



HAL
open science

**La médiatisation de la vie privée des hommes politiques.
Une analyse de cas. La réconciliation de Cécilia et
Nicolas Sarkozy dans la presse écrite française.**

Eva-Marie Goepfert

► **To cite this version:**

Eva-Marie Goepfert. La médiatisation de la vie privée des hommes politiques. Une analyse de cas. La réconciliation de Cécilia et Nicolas Sarkozy dans la presse écrite française.. domain_shs.info.espa. 2006. mem_00000603

HAL Id: mem_00000603

https://memic.ccsd.cnrs.fr/mem_00000603

Submitted on 15 Mar 2008

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



**Master 2 Recherche
en Sciences de l'Information et de la Communication.**

Option : Médias et Identité.

**LA MEDIATISATION DE LA VIE PRIVEE DES
HOMMES POLITIQUES.**

Une analyse de cas.

La réconciliation de Cécilia et Nicolas Sarkozy dans la presse écrite française.

Eva-Marie GOEPFERT.

Sous la direction d'Isabelle GARCIN-MARROU

Juin 2006.



« La médiatisation de la vie privée des hommes politiques »

Eva-Marie Goepfert.

Sous la direction d'Isabelle Garcin-Marrou.

« Université Lumière Lyon II »

Résumé : Au prisme de la théorie des économies de la grandeur de Boltanski et Thévenot et de l'analyse narrative de Greimas, cette étude aborde la médiatisation de la vie privée des hommes politiques et la peopleisation de ces acteurs. L'analyse du traitement médiatique de la réconciliation de Nicolas et Cécilia Sarkozy dans la presse écrite française permet d'appréhender les notions de visibilité, de secret et d'espace public et espace privé pour enfin comprendre comment les différents traitements médiatiques construisent une figure de Nicolas Sarkozy, figure en lien avec la position éditoriale quant à la médiatisation de la vie privée des hommes politiques.

Mots-Clef : Médiatisation. Transparence. Vie privée. Hommes politiques. Visibilité. Presse écrite. Communication. Analyse Narrative.

Abstract: Thru Boltanski's and Thévenot's Worlds theory and Greimas's perspective about narrative analysis, this paper deals with how processes of mediatization affect political communication and help us to think political actors as stars. The analysis of the mediatization of Nicolas and Cécilia Sarkozy reconciliation in French newspapers permits us to think the concepts of secret, visibility, public and private spheres, and thus, to study how the medias create a figure of this political actor, with the mobilisation of their private life, according to how newspapers' narrators judge this mediatization.

Keywords: Mediatization. Transparency. Private Life. Political Actors. Visibility. Press. Communication. Narrative analysis.

SOMMAIRE

SOMMAIRE	3
INTRODUCTION.....	5
PREAMBULE : DIGRESSION SUR LA QUESTION DE L'IDENTITE.	7
LA QUESTION DE LA PRIVATISATION DE L'ESPACE PUBLIC.....	9
1. COMPRENDRE LA DISTINCTION ENTRE ESPACE PUBLIC ET ESPACE PRIVE.	9
2. ATTEINTE A LA VIE PRIVEE ET DROIT A L'IMAGE : CES LOIS QUI DESSINENT UNE FRONTIERE ENTRE ESPACE PRIVE ET ESPACE PUBLIC.....	11
3. DEFINITION MOUVANTE DES ESPACES PRIVE/PUBLIC ET LA QUESTION DE LA PRIVATISATION DE L'ESPACE PUBLIC.....	13
DE LA JUSTIFICATION : CONSTRUCTION D'UNE METHODOLOGIE POUR ABORDER LA QUESTION DE LA PRIVATISATION DE L'ESPACE PUBLIC.....	15
1. DIGRESSION EPISTEMOLOGIQUE SUR LE RAISONNEMENT ANALOGIQUE.....	15
2. LA TYPOLOGIE DES MONDES POUR INTERROGER LA PRIVATISATION DE L'ESPACE PUBLIC.....	17
3. L'ANALYSE DE CAS : PENSER L'EVENEMENT.....	21
4. GRILLE D'ANALYSE.....	24
CONCLUSION : DIGRESSION SUR LA METHODE.....	26
MONDE CIVIQUE, MONDE DE L'OPINION ET MONDE DOMESTIQUE : COMPRENDRE LA CONFUSION DES GENRES....	29
1. DES PRATIQUES MEDIATIQUES DANS LA PROFESSION POLITIQUE.....	29
2. « NE PAS MELANGER VIE PRIVEE ET VIE PUBLIQUE » :.....	37
<i>Les conseillers comme adjuvants : condamner le mélange des genres.....</i>	<i>37</i>
<i>Les conseillers comme co-énonciateur : la parole rapportée.....</i>	<i>38</i>
3. VIE PRIVEE ET MONDE DE L'OPINION : COMPRENDRE LA CONFUSION.....	39
<i>La question du secret.....</i>	<i>39</i>
<i>Le jeu des abstentions et des dissimulations.....</i>	<i>41</i>
<i>Les hommes publics et la nécessaire transparence.....</i>	<i>42</i>

LES MEDIAS PAR LES MEDIAS : DES NARRATEURS	
ACTEURS ?	44
1. PATRICK BALKANY : CET ADJUVANT QUI MEDIATISE.	45
<i>Présentation et désignation.</i>	45
<i>La place de la parole de Patrick Balkany.</i>	46
2. QUELS DESTINATEURS DE LA NARRATION MEDIATIQUE DE LA VIE PRIVEE DES HOMMES POLITIQUES ?.....	48
3. LA POSTURE CONTRADICTOIRE DES JOURNAUX.	53
<i>Plaindre : Le Monde.</i>	54
<i>Ridiculiser : Marianne.</i>	55
<i>Dénoncer : L'Humanité et Libération.</i>	55
<i>Ignorer : Le Figaro et Valeurs Actuelles.</i>	56
4. DU SCANDALE PRIVE/POLITIQUE A LA QUESTION DE LA MEDIATISATION DE LA VIE PRIVEE.....	56
QUAND L'HOMME POLITIQUE EST MOBILISE A TRAVERS SA VIE PRIVEE.....	59
1. LA DESIGNATION ET LE ROLE DE L'HOMME POLITIQUE DANS LES ARTICLES.	61
2. DE LA PERSONNIFICATION A L'INSTRUMENTALISATION DE LA FAMILLE.	63
<i>La figure de la femme "pécheresse".</i>	63
<i>Comprendre la distinction entre le traitement médiatique de Richard Attias et d'Anne Fulda.</i> ...	66
3. LA FIGURE DU COUPLE.	67
4. LA CONSTRUCTION D'UN ETHOS A PARTIR DE LA MEDIATISATION DE LA VIE PRIVEE D'UN HOMME POLITIQUE.	69
<i>Enonciations de Nicolas Sarkozy : la construction d'un ethos.</i>	69
<i>La figure de l'éprouvé.</i>	70
<i>La figure du communicant manipulateur.</i>	71
MEDIATISATION, PERSONNIFICATION ET PEOPLEISATION : LA POLITIQUE-SPECTACLE.....	73
1. VISIBILITE ET VIE PRIVEE.	73
<i>Visibilité et reconnaissance.</i>	73
<i>La nouvelle visibilité.</i>	74
<i>L'investissement pour la visibilité.</i>	76
2. QUEL TRAITEMENT MEDIATIQUE DE LA RECONCILIATION DE NICOLAS ET CECILIA SARKOZY DANS LA PRESSE PEOPLE ?.....	77
CONCLUSION : LA NOUVELLE VISIBILITE : PEOPLEISATION DE L'HOMME POLITIQUE.	79
CONCLUSION.....	82
BIBLIOGRAPHIE	83
ANNEXES	87

INTRODUCTION

« *Derrière tout président, il y a un homme qui se frotte à la vie, comme tout un chacun, connaît des brisures, goûte à l'espoir...* » Gala. N° 455.

Sujet d'actualité, la médiatisation de la vie privée des hommes politiques fait de plus en plus parler sur les plateaux de télévision et dans la presse écrite. Hommes politiques, journalistes, citoyens/spectateurs et scientifiques témoignent dans leur savoir-dire et dans leur pouvoir-dire de cette évolution médiatique de la communication politique.

De nombreux auteurs en sciences de l'information et de la communication, comme dans d'autres disciplines, se sont attachés à étudier ce mouvement à la télévision. Cependant, rares sont les écrits concernant cette médiatisation dans la presse écrite, qu'elle soit d'informations générales et d'opinion ou people, certainement conséquent de la nouveauté de cette médiatisation dans ce type de presse. Cet écrit va s'attacher à comprendre en quoi le traitement médiatique de la vie privée des hommes politiques tend à construire une nouvelle image de ce dirigeant et en quoi cela l'insère dans des considérations plus propres au monde de l'opinion et, plus simplement, au people.

Ce mémoire prend place dans des contraintes de temps et de faisabilité qui le réduisent alors à l'analyse d'un évènement précis. Cependant, cet écrit prend aussi place dans un temps plus long qui permettra alors d'éprouver le raisonnement analogique construit d'après *Les économies de la grandeur* de Boltanski et Thévenot, sur l'analyse narrative de Greimas et permettra par là même de vérifier si les résultats peuvent être poussés à la généralisation.

Mais avant de se projeter trop loin, retournons à nos préoccupations immédiates, c'est-à-dire, cet écrit, où nous chercherons à comprendre en quoi les notions d'identité, d'espace public, d'espace privé et de secret nous donnent à penser la question de la vie privée. Ensuite, avec des considérations plus méthodologiques nous analyserons le cas de la réconciliation de Nicolas et Cécilia Sarkozy. Cette analyse de cas nous permettra, par la suite, d'appréhender la sanction des médias sur cette médiatisation et plus loin, la notion de scandale et ses implications. Pour finir, la désignation des sujets et le rôle que le narrateur leur attribue nous aidera à saisir l'articulation entre les différents sujets et à aborder l'image construite de Nicolas Sarkozy dans ce traitement médiatique, pour finalement penser la visibilité et la peopleisation.

Bien que la loi française donne droit à l'oubli et interdit ainsi la redivulgence d'informations privées, cet écrit va narrer l'histoire de la réconciliation de Nicolas et Cécilia Sarkozy en janvier 2006 et de son traitement dans les médias.

« Il n'y pas deux vies. Comme si la part de soi la plus intime et la plus intéressante, il fallait l'abandonner jusqu'au samedi matin et au dimanche soir inclus. Le domaine de la vie privée n'a pas de sens. C'est le domaine de la vie tout court. » Nicolas Sarkozy.

