qu’ils sont « près de l’action ». Cette logique donne la prééminence aux faits divers. Les images de policiers, de gyrophare, de sirènes... sont là pour donner l’impression d’être au cœur de ce qu’il se passe. Alors que la capacité à contextualiser est normalement une caractéristique du métier, elle est ici globalement faible. Du coup on joue plus sur l’émotionnel, des passions tristes comme la peur ou l’animosité.

Comment qualifier la ligne éditoriale de Cnews ? Les passages qui suscitent l'indignation sont-ils des dérapages ou est-ce l'ADN de cette chaîne ?

E. N. : Le modèle des chaînes d'information en continu repose sur une couverture de l'information très sensationnaliste. Dans le cas de Cnews, la chaîne a une sensibilité politique marquée très à droite. A l'antenne, les thèmes comme l'immigration, l'insécurité ou les banlieues sont ainsi surreprésentés.

Cela se retrouve dans la composition des plateaux des émissions, c'est-à-dire du choix des intervenants, structurellement déséquilibré : très régulièrement, un membre ou un proche du Rassemblement national cohabite avec un éditorialiste développant des positions très à droite. L'éventuel invité de gauche sert de punching-ball s'il ou elle n'a pas beaucoup de répondant. Le CSA vient d'ailleurs d'infliger une mise en demeure à la chaîne pour avoir trop donné la parole aux représentants du RN et communiqué de faux chiffres à ce propos.

Plus globalement, le débat est mené d'une manière agressive et très peu tolérante à la contradiction, avec des modes d'argumentation péremptoire ou qui relève de l'argument d'autorité. Cela renvoie également à la question du rapport à l'expertise. Les intervenants ne sont pas sélectionnés pour leur connaissance du sujet, mais par leur faculté à faire le *buzz* via leurs positions très tranchées et agressives.

Sont donc très présents sur les plateaux des "toutologues" [des spécialistes de tout, NDLR], capables de disserter sur énormément de sujets, mais qui ont par ailleurs une connaissance très superficielle des dossiers dont ils traitent.

Se retrouvent ainsi présentées comme "expert" des personnes qui ne sont pas du tout reconnues comme tels par leurs pairs, des économistes ou politistes qui n'ont jamais publié dans une revue académique. Pour être digne d'être invité et accéder au statut du "bon client", il faut réagir vite à toute demande d'intervention, parler de tout y compris de ce qu'on ne connaît pas et pouvoir dire "oui" avec aplomb et cela sans prendre à rebrousse-poil un sens commun conservateur, ou encore savoir susciter l'émotion.

Cnews est-il un cas à part au sein des médias français ? L'orientation de la chaîne est-elle très différente de LCI ou BFMTV, par exemple ?

E. N. : La particularité de Cnews est le degré de désinhibition dans les propos xénophobes, parfois racistes puisqu'il y a des condamnations jusque par le Conseil d'État. Dans l'émission de Pascal Praud par exemple, *L'heure des pros*, il y a une forme de brutalisation du débat par l'expression de propos catégoriques et de déséquilibre dans la distribution de la parole.

Les choses sont plus policées à LCI ou BFM, même si on y retrouve le même tropisme droitier dans les thématiques et les angles abordés, ainsi que dans le déséquilibre de représentation du spectre politique.

Quelle est l'influence d'une telle chaîne ? Comment peut-on la mesurer ?

E. N. : Ce que montrent depuis plusieurs décennies les travaux sur la manière dont les contenus médiatiques sont reçus, c'est que les téléspectateurs ou lecteurs n'adhèrent pas automatiquement et directement au discours qu'ils reçoivent. Les messages ont d'autant plus de chance d'être pris au sérieux qu'ils sont proches des manières de penser des personnes qui regardent. En outre, plus les sujets traités sont proches du vécu des personnes qui écoutent, plus le potentiel de convaincre est grand.