PREAMBULE : DIGRESSION SUR LA QUESTION DE L'IDENTITE.

L'homme, que les sciences humaines et sociales prennent pour objet, est le plus souvent étudié dans un seul contexte ou à partir d'une seule dimension. On l'analyse en tant qu'élève, travailleur, consommateur, conjoint, lecteur, pratiquant d'un sport, électeur, etc. Or, dans des sociétés où les hommes vivent souvent, simultanément et successivement des expériences socialisatrices hétérogènes et parfois contradictoires, chacun est inévitablement porteur d'une pluralité de dispositions, de façons de voir, de sentir et d'agir.

Pour Bernard Lahire, l'unicité et la constance de soi se présentent comme une nécessité et un atout social. Il écrit à ce propos : « *Tout se passe comme s'il y avait un profit symbolique et moral (comme le rappellent les termes d'inconstance, de versatilité ou d'infidélité à soi même) spécifique à se penser « identique » ou « fidèle » à soi-même en tout temps et en tout lieu, quels que soient les événements vécus et les épreuves traversés.* »¹. Au-delà de l'illusion de l'unicité de soi, se dissimule, selon cet auteur, une identité plurielle dont les fondements reposent sur des principes de socialisation différenciés (voire parfois contradictoires) dans une pluralité de contextes sociaux. Les actions socialisatrices des diverses expériences sociales impliquent, en effet, l'incorporation d'une pluralité de dispositions (et de schèmes d'action, de perception et d'appréciation qui y sont corrélés) structurant une identité parcellée, constitutives de ce que Bernard Lahire nomme l'acteur pluriel.

Dans cette même perspective, François De Singly parle d'une *identité fluide* qui permet aux individus d'agir en tenant compte de la spécificité de l'interaction et de leurs propres intérêts². Par ailleurs, Anselm Strauss avait déjà évoqué l'idée d'une identité plurielle en désignant les réactions des personnes en situation de face à face comme répondant à une pluralité de facettes de leurs propres personnalités : « *Si le « moi » (ou le moi-objet) peut être pluriel, il en est de même pour les réponses du « je » (ou sujet agissant)* »³. Le concept de rôle, issu de l'interactionnisme symbolique, nous permet de mieux comprendre cette identité plurielle⁴ : En situation d'interaction, les individus adaptent leurs lignes de conduites en fonction de l'interprétation qu'ils ont du rôle joué par leur partenaire et en

¹ LAHIRE, B. *L'homme pluriel*. Paris. Nathan. 2^{ème} édition. 2001.

² DE SINGLY, F. *Les uns avec les autres : Quand l'individualisme crée du lien*. Paris : Armand Colin. 2003.

³ STRAUSS, A. *Miroirs et Masques*. Paris. Métailié. 1992.

⁴ DE QUEIROZ, J.M. & ZIOLKOWSKI, M. *L'interactionnisme symbolique*. Rennes : Presse Universitaire de Rennes. Coll. Didact. Sociologie. 1997

fonction des normes en cours dans la situation. L'exécution d'un rôle est donc toujours accompagnée de processus d'interprétation. Les rôles joués par un individu se succèdent, il peut être, dans une même journée, un père, un mari, un fils, un voisin, un client, un employé, un employeur, etc.

Comprendre un individu comme porteur d'identité plurielle figure, ici, comme un postulat théorique à la base de ma recherche. Je ne peux cependant faire l'économie d'évoquer le fait que cette considération de l'identité n'est pas partagée par tous et que certains pensent l'unicité du soi possible (Bourdieu⁵, Berger et Luckmann⁶)

La question de l'identité n'est pas l'objet appréhendé dans cette recherche. Ils existent de nombreux manuels d'enseignement et ouvrages survolant les différents cadres théoriques sur cet objet, trop souvent abordé par les étudiants et certains chercheurs comme un terme « boîte noire ». Cet objet mériterait une étude approfondie, ce qui n'est ni mon objectif, ni ma prétention. Cependant, comprendre la mobilisation de la vie privée des hommes politiques dans les médias impose que l'on s'arrête quelques instants sur cette notion d'identité, pour pouvoir, par la suite, penser l'espace du privé et du public.

Penser l'identité plurielle permet d'intégrer l'individu comme un acteur jouant différents rôles définis à partir de la personne avec qui il interagit et selon le contexte d'interaction. Ainsi, dans l'organisation formelle du système politique et de ses interactions avec le public par les médias (« modèle conformiste »⁷), les hommes politiques ont des « rôles attendus et exigés »⁸ (le représentant du gouvernement, le candidat, le représentant d'un parti, etc.). Ces rôles entrent dans la logique de leurs fonctions. Leur présence formelle dans les médias se justifie sous deux aspects : soit ils sont acteurs d'un évènement relaté par les médias, soit ils sont dans une logique de communication publicitaire qui tend à porter à la connaissance du plus grand nombre d'individus les mérites de quelque chose (un homme, un produit, une idée, etc.)

La mobilisation de la vie privée d'un homme politique dans les médias révèle d'autres rôles joués par cet homme politique que sa fonction ne semble pas requérir⁹. C'est dans ces considérations que le concept d'identité et, plus particulièrement, d'identité plurielle, mobilisé par divers sociologues semble pertinent, à la fois dans ce propos et dans les questionnements des sciences de l'information et de la communication.

⁵ BOURDIEU P. *Le sens pratique*. Paris. Minuit. 1980.

⁶ BERGER P. & LUCKMANN T. *La construction sociale de la réalité*. Paris : Armand Colin. 2003.

⁷ TURNER, R. « Role-taking: Progress versus conformity. ». In ROSE, A. (Ed.) *Human Behavior and social processes*. Boston: Houghton Mifflin. 1962.

⁸ TURNER, R. 1962. *Op. Cit.*

⁹ Nous reviendrons plus tard sur ce point.

1 LA QUESTION DE LA PRIVATISATION DE L'ESPACE PUBLIC.

1. Comprendre la distinction entre espace public et espace privé.

Selon les historiens, la différenciation des espaces du privé et du public date du XIX^{ème} siècle¹⁰. L'affirmation de la séparation entre espace privé et espace public est une construction moderne. C'est une réalité historique qui résulte d'un découpage, lui-même changeant de l'activité humaine entre ces deux espaces.¹¹ Dominique Mehl expose que les définitions de ces espaces relèvent de questions liées aux mœurs et à la vie quotidienne et sont donc changeantes et fluides.

Elle dévoile les années soixante-dix comme une nouvelle ère où s'opère un bouleversement dans les délimitations de l'espace public et de l'espace privé, démarcation temporelle partagée par Richard Sennett et Christopher Lash¹². Mehl identifie, en premier lieu, la télévision comme instrument de la communication de masse ainsi que la montée de l'individualisme hédoniste caractéristique des années soixante-dix comme causes et, enfin, la mise en scène de l'intimité comme conséquence de ce changement et de cette nouvelle délimitation de l'espace public et de l'espace privé. En effet, la place publique devient un lieu d'exposition des états d'âme et des difficultés psychologiques des acteurs¹³, en d'autres termes, l'espace public devient « *l'espace d'échanges publics d'expériences privées* »¹⁴. Dans les années soixante-dix, se dessine alors un double mouvement : celui de la publicisation de l'espace privé et celui de la privatisation de l'espace public.

Certains auteurs voient en ce changement la destruction de l'espace privé et de l'espace public. Dans ce sens, Sennett pense que cette nouvelle forme d'espace public installe la société dans une société intimiste, incivile, qui perd le sens des intérêts de groupe et qui vide la vie sociale de sa dimension politique¹⁵. Suivant cette même perspective, Lash dégage le fait que « *le public se résorbe tandis que le privé se vide* »¹⁶. Mehl défend un

¹⁰ MEHL, D. *La télévision de l'intimité*. Paris. Seuil. Coll. Essai politique. 1996.

¹¹ PROST, A. « Frontières et espace du privé » In ARIES, P. & DUBY, G. *Histoire de la vie privée. Tome 5 : De la première guerre mondiale à nos jours*. Paris. Ed. Du Seuil. Coll. Points Histoire. 1999.

¹² Nous reviendrons par la suite sur ces deux auteurs.

¹³ MEHL, D. 1996. *Op. Cit.*

¹⁴ FERRY, J-M. « Les transformations de la publicité politique », *Hermès* n°4. 1989.

¹⁵ SENNETT, R. *Les tyrannies de l'intimité*. Paris. Seuil. 1979.

¹⁶ LASH, C. *Le complexe de Narcisse*. Paris. Robert Laffont. 1980.

point de vue plus nuancé, elle parle d'une reformulation de l'espace privé et d'un élargissement de l'espace public avec des nouvelles thématiques et de nouveaux enjeux.

Mon propos n'est pas de me positionner par rapport à ce point de vue, mais de comprendre ce qui est en jeu dans les délimitations de ces espaces. A ce stade de l'écrit, nous comprenons que les frontières sont sujettes à des modifications en fonction des activités humaines en cours au sein de ces espaces. Par ailleurs, nous venons de voir que les années soixante-dix marquent un changement dans l'acception de ces configurations théoriques et que nous assistons à une publicisation de l'espace privé et à une privatisation de l'espace public¹⁷.

Cependant, fort de ces constats, il nous reste à saisir les définitions concrètes de chacun de ces espaces.

L'espace privé est, selon Norbert Elias, le lieu où « *l'individu pouvait, tout en restant soumis au contrôle de la loi, échapper jusqu'à un certain point au contrôle de la société.* »¹⁸. Finalement, face au nouvel agencement de l'espace privé dû à son exposition sur la scène publique, nous pouvons le comprendre comme relatif à ce qui relève de l'intime, c'est-à-dire ce qui relève du libre-arbitre. En effet, la publicisation de l'espace privé produit un effacement de l'espace géographique, c'est à dire concrètement repérable. L'espace domestique comme lieu identifiable a perdu sa valeur d'espace privé. En ce sens, l'espace privé devient une « *idée mouvante dont les limites sont tracées par chaque individu* »¹⁹, c'est-à-dire une construction théorique subjective de ce qui ne peut être dit ou montré publiquement.

Quant à l'espace public, il désigne, selon Habermas, un ensemble de personnes privées rassemblées pour discuter des questions d'intérêt commun. Ces espaces ont pour but de médiatiser la société et l'État, en tenant l'État responsable devant la société par la *publicité*, en tant que la *publicité* est une stratégie mise en place pour que le pouvoir soit soumis aux critiques²⁰. Pourtant, nous ne pouvons désormais rester dans cette désignation de l'espace public par Habermas. Suite à la thèse de Dominique Mehl qui montre un changement de l'espace public depuis les années soixante-dix, il nous faut reformuler la définition de cet espace en prenant en compte le mouvement de privatisation de l'espace public. En effet, l'espace public s'ouvre aux discours publicitaires et au spectacle. « *Le maintien des frontières devient d'autant plus artificiel, que les médias eux-mêmes s'appliquent, avec*

¹⁷ Cette démarcation a été faite par Dominique Mehl. Notre propos ici n'est pas de affirmer ou infirmer l'exactitude de ce marqueur temporel.

¹⁸ ELIAS, N. *La société de cour*. Paris. Flammarion. 1995.

¹⁹ MEHL, D. 1996. *Op. Cit.*

²⁰ HABERMAS, J. *L'espace public*. Paris. Payot. 1993.

brio, à en effacer le tracé. »²¹. D'après Jean-Marc Ferry, l'espace public est scindé en deux espaces : l'espace public social et l'espace public politique. Dans l'espace public social, des thèmes de discussion jusqu'alors privés ont surgi sur la scène publique et ont eu progressivement droit de cité. Depuis, l'emprise généralisée de la communication a entraîné l'apparition d'un nouveau dispositif où l'intimité professionnelle, familiale et conjugale est exhibée sur une scène publique médiatique. Tandis que dans l'espace public politique, cet auteur montre un déplacement du règne de la critique à un règne de l'opinion²².

Après avoir défini ce qu'il est entendu par ces deux espaces, il est temps de revenir à notre raisonnement afin de le rattacher à la problématique de cette partie, pour finalement progresser dans cette étude.

Au fil de sa vie et de son quotidien, un individu traverse de nombreux contextes sociaux qui lui permettent d'incorporer diverses dispositions. Cette pluralité à laquelle est constamment confronté l'individu structure une identité parcellée ou plurielle. Dans les différents contextes sociaux qu'il traverse, l'individu est confronté à différentes personnes et donc à différentes interactions. Il répond à ces interactions en fonction des dispositions incorporées, en fonction du contexte et de ses intérêts. Sa réponse en tant qu'acteur s'organise autour de ce que les interactionnistes désignent comme rôle. Dans cette optique, l'homme politique est, successivement dans sa journée, époux, père, employeur, représentant d'un parti, client, représentant d'une idée, membre du gouvernement si tel est le cas, etc. Les différentes interactions rencontrées au fil de la journée vont mobiliser certaines de ces dispositions qu'il va opérer en fonction d'un rôle, qu'il pense justifié dans ce contexte là. Certains de ces rôles s'intègrent à la sphère privée et à l'intime tandis que d'autres revêtent des fonctions propres à l'espace public. Sa fonction d'homme public oblige certaines de ces actions à être publiques, son libre-arbitre décidera pour les autres actions qui se balancent incertainement au-dessus de la frontière entre espace privé et espace public.

2. Atteinte à la vie privée et droit à l'image : Ces lois qui dessinent une frontière entre espace privé et espace public.

Le Code napoléon de 1804 ignorait la protection de la vie privée ; la préoccupation n'était pas dans l'air du siècle. Des personnes, il ne connaissait que l'existence publique, à

²¹ DAHLGREN, P. « L'espace public et les médias : Une nouvelle ère. », *Hermès* n°13/14. 1994.

²² FERRY, J-M. 1989. *Op. Cit.*

travers la réglementation des actes de l'état civil, la condition des étrangers ou encore la nationalité. Même le domicile n'était alors envisagé que comme une localisation géographique stable du sujet de droit et non comme un lieu privé, espace de vie intime de l'individu qui y habite. L'idée que la personne puisse prétendre au respect d'une certaine intimité, au secret de différents aspects de son existence n'est venue que plus tard.

Au milieu du XIX^{ème} siècle, la grande tragédienne Rachel meurt. Un journaliste détient une photographie d'elle étendue sur son lit de mort et souhaite alors la publier. Les membres de la famille de la tragédienne tente d'empêcher ce qu'ils considèrent comme une atteinte au droit de l'image. Le jugement, rendu le 16 juin 1858, reste célèbre en tant qu'il accorde un nouveau droit de la personne, celle de protéger son image.²³

Fin de l'année 1968, un jeune Yougoslave Stefan Marcovic, alors garde du corps d'Alain Delon, est découvert inerte sur un terrain vague. Plus loin, à Fresnes, un autre yougoslave en détention fait savoir que son compatriote assassiné aurait assisté à des soirées libertines auxquelles Claude Pompidou aurait pris part... La rumeur se répand, des montages photos mettant en cause Claude Pompidou circulent. Moins de deux ans plus tard, George Pompidou, devenu président de la République, renforce la protection de la vie privée face à la liberté de la presse ; la loi entre en vigueur le 17 juillet 1970, elle enlève la nécessité de prouver la faute ou le préjudice et ouvre droit aux réparations.²⁴

Ces lois viennent construire un espace public difficile à définir. Si ces lois fixent un droit de la personne à protéger sa vie privée, il n'y aucune définition légale de ce qu'est la vie privée. C'est la jurisprudence qui est chargée de dire ce qui est protégé. Elle inclut ainsi le domicile, l'image, la voix, le fait d'être enceinte, l'état de santé, la vie sentimentale, la correspondance (y compris sur le lieu de travail)... Par contre, la jurisprudence ne protège pas contre la divulgation de la situation patrimoniale d'une personne menant une vie publique (tel un dirigeant de grande entreprise), ni sa pratique religieuse... Les faits révélés par les comptes rendus de débats judiciaires ne sont pas protégés non plus.

Par ailleurs, le fait que la personne ait elle-même révélé des faits, n'autorise pas la redivulgence de certains de ces faits (droit à l'oubli). La redivulgence est soumise à autorisation spéciale, sauf lorsque la publication des faits ne vise pas à nuire et obéit à un intérêt légitime.

²³ DUCREST, A. « Mon image est à moi et a un prix ! », *L'Histoire*. N° 294. Janvier 2005.

²⁴ CHAUVEAU, A. « Scandales et vie privée des hommes publics. » in Ruellan, D. (dir). *Presse à scandale, scandale de presse*. Paris : L'Harmattan. 2001.

Du fait de la montée par les médias d'une publicisation de l'espace privé et d'une privatisation de l'espace public, ces lois, qui tendent à assurer une certaine stabilité à ces espaces, sont confrontées de plus en plus à des cas particuliers, ce qui explique que les définitions concrètes soient dessinées par la jurisprudence. En effet, le contenu de la vie privée « *s'est plus ou moins exposé à rendre des comptes à l'opinion, s'est offert à ces exigences qui atteignent leur maximum dans le cas de l'homme public (...) et qui varient avec leur profession, les activités et même les situations occasionnelles.* »²⁵

3. Définition mouvante des espaces privé/public et la question de la privatisation de l'espace public.

Les médias ont donc contribué ces dernières années à modifier les frontières entre espace privé et espace public en tant qu'ils opèrent une publicisation de la vie privée et enfin une privatisation de l'espace public.

Arrêtons nous quelques instant sur le premier mouvement. La télévision a permis au téléspectateur de poser son regard dans des territoires qui, jusque là, lui étaient caché parce que privés et non publicisables. En effet, le profane est de plus en plus convoqué sur les plateaux où il raconte son vécu à la première personne. Parallèlement, la télé-réalité permet l'exhibition de l'intimité non plus celle du for intérieur mais celle créée spontanément lors de parcours de vie filmés dans le quotidien. Pourtant, ces personnes qui ont accepté de venir sur les plateaux expliquent tous qu'ils n'ont pas dévoilé leur intimité en tant qu'ils viennent exposer un sentiment partagé avec d'autres. Il pose ici une identification au commun qui exclut alors l'intimité.²⁶

Pourtant si Dominique Mehl ne détache pas privatisation de l'espace public et publicisation de l'espace privé, c'est plus particulièrement vers ce dernier que celle-ci s'intéresse. Or, en nous intéressant à la mobilisation de la vie privée des hommes politiques, le mouvement que nous appréhendons se révèle être celui de la privatisation de la vie publique. C'est en tant qu'homme public que leur vie privée est mobilisée et non pas parce qu'ils exposent leur vie privée qu'ils deviennent publics. La fonction et le statut des hommes publics les placent sur la scène publique, cette position dans l'espace public amène

²⁵ CHAUVEAU, A. 2001. *Op. Cit.*

²⁶ MEHL, D. « Médias et for intérieur », dans CURAPP. *For intérieur*. PUF. 1995.

alors les médias et le public à s'intéresser à leur vie privée. En effet, l'exigence de plus en plus forte de publicité dessine une transparence de plus en plus nécessaire de leur vie privée mais aussi de leur for intérieur.

Ces quelques pages sur la distinction entre l'espace privé et l'espace public nous amène à considérer de façon plus concrète le concept de vie privée et, plus précisément, celui de vie privée d'homme public. Ces apports nous permettent alors de construire un cadre théorique afin de penser ce qui est en jeu dans la mobilisation de la vie privée des hommes politiques dans la presse écrite d'informations générales et d'opinion. En effet, bien que les définitions de chacun des espaces restent floues, elles nous permettent de comprendre et d'approcher les concepts inhérents à cette étude : celui de visibilité, de secret, de publicité, de personnification.

Mais surtout ces contributions théoriques ne trouvent place dans cet écrit qu'en tant qu'introduction d'une réalité qui se meut dans une triade d'univers : celle du monde domestique, du monde de l'opinion et du monde domestique qui nous permettrons alors de comprendre les enjeux de la médiatisation de la vie privée des hommes politiques en France.

2 DE LA JUSTIFICATION : CONSTRUCTION D'UNE METHODOLOGIE POUR ABORDER LA QUESTION DE LA PRIVATISATION DE L'ESPACE PUBLIC.

1. *Digression épistémologique sur le raisonnement analogique.*

Un dictionnaire analogique se présente comme un répertoire « *des mots par les idées et des idées par les mots qui permet de découvrir des mots inconnus par le jeu des analogies ; chaque mot trouvé en fait découvrir d'autres* »²⁷. Qu'en est-il de ce jeu des analogies dans le raisonnement scientifique?

L'analogie est définie, dans le sens commun²⁸, comme un rapport existant entre des choses (concrètes ou abstraites) ou entre des personnes qui présentent des caractères communs, tout en étant essentiellement différents. Pourtant, les sociologues nuancent fortement cette définition en lui donnant un caractère plus produit qu'« existant ». En d'autres termes, l'analogie est un rapport construit (pouvant être inconscient dans le cadre de l'usage ordinaire) entre des objets a priori distincts, ce qui nous amène à le penser, dans un cadre de recherches universitaires, comme un « mode de raisonnement ».