On a toujours tendance à penser, et spécialement du côté des intellectuels, que ceux qui sont influencés par les médias sont "les autres", et en particulier les catégories sociales défavorisées. Or, ceux qui regardent ce genre d'information sont plus généralement des personnes avec un certain capital culturel. Globalement, les classes populaires sont peu intéressées par la politique partisane telle que la traitent ces chaînes.

Cela ne veut pas dire que ce qui est dit sur Cnews n'a pas d'influence, mais que celle-ci joue plutôt de façon indirecte, en imposant certains thèmes dans le débat, comme l'immigration ou l'islam, et donc en pesant sur la définition de la hiérarchie des sujets dans les autres médias, et la manière dont ils peuvent ou doivent les cadrer.

Bien sûr, cette influence est critiquée et d'autres médias ne se privent pas de dénoncer le ton et la teneur des propos qui sont tenus sur les plateaux du groupe Bolloré. Mais, protester ou dénoncer c'est aussi donner un amplificateur à des propos, ne pas traiter de sujets alternatifs.

Qui sont les acteurs qui relaient donc les thématiques traités par Cnews ?

E. N. : Dans la mesure où, même sur un mode sulfureux, Cnews retient de plus en plus l'attention, joue ce que Bourdieu appelait "*circulation circulaire de l'information*" : qu'il s'agisse de surenchérir ou dénoncer les propos tenus sur Cnews, on discute de ses petites phrases, on reprend ses thèmes. Tout comme les médias libéraux aux Etats-Unis commentaient hier avec dégoût les tweets de Trump, mais leur donnaient en même temps un écho accru, alors même que ses électeurs étaient sur Facebook et pas sur Twitter et ne lisaient donc pas ses tweets.

Pas besoin de raisonner en termes de complicité ou de connivence politique : l'impuissance croissante d'un journalisme précarisé, de rédactions amaigries à pratiquer l'enquête, l'enfermement de beaucoup de figures visibles de l'audiovisuel dans une bulle sociale constituée exclusivement de personnel politique, d'éditorialistes et de gens connus suffisent.

Les éloges adressés à Florence Aubenas pour la qualité de ses reportages sur les ronds-points avec les gilets jaunes sont un test. Quelle conception du métier faut-il avoir pour s'ébahir de ce qu'une collègue fasse cette chose incroyable : sortir du bureau, parler avec des gens ordinaires !

L'influence d'une telle chaîne ne s'exercerait donc pas tant directement sur les gens qui l'écoutent, mais sur la façon dont les autres médias et artisan du débat public reprennent les thèmes qui y sont développés ?

E. N. : Tout à fait. La chaîne américaine Fox News nous offre de nombreux exemples en la matière. Elle y a pratiqué une sur couverture médiatique des musulmans américains, avec un traitement qui les assimile à un danger ou à un problème public.

Fox News a invité des pseudo-experts ou des organisations, qui jusque-là n'avaient pas accès aux médias ou ne pesaient pas sur le débat public. Cette couverture médiatique a été le déclencheur d'une visibilité très spectaculaire pour ces associations ou pseudo-experts. Elle leur a donné un poids, une légitimité qu'ils n'avaient pas avant.

La conséquence a été que dans d'autres cadres, comme des débats organisés au Congrès ou par des institutions officielles, ces associations non représentatives ont été invitées en permanence, tandis que des chercheurs reconnus internationalement ou des organisations plus représentatives étaient oubliés.

La réussite de Fox News est donc allé jusqu'à imposer des acteurs dans le débat public, qui n'avaient pas forcément de visibilité jusqu'alors ni même de légitimité.

Il faudrait se pencher longuement et avec nuances sur l'affaire dite de l'IEP de Grenoble, mais elle est symbolique de ces confusions. Tout se passe sur les plateaux TV comme si un agrégé d'allemand avait pour parler de l'Islam et des musulmans la même légitimité que des chercheurs arabophones qui travaillent sur ces sujets, en France et dans le monde musulman, depuis des décennies. Que dirait-on si un spécialiste de la Tunisie, non germanophone, prétendait définir les règles de la grammaire allemande ?