Jean-Claude Passeron décrit le raisonnement scientifique comme un raisonnement de type analogique. Pour cet auteur, l'analogie est un schème essentiel de tout raisonnement sociologique. Elle « *produit une intelligibilité rationnelle lorsqu'elle rapporte les différents thèmes d'une série empirique non à un référent particulier mais à la structure intelligible qu'elle permet de construire* »²⁹.

Passeron insiste sur le caractère inévitable de l'analogie dans le raisonnement sociologique. Il explique que non seulement on ne peut y échapper mais qu'il n'y a aucune raison d'y échapper. En effet, l'analogie est légitime du moment où le chercheur reste lucide sur son

²⁷ *Dictionnaire analogique*. Paris. Larousse. 1980.

²⁸ *Grand dictionnaire encyclopédique*. Paris. Larousse. 1982.

²⁹ PASSERON, J.-C. « La constitution des sciences sociales. Unité, fédération, confédération. », *Le Débat*. N° 90. 1996.

utilisation. Il faut la penser et l'éprouver. Oublier qu'on est dans un cadre analogique fait perdre à la métaphore son but premier : celui de réveiller la comparaison. Si nous retournons à notre définition de l'analogie comme un rapport construit entre des objets a priori distincts, nous comprenons maintenant que perdre le « fil » de la métaphore comme la tendance à la généralisation abusive de celle-ci, opèrent alors une perte totale du sens. En effet, dans le cadre scientifique, les métaphores doivent être pensées et construites dans un objectif de comparaisons raisonnées afin d'opérer un sens référentiel. Si l'analogie n'est plus pensée, elle perd son caractère de mise en relation de deux objets distincts (et donc la référence opérée) et perd son caractère raisonné et ne pousse plus à réveiller la comparaison et à comprendre sa légitimité. Elle perd non seulement son auteur mais par la même tous ses lecteurs. Passeron prévient donc le risque de généralisation métaphorique abusive en préconisant de rester attentif aux métaphores utilisées et d'en avoir un usage contrôlé.

La conceptualisation analogique revient donc à opérer une comparaison entre des objets a priori distincts et à la rendre légitime dans le cadre d'un raisonnement scientifique.

Comprendre le traitement médiatique de la vie privée des hommes politiques dans la presse écrite française nous amène à penser, comme nous venons de le voir, la distinction entre espace public et espace privé et à tenter finalement de catégoriser les approches éditoriales des journaux dans le cadre d'événements d'ordre privé dans la presse française. C'est à travers la mobilisation de la théorie des mondes de Boltanski et Thévenot³⁰ que nous trouverons alors une manière d'appréhender ce traitement médiatique. Penser les termes utilisés par les narrateurs des articles à travers un raisonnement analogique construit à partir de la typologie modélisante de trois mondes mise en place par Boltanski et Thévenot nous permettra alors d'attraper la position éditoriale des journaux sur le traitement de la vie privée des hommes politiques. En effet, légitime ou non, l'analogie est présente partout, autant dans des réflexions scientifiques que dans un usage ordinaire, soit par un raisonnement clairvoyant ou soit par simple imitation ou répétition. Le but, ici, n'est pas alors de comprendre si l'utilisation d'analogisme a été pensée par le narrateur en fonction d'un jugement qu'il portait mais simplement d'identifier ce jugement.

³⁰ BOLTANSKI, L. & THEVENOT, L. *De la justification : Les économies de la grandeur*. Paris. Gallimard. 1991.

2. La typologie des mondes pour interroger la privatisation de l'espace public.

Luc Boltanski et Laurent Thévenot nous présentent, dans leur ouvrage « De la justification », une typologie modélisante de six mondes régis par des cohérences qui mettent au premier plan des personnes, des objets, des représentations, des figures relationnelles, qui sont des éléments permettant de dévoiler la nature du monde dans lequel se meut l'étude du chercheur. Ces mondes n'ont d'existence que théoriquement, ils sont des idéaux-types au sens wébérien. En conséquence, aucune situation ne se place qu'exclusivement dans un monde.

Dans le cadre de cette étude, nous retiendrons trois des mondes décrits par Boltanski et Thévenot comme pertinents : le monde domestique, le monde de l'opinion et le monde civique³¹.

Cependant avant de s'attacher à comprendre quelle définition nous pouvons faire de chacun des trois mondes jugés pertinents, nous ne pouvons faire l'économie de s'arrêter quelques instants sur les indicateurs révélés par Boltanski et Thévenot et d'expliquer ainsi leur terminologie. Plus que trois types mondes décrits, Boltanski et Thévenot nous proposent une analyse poussée de ces modèles avec une multitude d'indicateurs nous permettant d'identifier la nature du monde de l'objet étudié³². Ces indicateurs vont nous permettre alors de repérer la nature des mondes et finalement ce qui est en jeu dans le contenu et plus loin, dans la mobilisation de ce contenu sur la scène publique.

Le *principe supérieur commun* renvoie à une instance qui permet au monde d'exister. Ce principe est ce autour de quoi se réunissent des personnes dans un même monde, il a une logique d'accord et de convention.

L'*état de grandeur* permet d'identifier ce qui est *grand* et ce qui est *petit* dans le monde étudié. Face au *principe supérieur commun*, certaines actions et attitudes sont perçues comme valorisées donc *grandes* et inversement pour ce qui est *petit*. C'est en fonction de l'accession à la *dignité* que l'individu deviendra *grand*. Agir en fonction du principe de *dignité* implique une *formule d'investissement*, c'est-à-dire un prix à payer pour accéder à l'*état de grandeur*. Enfin, le *rapport de grandeur* s'évalue en fonction des justifications

³¹ Les définitions très succinctes de ces trois mondes sont faites à partir de l'ouvrage original et d'un écrit qui nous en propose une « traduction », objectif qu'il se donne lui-même : AMBLARD, H. BERNOUX, P. & al. *Les nouvelles approches sociologiques des organisations*. Paris. Seuil. 3^{ème} édition augmentée. 2005.

³² BOLTANSKI, L. & THEVENOT, L. 1991. *Op. Cit.*

énoncées par les personnes sur la nature de leurs relations³³, en d'autres termes sur ce qui motive leurs attitudes et actions face aux autres.

Les *répertoires* permettent d'identifier les *objets* (éléments non humains) et les *sujets* (éléments humains) en place dans le monde.

L'*épreuve modèle* est une forme d'épreuve, de situations valorisées ou non dans le monde en place. L'*épreuve modèle* se repère en tant qu'elle touche la pureté de la cohérence du monde, des sujets et des objets.

La *figure harmonieuse* est un arrêt sur image (symbolique) du monde. Elle représente et caractérise simultanément le monde, elle dévoile la *forme de l'évidence* en place dans le monde. Dans ces *figures harmonieuses*, se développe une forme de *relation naturelle* entre les êtres, une relation qui stimule l'interaction entre les êtres et qui s'appuie sur le *principe supérieur commun*. Enfin, le *mode d'expression du jugement* est un indicateur par lequel s'expriment les personnes émettant un avis sur ce qui se passe dans leur monde

Forts de ces explications, nous pouvons désormais nous attacher à comprendre et à définir les trois mondes retenus dans le cadre de cette recherche.

Dans le monde domestique, la figure de référence est la famille et ce qui prédomine relève du registre de la tradition. L'accent est mis sur les relations entre les gens, des relations qui s'organisent autour du respect de la hiérarchie (et surtout du père et de l'ancêtre), sur la confiance et la permanence. La grandeur des êtres repose sur les relations entretenues avec les autres, sur la position dans la hiérarchie, sur leur aisance, leur autorité, leur responsabilité, leur bon sens, leur serviabilité et leur gentillesse. Dans le monde domestique, les êtres ont des devoirs dirigés vers les autres pour apporter l'harmonie au sein du foyer. L'efficacité domestique réside dans la capacité à suivre l'exemple des anciens.

Dans le monde de l'opinion, ce qui prime est l'opinion des autres ou du public. La grandeur de chacun des êtres dépend de l'opinion que les autres en ont. La célébrité fait la grandeur de l'être. Les sujets en place dans ce monde sont les vedettes et leurs publics auxquels s'ajoutent ce que nous désignerons comme « *les magistrats chargés de faire valoir la grandeur de renommée* »³⁴, c'est-à-dire les professionnels des médias (journalistes, attachés de presse, etc.). Les relations s'organisent autour de l'acte de persuader et se fait principalement autour des appareils de communication. Être réputé, connu, considéré, accéder au succès ou au vedettariat, bénéficier d'un jugement positif de

³³ AMBLARD, H. BERNOUX, P. & al. 2005. *Op. Cit.*

³⁴ BOLTANSKI, L. & THEVENOT, L. 1991. *Op. Cit.*

la part du plus grand nombre sont les ressorts de l'action ; seule la consécration du public importe dans le monde de l'opinion. Le prix à payer pour accéder à la grandeur dans ce monde est le renoncement au secret, à sa vie privée.

Monde domestique, monde de l'opinion et monde civique.			
In Amblard, H. Bernoux, P. & al. 2005. « Les nouvelles approches sociologiques des organisations ». Paris : Seuil. 3 ^{ème} édition augmentée.			
	Domestique	Opinion	Civique
Principe supérieur commun	Relations personnelles, hiérarchie, tradition	Opinion des autres	Prééminence des collectifs
Etat de grandeur	Bienveillant, avisé	Réputé, connu	Représentatif, officiel
Dignité	Aisance, bon sens	Désir de considération	Liberté
Répertoire des sujets	Supérieurs, inférieurs, ascendants...	Vedettes	Collectivités
Répertoire des objets	Préséance, cadeaux	Noms, marques, message	Formes légales
Formule d'investissement	Devoir	Renonce au secret	Renonce au particularisme, solidarité
Rapport de grandeur	Subordination, honneur	Identification	Adhésion, délégation
Relations naturelles	Eduquer, reproduire	Persuasion	Rassemblement pour une action collective
Figures Harmonieuse	Famille, milieu	Audience	République
Epreuve modèle	Cérémonie familiale	Présentation de l'évènement	Manifestation pour une juste cause
Mode d'expression du jugement	Appréciation	Jugement de l'opinion	Verdict du scrutin
Forme de l'évidence	Exemple	Succès, être connu	Texte de loi
Etat de petit	Sans gêne, vulgaire	Banal, inconnu	Divisé, isolé

Le monde civique ne s'attache pas à des personnes humaines mais à des personnes collectives qu'elles composent par leur réunion. L'intérêt collectif prime donc sur l'intérêt particulier. Ce monde s'organise autour de la loi et des notions d'équité, de liberté et de solidarité (le renoncement au particulier permet de dépasser les divisions qui séparent pour agir collectivement). La grandeur d'un être dépend de la taille du collectif auquel il appartient, de sa représentativité, de comment il se fait l'expression de la volonté générale et, enfin, de son appartenance et de sa place dans l'espace public au sens où Habermas l'entendait. Les sujets de ce monde sont les personnes collectives et leurs représentants,

c'est l'aspiration commune à l'union qui définit leur dignité à figurer dans l'espace du monde civique. Les relations entre les êtres s'organisent autour de l'adhésion, de la délégation et de l'association. Les lois ont figure d'évidence tandis que le verdict du scrutin est sans appel.

On a pu voir que la frontière entre espace privé et espace public était flexible et donc constamment en re-définition et re-délimitation. Comment alors intégrer ce qui est de l'ordre du privé et ce qui est de l'ordre du public ? Quels sont les éléments qui peuvent permettre de les distinguer ? Puis-je me contenter de considérer ce qui est connu comme de l'ordre du public ? Si oui, comment alors saisir le privé en tant que justement il ne m'est pas accessible parce qu'il est non-dit ou non-connu ? Si non, comment séparer le connu public du connu privé ? Face à ces questionnements, l'ouvrage de Luc Boltanski et Laurent Thévenot semble apporter un nouvel élément... De la dyade espace privé/espace public, cet écrit va nous amener à penser à travers une triade : monde domestique/ monde de l'opinion/monde civique³⁵ et à construire ainsi des indicateurs méthodologiques nous permettant d'attraper ce qui est en jeu dans le traitement médiatique de la vie privée d'un homme politique.

Louis Quéré a appréhendé l'espace public comme porteur de deux idées essentielles, c'est-à-dire comme étant à la fois une sphère publique de libre expression, de communication et de discussion et comme une sphère publique d'apparition et de représentation qui élèvent certains acteurs, actions, évènements ou problèmes sociaux au rang du connu et du reconnu³⁶. Nous sommes donc face à un espace privé et à un espace public composé de deux sphères publiques : celle de la libre expression et celle de l'apparition. Les trois mondes de Boltanski et Thévenot relevés comme pertinents peuvent s'intégrer parfaitement au raisonnement et au questionnement sous ce prisme de lecture. Ainsi, le monde civique correspondrait à la sphère publique de libre expression, de discussion et de communication, le monde de l'opinion à la sphère publique d'apparition et de représentation et finalement le monde domestique à l'espace privé, intime.

De cette typologie des mondes présentée par Boltanski et Thévenot émerge la construction d'une méthodologie pour comprendre le traitement médiatique de la vie privée des hommes politiques par la presse écrite française. La description des mondes nous

³⁵ BOLTANSKI, L. & THEVENOT, L. 1991. *Op. Cit.*

³⁶ QUERE, L. « L'espace public : de la théorie politique à la métathéorie sociologique. », *Quaderni* n°18. 1992.

permet de saisir une typologie de trois univers qu'un évènement d'ordre privé dans la vie d'un homme politique tend à mobiliser.

Ces auteurs ont mis en place une série d'indicateurs pour décrire les mondes que nous nous réapproprierons dans le cadre d'une analyse narrative et dont nous nous servirons afin de saisir les mondes et d'attraper les formes de discours utilisées par le narrateur. Ces indicateurs seront auparavant re-penser dans une considération des sciences de l'information et de la communication pour être enfin construits comme indicateurs méthodologiques.

3. *L'analyse de cas : penser l'évènement.*

Par soucis de clarté, je vais dès maintenant m'attacher à définir l'évènement que nous étudierons tout au long de cet écrit. En effet, l'enjeu de cette analyse est de comprendre comment un fait a priori d'ordre privé est traité dans la presse écrite française et de montrer que la typologie des mondes de Boltanski et Thévenot nous permet de saisir les implications de cette confusion entre espace public et espace privé et finalement d'appréhender la narration médiatique.

Il nous fallait, avant toute chose, sélectionner un évènement que l'on pourrait qualifier comme relevant de la vie privée. Revenons donc quelques instants sur ce que nous appréhendons comme un évènement d'ordre privé. Un évènement du monde domestique doit revêtir, selon la théorie de Boltanski et Thévenot, plusieurs caractéristiques. Cet évènement doit mettre l'accent sur une relation personnelle entre des gens particuliers. Cet évènement doit s'instituer comme une épreuve marquée d'une redistribution des états de grandeur, c'est-à-dire qui concerne soit les générations, les alliances ou la mort. Les sujets de cet évènement doivent être avant tout considérés de par leur statut familial ou particulier, c'est-à-dire en tant que père, époux, fils ou même voisin. La relation dans le monde domestique est avant tout une relation interpersonnelle s'organisant dans la proximité.

C'est à travers ces quelques indications que j'ai choisi de traiter d'un évènement récent (janvier 2006) qui répond à ces prérogatives et qui concerne un homme politique actuel : la réconciliation de Nicolas et Cecilia Sarkozy, début janvier 2006. Pourtant peut-on parler ici d'évènement ? Nous allons nous tourner vers cette interrogation puis enfin saisir les faits qui se laissent à penser comme ayant amorcé cet évènement et enfin l'évènement en lui-même.

Le terme « évènement » est polysémique. On dit d'un événement qu'il arrive, ce qui souligne son caractère imprévisible et extérieur à la situation dont on considère qu'elle est frappée par l'évènement. Mais, l'évènement peut tout aussi bien être une action ou la conséquence d'une action, au sens où agir c'est faire arriver quelque chose. Il peut avoir été soigneusement préparé, mis en scène de sorte qu'une parole suffise à faire de ce qui est prononcé un événement, en référence, ici, à Austin et ses énoncés performatifs, tel que « *Je vous déclare unis par les liens du mariage* »³⁷.

Donc, pour être perçu comme événement, une occurrence doit être, dans un premier temps, perçue et caractérisée : « *c'est grâce à la communication par le langage que les événements existent* »³⁸. Pour nous, l'évènement fait advenir au sens où il crée : « *il crée du temps qui suit son accomplissement, il crée des relations, des interactions, des confrontations ou des phénomènes de consentement, il crée du langage, du discours* »³⁹. Un événement a donc un début et une fin, peut être raconté et suivi et suppose, à ce titre, une perspective, un regard sur le temps historique. Nous comprenons alors la réconciliation de Nicolas et Cécilia Sarkozy comme un évènement qui a un début et une fin, qui a été raconté et suivi (c'est ici d'ailleurs que cette recherche prend toute son existence), évènement sur lequel les différents narrateurs ont porté un regard.

En effet, un événement quelque que soit sa résonance, lorsque des traces nous permettent de l'identifier comme tel, porte en lui – du moins dans la façon dont on le désigne – la vision du futur de ceux qui viennent de le subir ou de l'appréhender (le chercheur). La vision du devenir est constitutive de l'évènement, de même que le passé est constitutif de la manière dont on va caractériser ce même évènement.

De ce qui précède, on déduit aisément que l'avant et l'après soient modifiés en fonction de comment on saisit l'évènement, d'où la relativité du point de départ de l'enquête. En outre, si l'on veut entrevoir l'évènement de manière dynamique, il faut réintroduire le temps dans l'analyse. En effet, l'interprétation est présente dans l'individuation de l'évènement en train de se faire mais ne s'arrête jamais. La possibilité de nouveaux points de vue sur les évènements de l'histoire, ne serait-ce que par l'évolution des techniques, permet de mieux les appréhender, d'enrichir la connaissance à leur égard. Donc, la réception du passé et les anticipations du futur sont en perpétuel mouvement. Ainsi de nouvelles attentes peuvent

³⁷ AUSTIN J. L. *Quand dire c'est faire*. Traduit de l'anglais en 1991. Paris. Ed. Du Seuil, coll. Point. 1962.

³⁸ KOSSELECK, R. *Le futur passé. Contribution à la sémantique des temps historiques*. Paris. Ed. de l'EHESS. 1990.

³⁹ FARGE, A. « Penser et définir l'évènement en histoire. Approche des situations et des acteurs sociaux », *Terrain* n°38, mars 2002.

s'insérer rétroactivement dans des événements et les modifier dans leur identité. Koselleck parle de « *l'individualité dynamique de l'événement* », individualité qui émerge dans le présent relativement à un « *champ d'expérience* » et un « *horizon d'attente* ».

Forts de ces constats, il nous faut replacer l'événement dans un temps historique, ce qui nous permettra alors de comprendre l'événement que nous désignons comme tel et qui fera l'objet de cette analyse de cas.

Récapitulons alors les faits qui semblent importants pour comprendre la réconciliation de Nicolas et Cécilia Sarkozy.

Le 22 mai 2005 voit pour la première fois une rumeur se propager dans le monde médiatico-politique : Cecilia Sarkozy alors chef du cabinet de son mari aurait quitté Nicolas Sarkozy.

Le 27 mai, invité à une émission de France 3 (*On ne peut pas plaire à tout le monde*) présentée par Marc-Olivier Fogiel, Nicolas Sarkozy avait donné son accord pour répondre à la rumeur : « *Allez-y, faites votre joli métier, posez-moi la question.* », il commentera alors « *La vérité est très simple : comme des millions de familles, la mienne a connu des difficultés. Ces difficultés nous sommes en train de les surmonter.* »

Début juin, Cecilia perd la fonction de chef du cabinet de son mari. Les mois passent, Nicolas apparaît dans la presse en vacances avec son fils mais sans son épouse.

Le 25 août 2005, *Paris Match* relance alors l'intérêt pour cette affaire en publiant en Une, des photos de Cecilia avec son nouveau compagnon, Richard Attias.

En octobre 2005, c'est au tour de Nicolas Sarkozy et de sa nouvelle compagne, une journaliste du *Figaro*, Anne Fulda, d'être exposés aux flashes.

C'est une polémique, celle de la publication censurée d'une biographie de Cecilia Sarkozy « *Entre le cœur et la raison* », qui permet au couple Sarkozy d'être une nouvelle fois sous les feux des projecteurs. En effet, si *Le Canard Enchaîné* (édition du 16/11/2005) accuse Nicolas Sarkozy de censurer les écrits de sa femme en tant qu'il aurait menacé l'éditeur de foudres judiciaires, c'est *Le Parisien* le lendemain qui révèle que cette censure de la part du ministre de l'intérieur serait née d'un appel au secours de Cecilia afin que ce livre ne paraisse pas : « *Je ne souhaite pas que ma vie privée soit médiatisée* », un appel au secours qui interroge à la fois, les médias sur l'avenir du couple et sur la solidité du lien qui les unit mais aussi, une censure de la part du ministre de l'intérieur qui use de son pouvoir pour régler une affaire personnelle.