Cette confusion résulte là encore de la présence intensive sur les plateaux de représentants de sites dont la représentativité est discutable (Boulevard Voltaire) ou de *think tanks* hors sol. Se retrouvent ainsi mises sur un pied d'égalité, certaines organisations qui ont suffisamment de surface ou de légitimité comme Terra Nova, la Fondapol ou Copernic, et d'autres dont l'existence même, au-delà d'un titre, est assez évanescence.

La qualité du débat public s'en retrouve-t-elle diminuée ?

E. N. : Cela n'épuise pas le débat public mais pousse à une forme d'hystérisation, avec un encouragement au *clash*, davantage de passion et d'émotion, qui tendent à légitimer certaines formes d'agressivité.

Cela se combine avec la tendance à la droitisation du débat public, c'est-à-dire que la façon de poser les problèmes publics est de plus en plus souvent imposée par les camps conservateurs ou réactionnaires. Cela révèle en creux l'incapacité des intervenants dits de gauche à proposer une définition alternative des enjeux.

Pour les universitaires, c'est un peu désespérant. Nous n'avons jamais eu autant de producteurs de connaissance sur le fonctionnement du monde social, de l'économie, les enjeux climatiques... Or, ils n'occupent qu'une place marginale dans le débat public.

Toute la place donnée à des personnes qui n'ont jamais enquêté sur rien et ont des propos péremptaires, c'est décourageant. Sur l'immigration, il est par exemple dramatique qu'on n'entende aussi peu François Héran, professeur au Collège de France, qui est pourtant l'un des meilleurs spécialistes. [\[Relire son entretien à Alternatives Économiques\]](#).

Le développement de médias comme Cnews est-il aussi une conséquence de l'évolution du paysage médiatique plus large ?

E. N. : Nous avons vécu depuis les années 2000 un changement de régime médiatique. Auparavant, ce paysage était composé des grands médias nationaux, des principales chaînes privées et de celles du service public, ainsi que les grands journaux parisiens. Ces acteurs avaient le pouvoir de définir ce qu'était l'information pertinente. Le consommateur d'actualité n'avait pas son mot à dire sur le sujet. C'était à la fois pluraliste mais aussi, parfois, « sectaire » dans la manière d'exclure certains sujets quand ils n'étaient pas valorisés par les directeurs de l'information de ces médias.

Ce régime a éclaté avec une fragmentation des audiences. Elle le doit à la multiplication des chaînes sur la TNT ou par satellite, à une énorme offre de programmes hors chaînes (Netflix, HBO) mais aussi au temps capté par les flux de programmes et les sites Internet, des youtubeurs aux blogs en passant par les médias dit « pure players ».

La part de marché de TF1, France 2 et France 3 s'est largement réduite (75 % en 2000, 50 % en 2010, moins de 40 % en 2018) et a été occupée par la montée en puissance de nombreux médias. Ça a été la fin de ce qu'on appelle le *“gatekeeping”*, autrement dit du modèle où les grands médias contrôlaient quels acteurs et quelles informations avaient accès à la médiatisation. Ils ont ainsi perdu le contrôle de la frontière du débat public.

Cela fait complètement éclater la régulation du système. Le nouveau paysage est mosaïque, beaucoup plus fragmenté, avec de la place pour des médias de niches, comme Cnews ou Le Media. N'y voir que du négatif serait occulter la part d'inventivité que cela suscite avec l'essor d'un journalisme d'investigation, des sites spécialisés très pointus, des fonctionnements plus interactifs avec une participation des publics qui ne se réduit pas à l'invective.

Le marché de l'information a éclaté pour le meilleur et pour le pire, en quelque sorte. Mais le meilleur peine à l'emporter, et plus encore à toucher les publics populaires.

Article à relier à [“Sécurité et sentiment d'insécurité”](#), note dans laquelle le rôle des médias est évoqué.