Nicolas Sarkozy, lors de ses vœux au conseil général des Hauts-de-Seine, début 2006, commente : « *La vie est la même pour tous, les difficultés sont les mêmes pour tout le monde, quand on se retrouve seul, le soir dans sa chambre* ». Pourtant plus loin, dans ce

même discours, il laisse entrevoir une réconciliation en précisant : « *C'est sans déplaisir que j'ai vu partir 2005. (...) Heureusement, tout rentre dans l'ordre.* »

Ce sont ces derniers faits qui sonnent le glas d'un traitement médiatique de la vie privée de Nicolas Sarkozy et de son épouse jusqu'à notre évènement début janvier 2006. Si l'évènement de la réconciliation commence le 02/01/2006 avec le retour de Cécilia place Beauvau. Son traitement médiatique ne commencera que le 11/01/2006 dans la presse écrite française. Entre ces deux dates, plusieurs faits ont permis aux journalistes d'être certain de la réconciliation. En effet, ils ont constaté le 04/01/2006, que Nicolas Sarkozy, lors de ses vœux télévisés, avait ostensiblement remis son alliance. Le 10/01/2006, Nicolas et Cécilia Sarkozy sont aperçus ensemble dans un restaurant parisien. C'est alors que la presse s'empare de l'évènement. Enfin, le dernier fait réside en l'interview de Patrick Balkany qui confirme le retour de Cécilia, interview accordée au Parisien et publiée le 11/01/2006.

La sélection du corpus nous a posé quelques problèmes de délimitation par rapport à ce dernier fait. En effet, certains articles traitaient plus directement de l'interview de Patrick Balkany et des conséquences que cela allait avoir. J'ai fait le choix de ne pas les sélectionner du fait que la réconciliation n'apparaissait pas ici comme le principal sujet mais simplement comme le fond de l'interview.

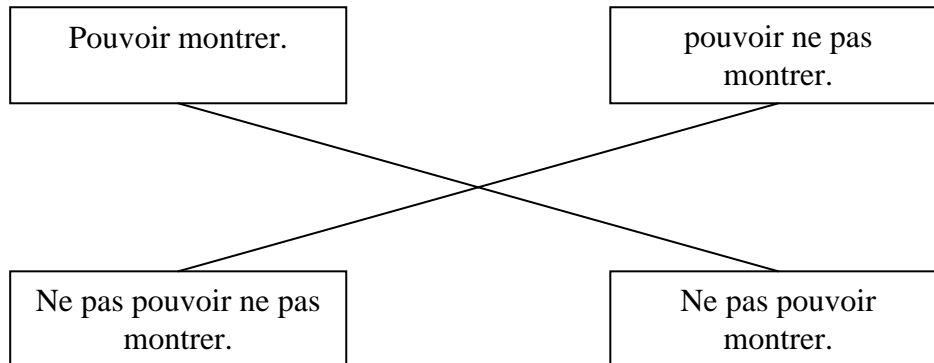
4. Grille d'analyse.

Parce que ce mémoire s'étale dans un temps court, parce que ce mémoire est le commencement d'une recherche, j'ai choisi de traiter d'un évènement, un cas. Il est important de préciser, à ce stade de l'écrit et avant de s'introduire plus encore dans l'analyse de cas, que penser un évènement d'ordre privé nous interdit de pousser nos résultats à la généralisation abusive. En effet, nous n'interrogeons dans ce mémoire que le cas d'une médiatisation d'un évènement privé. De plus, il est clair que Nicolas Sarkozy s'inscrit dans un système de communication poussé, ce qui n'est pas forcément le cas de tous les hommes politiques actuels. Pourtant, ce qui est en jeu ici n'est pas de comprendre comment à partir du traitement médiatique de sa réconciliation avec Cécilia Sarkozy, une nouvelle image de Nicolas Sarkozy est construite pas les médias mais d'appréhender en quoi la mobilisation de la vie privée des hommes médiatiques dans les médias contribue à modifier leur ethos et joue un rôle de plus en plus fort dans la construction de leur image

politique. L'analyse de cet évènement intervient alors comme un exemple dans le traitement médiatique et non comme le modèle typique.

Dans les premières lectures des articles, une performance principale ressort évidente de certains articles, puis révisée et réajustée, elle a pris sens dans l'ensemble des articles présents dans le corpus. C'est autour de la médiatisation que semble se nouer la transformation dont les narrateurs rendent compte. En effet, nous nous trouvons dans une présentation de l'évènement. La médiatisation figure comme l'épreuve principale et sert de support à l'information qu'est la réconciliation. Ainsi la réconciliation est l'évènement que l'on croit voir exposé mais pourtant la performance réelle dans ce schéma narratif est la médiatisation de la réconciliation et, plus loin, de la vie privée.

Face à ces premiers constats, un carré sémiotique se construit et permet de comprendre le système de valeurs dans lequel se place les narrateurs et leurs narrations. Il est important de préciser que ce carré sémiotique ainsi que la définition de la performance, ne sont pas nés des premières lectures mais d'un réajustement lors des différentes analyses. Il vous est, ici, présenté dans sa forme finale.



C'est à partir de ces deux figures narratives communes aux différents articles que vont être étudiées les différentes narrations et finalement la sanction quant à la performance. Les distinctions, qui expliquent alors les différentes approches, résident principalement dans les indicateurs présentés ci-dessous et qui nous permettront de saisir le schéma narratif de chaque journal et plus loin de comprendre les postures éditoriales.

Si la performance est commune aux diverses narrations, les principales différences résident dans la mobilisation des agents et dans l'attribution des rôles que ceux-ci ont dans le schéma narratif. Le statut des sujets et les types de modalités qui les caractérisent nous

permettront alors de présenter les grandeurs figuratives déployées par les narrateurs à propos de ces sujets.

Qui sont les agents ? Quel mot le journaliste utilise-t-il pour parler des sujets et à quel imaginaire cela renvoie-t-il ?

- Monde civique ? Désignations par la fonction, l'adhésion.
- Monde de l'opinion ? Noms, prénoms.
- Monde domestique ? Statut familial (père, époux, etc.) ou état d'un lien interpersonnel (voisin, ami, etc.)

Qui est le destinataire de cette performance ?

- Comment le destinataire est-il désigné ? A quel monde cette désignation renvoie-t-elle ?
- La désignation du destinataire respecte-t-elle le monde dans lequel se place la performance ?

Qui sont les sujets et les adjuvants ?

- En quoi leur désignation aide-t-elle à comprendre la performance, la manipulation et la sanction ?
- Quel savoir-dire/pouvoir-dire leur attribue-t-on ?
- En quoi la citation aide-t-elle à légitimer/ prouver/ décrire la performance, la manipulation et la sanction ?

Les figures narratives des sujets.

- A quelle figure renvoie l'articulation entre les différents acteurs et leur rôle dévoilé dans l'analyse narrative ?
- En quoi la figure de l'homme politique en question construite dans le traitement médiatique de sa vie privée tend à dévoiler une modification de son image ?

Conclusion : Digression sur la Méthode.

Rendre compte d'une méthode dans un écrit, c'est lui donner une temporalité dans sa construction. Cependant, la méthode naît de son interaction avec l'objet. Je viens de décrire une méthode d'analyse, des considérations qui semblent se placer en introduction de cette étude sur la médiatisation de la vie privée des hommes politiques. Pourtant, c'est dans la confusion que cet objet et sa méthode doivent se comprendre.

« *Objet et méthode sont en interaction constante (...). L'interaction signifie que la méthode ne vient ni avant ni après, mais qu'elle est toujours là, plus ou moins, dans une recherche. La méthode ne vient pas avant. Comme l'a bien vu Spinoza. Elle ne saurait pas plus que l'objet (et sa science) être défini a priori, avant les opérations de recherches. Mais on ne saurait dire, à l'opposé, comme le fait Nietzsche (cité par Morin) que « la méthode vient après ». Du moins si cela signifie qu'elle arrive quand tout est fini pour formaliser les procédures de recherche. La méthode comme l'objet n'est ni avant ni après ! Toujours présente, elle est en rapport permanent d'action réciproque avec l'objet (et le sens) de la Science »⁴⁰*

La question de la méthode a été largement étudiée au fil des années et des courants de pensées. Penser la méthode revient à s'interroger sur la scientificité des recherches. En somme, ce qui est en cause dans ce débat, c'est l'idée d'une connaissance scientifique. La méthode est constituée de l'ensemble des opérations intellectuelles par lesquelles une discipline cherche à atteindre les vérités qu'elle poursuit. . Etudier la place et le rôle de la méthode dans le travail de recherche en sciences sociales ne revient pas à définir les différentes méthodes élaborées. Chaque méthode a ses limites de validité. Les méthodes sont liées à des points de vue, des courants de pensées, une façon de construire l'objet. Ce qui nous importe dans cet écrit est de comprendre ce qu'est la Méthode et comment elle s'opère dans les processus de recherches en sciences sociales.

« *Objet et méthode sont en interaction constante (...). L'interaction signifie que la méthode ne vient ni avant ni après, mais qu'elle est toujours là, plus ou moins, dans une recherche. »* La méthodologie est à la fois une logique et une heuristique. La méthodologie doit rendre compte non seulement des produits de l'investigation scientifique mais surtout de son processus lui-même. La spécification de l'objet de recherche et son opérationnalisation sont indissociables de la méthode.

« *La méthode ne vient pas avant. Comme l'a bien vu Spinoza. Elle ne saurait pas plus que l'objet (et sa science) être défini a priori, avant les opérations de recherches. »*

Une problématique à validité scientifique ne peut naître du réel par elle-même. C'est dans son interaction avec la méthode que l'objet prend sens. Par la même, la méthode ne peut

⁴⁰ LEDRUT, R. « Méthode ou méthodes », *Cahiers internationaux de sociologie*, Vol. LXXI, 1981.

exister a priori. La méthode est une construction opérée par un constant aller-retour entre l'objet et les opérations intellectuelles. La méthode a besoin de la constitution d'hypothèses, ces hypothèses ne peuvent être entièrement détachées de l'objet même. Construire des hypothèses, élaborer des modes d'investigation et des techniques d'enquêtes est impossible sans une constante interaction entre la méthode et l'objet.

« Mais on ne saurait dire, à l'opposé, comme le fait Nietzsche (cité par Morin) que « la méthode vient après ». Du moins si cela signifie qu'elle arrive quand tout est fini pour formaliser les procédures de recherche. »

La méthode est une logique de découverte, elle est un processus de construction de l'objet. Nous pouvons schématiser ce processus de construction de l'objet en trois étapes. L'objet réel est le premier point, il n'a aucun sens tant qu'il n'a pas été saisi par un individu. L'objet perçu est donc la deuxième étape de ce processus. L'objet perçu est celui qui donne sens sous forme d'image. L'objet perçu apparaît comme réel pourtant il n'est pas la réalité, il est fruit d'un champ d'expérience. La troisième étape de ce processus est l'objet de connaissance. L'objet de connaissance est une traduction spécifique, conceptuelle, il est construit par des méthodes explicites.⁴¹ L'objet scientifique est objet de connaissance. « Tout objet proprement scientifique est sciemment et méthodologiquement construit »⁴² L'objet ne vient donc pas avant la méthode.

« La méthode comme l'objet n'est ni avant ni après ! Toujours présente, elle est en rapport permanent d'action réciproque avec l'objet (et le sens) de la Science » Comme nous venons de le montrer, l'objet et la méthode sont en interaction constante et constitue le processus de recherche scientifique. Ils sont interdépendants, ils ne peuvent exister l'un sans l'autre. L'un ne préexiste donc pas à l'autre. « *L'épistémologie contemporaine ne connaît ni les sciences inductives ni les sciences déductives* »⁴³.

⁴¹ DE BRUYNE, P. HERMAN, J. et DE SCHOUTHEETE, M. *Dynamique de la recherche en sciences sociales*. Paris. PUF. Coll. SUP. 1974.

⁴² BOURDIEU, P. CHAMBOREDON J.-C. et PASSERON J.-C. *Le métier de sociologue*. Paris. Mouton-Bordas. 1968.

⁴³ CANGUILHEM, G. « Leçon de sociologie », dans BOURDIEU, P. (dir.) *Le métier de sociologue*. Paris. Mouton-Bordas. 1968.

3 MONDE CIVIQUE, MONDE DE L'OPINION ET MONDE DOMESTIQUE : COMPRENDRE LA CONFUSION DES GENRES.

1. Des pratiques médiatiques dans la profession politique.

« Un homme qui sait la cour est maître de son geste, de ses yeux et de son visage. Il est profond, impénétrable, il dissimule les mauvais offices, sourit à ses ennemis, contraint son humeur, déguise ses passions, dément son cœur, parle, agit contre ses sentiments (...) Dans cent ans, le monde subsistera encore en son entier : ce sera la même théâtre et les mêmes décorations ; ce ne seront plus les mêmes acteurs. »⁴⁴

La communication politique englobe *« l'étude du rôle de la communication dans la vie politique au sens large en intégrant aussi bien les médias que les sondages, le marketing politique et la publicité avec un intérêt particulier pour les périodes électorales. Cette définition large insiste sur le processus d'échange des discours politiques, entre un nombre de plus en plus grand d'acteurs politiques, avec l'idée implicite que progressivement l'essentiel de la politique moderne s'organise autour de la communication politique au travers du rôle des médias et des sondages »⁴⁵.*

Ce que nous retiendrons de la définition de Dominique Wolton est que nous assistons depuis quelques décennies à une professionnalisation des hommes politiques en matière de communication, de publicité et de marketing. Avant d'aller plus loin dans l'étude de cette définition, il est temps de s'arrêter quelques instants justement sur cette professionnalisation.

La politique est un métier qui prend existence à la fois dans le monde civique et dans le monde de l'opinion. L'homme politique en tant que représentant d'un parti tend à représenter un peuple autant par les idées que par les actions. Par cette fonction, l'homme politique se place dans le monde civique. Pourtant, l'activité du politique est indissociable d'une médiatisation, d'une reconnaissance par un public et finalement du monde de l'opinion. L'effet de la forte médiatisation des politiques et l'essor des médias de masse entraînent une forte visibilité du politique qui est, par là, contraint de s'adapter en se

⁴⁴ LA BRUYERE. *Les caractères ou les mœurs de ce siècle*. Paris. Garnier. 1828.

⁴⁵ WOLTON, D. « La communication politique : construction d'un modèle. », *Hermès* n°4. 1989.

professionnalisant⁴⁶. Par ailleurs, l'émergence des sondages d'opinion publique et leur prise d'importance en France ont contribué à plonger les hommes politiques plus que jamais dans le monde de l'opinion. Le mode d'expression du jugement est donc désormais double : le verdict du scrutin en période électorale et le jugement de l'opinion en période « normale ». En cela, nous comprenons finalement le deuxième aspect de la définition de la communication politique de Wolton, en tant qu'elle est avant tout un ajustement entre les médias et l'opinion publique et, bien sûr, les hommes politiques.

*« La société moderne est condamnée à gérer en même temps l'événement et les multiples relations croisées de l'opinion publique. Autrefois, on avait du temps et on gérait les problèmes les uns après les autres. Aujourd'hui il faut gérer simultanément plusieurs problèmes qui, en plus, interagissent les uns sur les autres (...) L'art de gouverner est beaucoup plus complexe. »*⁴⁷

La notion d'opinion revêt cinq caractéristiques⁴⁸. L'opinion n'est pas une donnée immédiate de l'activité humaine mais se place comme le résultat d'une interaction précise d'individus. Dans cette perspective, l'opinion est socialement construite⁴⁹ et dépend de la situation dans laquelle elle est mobilisée et interrogée : elle est construite sur un espace de conversation où se joue un ajustement mutuel de deux acteurs. L'opinion publique produit une image d'adhésion à des schèmes de pensées collectives plus ou moins inconscientes. L'individu interrogé répond plus en fonction de ce qu'il pense légitimé par la société qu'en fonction de sa propre opinion (qui est difficilement appréhendable en tant qu'elle est mêlée à ce qu'il pense légitime). *« La probabilité d'avoir une opinion sur toutes les questions supposant un savoir politique est assez comparable à la probabilité d'aller au musée. »*⁵⁰. Ce qu'il faut comprendre à cela est qu'à la question : « combien de fois allez-vous au musée dans l'année ? », les individus n'y allant jamais auront tendance à répondre une ou deux fois car la fréquentation des musées dans notre société est valorisée et légitimée, l'individu fera alors ce que Bourdieu désigne comme de l'hypercorrection ou inversement de l'hypocorrection dans le cas d'une pratique stigmatisée. Le sondage d'opinion publique fonctionne ainsi de la même façon, sur des questions où l'individu n'aura pas d'opinion, celui-ci répondra, jugeant qu'il est légitime d'avoir une opinion sur cette problématique

⁴⁶ RIEFFEL, R. « Du vedettariat médiatique », *Hermès* n°4. 1989.

⁴⁷ VEDRINE, H. *Télérama*. 15/11/1995.

⁴⁸ MEYNAUD, J. & DUCLOS, D. *Les sondages d'opinion*. Paris : La Découverte. 1985.

⁴⁹ BLONDIAUX, L. *La Fabrique de l'opinion : Une histoire sociale des sondages*. Paris. Seuil. 1998.

⁵⁰ BOURDIEU, P. *Questions de sociologie*. Paris. Les éditions de minuit. Coll. Documents. 1984.

(Ceci est un exemple de biais dans les sondages, d'autres existent parallèlement.). En outre, l'opinion publique est difficilement interrogeable exhaustivement car elle est trop fluide, trop changeante. Dans les situations de sondage, la personne interrogée ne peut échapper à l'interpellation qu'en refusant l'enquête, mais si cela n'est pas le cas, reste enfermée dans des grilles de lectures construites au préalable.

L'opinion publique, par ces différents aspects ne peut être appréhendée comme révélant littéralement l'opinion effective d'une population. Pourtant, son impact et sa mobilisation vont croissants depuis quelques décennies et ce, pour plusieurs raisons.

Pour le journaliste, elle figure comme une source d'informations, comme un ensemble de résultats qui constitue la charpente d'un article de fond. Pour l'homme politique et l'homme du gouvernement, elle lui fournit des informations et constitue un outil de propagande fort. Pour le grand public, elle permet de s'identifier ou non à la masse et de développer alors une opinion soit à contre-courant soit ajustée à celle de ses pairs, mais en tout état de cause une opinion construite sur celle des autres⁵¹.

Les scientifiques sont les seuls à réellement s'interroger sur l'authenticité de cette opinion publique et de tenter d'en saisir les raccourcis et finalement les écarts à la réalité. « *L'opinion publique n'existe pas.* »⁵². « *La représentativité statistique d'un sondage en milieu humain n'est jamais garantie.* »⁵³

Pourtant, malgré le fait qu'il comporte de nombreux biais, le sondage d'opinion publique est la technique la plus développée pour saisir les tendances des opinions individuelles en période non-électorale. Elle est un outil qui permet d'appréhender au plus près la réalité même si elle doit être pensée à travers ses biais.

Parallèlement, l'opinion publique est saisie par les trois types d'acteurs de la communication politique comme effective. Le théorème de Thomas nous permet alors d'appréhender que l'opinion publique existe, contrairement à ce que Bourdieu expliquait, dans le sens où « *Quand les hommes considèrent leurs situations comme réelles, elle sont réelles dans leurs conséquences.* »⁵⁴. L'impact des sondages d'opinion publique est saisissable dans la vie politique et dans différentes problématiques de la société contemporaine. L'opinion publique est un acteur de la communication politique au même titre que l'homme politique ou le journaliste. Elle existe en tant qu'elle agit et subit. Les sondages d'opinion publique figurent comme « *des critères d'évaluation qui, pour être inopérant en matière de compréhension de l'espace public, sont cependant mis en œuvre*

⁵¹ JACQUART, J. *Qui ? Quoi ? Comment ? Ou la pratique des sondages*. Paris. Ed. Eyrolles. 1988.

⁵² BOURDIEU, P. 1984. *Op. Cit.*

⁵³ JACQUART, J. 1988. *Op. Cit.*

⁵⁴ THOMAS, W. *The unadjusted Girl*. Boston: Little and Brown. 1923.

par nombre d'agents sociaux dans les situations de choix électoraux. »⁵⁵. L'opinion publique est l'instrument par lequel les citoyens interviennent en permanence dans le jeu politique et tend donc à modifier les rapports de forces et les équilibres internes au système politique mais, incite par là même, à la communication.⁵⁶

Nous avons vu dans la définition de la communication politique que le métier de politique subissait une évolution depuis quelques décennies et que nous assistions à une professionnalisation de cette activité, une professionnalisation en matière de communication, publicité et marketing.

Cette professionnalisation de la politique accroît la palette des compétences requises et demandent des investissements coûteux en matière de formation : le suivi de cursus scolaires prestigieux fournit des ressources désormais nécessaires au métier de politique. L'homme d'actions engagé s'efface au profit de l'intellectuel avec de fortes compétences médiatiques⁵⁷. Ce qui est à la fois cause et conséquence d'une professionnalisation du métier.

Restons une fois de plus dans le modèle théorique de Boltanski et Thévenot pour comprendre l'agir de l'homme politique. L'homme politique vise l'état de grandeur, c'est-à-dire qu'étant à la fois dans le monde civique et le monde de l'opinion, il tend à devenir représentant et connu. Il s'inscrit donc dans un collectif idéologique qui tend à porter des diagnostics sur les questions sociales et à proposer des solutions aux problèmes de la collectivité. Il est ici représentant d'un parti et d'un public spécifique et prétend à représenter un public réuni géographiquement ou socialement et non plus seulement idéologiquement. Parallèlement, il produit une mise en scène élaborée de son personnage qui passe par la « *maîtrise de pratiques variées de représentation de soi et de l'utilisation d'identité à géométrie variable*⁵⁸ »⁵⁹. « *Le succès d'un homme politique se mesure à sa notoriété, c'est-à-dire au nombre de ceux qui le connaissent.* »⁶⁰

Cotteret⁶¹ définit, dans ce sens, la vie politique française comme étant désormais réglée par deux légitimités : la légitimité électorale parfaitement constitutionnalisées qui confère l'autorité aux élus et impose l'obéissance aux électeurs et la légitimité cathodique qui

⁵⁵ LE GRIGNOU, B. & NEVEU, E. « Intimité publique : les dynamiques de la politique à la télévision. », *Revue française de sciences politiques*. Vol. 43. N° 6. 1993.

⁵⁶ KAVANAGH, D. « Les politiciens face aux médias », *Pouvoirs*. N°93. Avril 2000.

⁵⁷ LE GRIGNOU, B. & NEVEU, E. 1993. *Op. Cit.*

⁵⁸ On peut voir ici le rapprochement avec la notion d' « identité plurielle » de Bernard Lahire.

⁵⁹ LE GRIGNOU, B. & NEVEU, E. 1993. *Op. Cit.*

⁶⁰ PROST, A. 1999. *Op. Cit.*

⁶¹ COTTERET, J.-M. *Gouverner c'est paraître*. Paris. Quadrige. 2002.

confère aux plus apparents une autorité réelle ; cette double légitimité tend alors à modifier le rapport autorité/obéissance. En effet, il explique cette modification par le fait qu'une nouvelle loi n'est pas acceptée et appliquée bien qu'elle ait été votée du moment où elle n'a pas été expliquée. Il y a une nécessaire communication qui devient un nouveau support de pouvoir pour les plus apparents. Par ailleurs, en plus de cette visibilité inhérente et nécessaire à la légitimité politique, faire de la politique demande en soi une légitimité cathodique car ce n'est pas seulement « faire » mais c'est principalement « faire-savoir » ce que l'on fait et « faire-croire » qu'on le fait bien et que c'est bien.⁶²

L'homme politique s'inscrit donc dans différents mécanismes stratégiques. En tant qu'il apparaît comme un « communicateur », l'homme politique opère un mécanisme de médiatisation. Parallèlement, il se montre à la fois lui-même et porte-parole de son groupe, ce qui nous permet de penser les mécanismes d'individuation et d'identification. Mais par ailleurs, l'homme politique construit la réalité sur laquelle il se positionne et qui lui sert à s'ancrer dans le paysage idéologique, ce qui figure, ici, comme mécanisme de référentialisation⁶³. C'est à travers le discours politique que l'homme politique opère ces différents mécanismes, le discours politique que ce même auteur caractérise comme « *instrument d'action (...), outil de prescription et de valorisation (...) qui produit un effet de persuasion et d'adhésion.* »⁶⁴. Le discours politique et, plus loin la communication politique, s'organisent donc, dans le vocabulaire de Boltanski et Thévenot, autour des rapports de grandeur et des relations naturelles légitimées dans le monde civique et dans le monde de l'opinion.

Plus loin, nous pouvons appréhender la communication politique à travers une image communicationnelle. En d'autres termes, les hommes politiques cherchent à travers leur discours à convaincre en donnant une représentation d'eux-mêmes par différents instruments d'apparences et de faciès (habillement, attitude, etc.). En second lieu, la communication de l'homme politique s'organise autour d'une argumentation idéologique. Cette partie interroge l'homme politique comme membre d'un collectif idéologique et comme porteur de convictions, propositions, solutions sur les problèmes sociaux, économiques et politiques. Enfin le dernier élément de la communication politique est l'argumentation périphérique qui constitue « *l'ensemble des procédés discursifs de la communication politique qui se rapportent formellement à sa nature polémique.* »⁶⁵

⁶² KAVANAGH, D. 2000. *Op. Cit.*

⁶³ DORNA, A. « Les effets langagiers du discours politique. », *Hermès* n° 16. 1995.

⁶⁴ DORNA. 1995. *Op. Cit.*

⁶⁵ GAUTHIER, G. « L'argumentation périphérique dans la communication politique. Le cas de l'argument ad hominem », *Hermès* n° 16. 1995.

Le discours politique peut prendre place dans deux types de communications différentes: la communication à distance, c'est-à-dire celle d'une personne et de son public comme le meeting⁶⁶, et la communication médiatique en tant que c'est une communication sans contact physique. Or la communication médiatisée a partiellement remplacé la communication à distance entre les candidats et les citoyens.⁶⁷

Rappelons-nous, à ce stade de l'écrit, que la communication politique est fruit d'un ajustement constant entre trois types d'acteurs. Parce que l'homme politique vise à devenir représentant et connu, il vise à atteindre le public et donc par là l'opinion publique et ajuste, en conséquence, ses discours, comportements, attitudes en fonction du public. « *C'est à partir de ce type d'informations [le sondage d'opinion publique] que se développe le travail de remodelage des identités qui consiste alors à modifier les éléments les plus négatifs de l'image issue des sondages, tout en confortant ces points forts.* »⁶⁸

Après avoir appréhendé la communication politique du côté des hommes politiques et du côté de l'opinion publique, il nous faut désormais nous attacher à comprendre quels sont les enjeux de la communication politique du côté des médias.

Les politiciens ont besoin des médias pour atteindre l'électeur de la même manière que les médias ont besoin des politiciens pour atteindre l'auditeur/lecteur. Il y a interdépendance de ces deux acteurs pour atteindre leur cible : chacun détient quelque chose dont l'autre a besoin.⁶⁹

« *Dorénavant, l'ensemble des médias, y compris la presse écrite, vit au rythme de la télévision et de la concurrence* »⁷⁰. De la même façon, la communication politique a dû s'ajuster aux pratiques des médias de masse. Or les médias de masse existent depuis assez longtemps pour que les principaux acteurs aient acquis l'habileté de base pour s'en servir et s'en défendre, ce qui nous ramène à la professionnalisation des hommes politiques en matière de communication, publicité et marketing. Cette appropriation fut rapide parce que l'essor des médias de masse fût fulgurant. Parallèlement, le contexte concurrentiel a

⁶⁶ COTTERET, J-M. 2002. *Op. Cit.*

⁶⁷ NADEAU, R. & BASTIEN, F. « La communication électorale. » dans Gringras, A-M. (dir), *La communication politique : état des savoirs, enjeux et perspectives*, Sainte-Foy. Presses de l'Université du Québec. 2003

⁶⁸ LE GRIGNOU, B. & NEVEU, E. 1993. *Op. Cit.*

⁶⁹ KAVANAGH, D. 2000. *Op. Cit.*

⁷⁰ VEYRAT-MASSON, I. « Les stéréotypes nationaux et le rôle de la télévision », *Hermès* n°5/6.1990.

transformé les hommes politiques en entrepreneurs, obligés de séduire les électeurs à coup de médiatisation⁷¹.

Cette évolution a aussi eu des conséquences sur le métier de journaliste qui, face à la concurrence, à la privatisation, à l'usage des sondages, s'est autonomisé par rapport aux élus et s'est dirigé vers une posture plus réflexive⁷².

Finalement, les acteurs en amont et en aval des médias se sont adaptés à la pratique des médias de masse et à leurs exigences. Or, il a été longtemps considéré que l'apprentissage des médias était réservé aux autres lieux de pouvoir alors que les publics se sont eux aussi familiarisés avec ces instruments de communication. Ils ont adoptés une posture plus réflexive face à la manipulation et à l'utilisation des médias que peuvent faire les journalistes et les hommes publics.

En tant que fruit d'interactions entre les trois types d'acteurs qui la mobilisent et la font, la communication politique voit des évolutions naître d'ajustements et d'adaptations. L'une des évolutions les plus marquantes dans les pratiques médiatiques et communicationnelles de la politique, ces dernières décennies est ce que Demers désigne comme raccourcis.

En effet, à partir de résultats de sondages d'opinion publique et de résultats électoraux, il a été noté une faible motivation des électeurs pour acquérir par eux-mêmes les détails pour être parfaitement informés. De cela est née la pratique des raccourcis dans les pratiques médiatiques et communicationnelles. Demers identifie trois procédés jouant ainsi le jeu des raccourcis. En premier lieu, la personnalité des candidats est mise en avant. Puis, il désigne les différentes formes d'images qui relèvent du spectacle comme le dessin, la photographie, le graphique. Enfin, les formules chocs dans les titres, les réclames et les jeux de mots dans les slogans électoraux sont le troisième procédé mis à jour. Ces trois procédés visent à séduire plus qu'à convaincre et deviennent les arguments de ce qu'ils désignent comme un métadiscours⁷³.

Parallèlement, la présence des hommes politiques dans les médias s'est étendue à des programmes qui n'ont aucune prétention politique. L'homme politique déserte ainsi les émissions politiques et réserve ses discours pour ce que Neveu désigne comme l'« infotainment »⁷⁴.

⁷¹ DEMERS, F. « De certains raccourcis mass-médiatiques comme arguments politiques. », *Hermès* n° 16. 1995.

⁷² LE GRIGNOU, B. & NEVEU, E. 1993. *Op. Cit.*

⁷³ DEMERS, F. 1995. *Op. Cit.*

⁷⁴ NEVEU, E. « De l'art (et du coût) d'éviter la politique. La démocratie du talk show version française. », *Réseaux* n° 118. 2003

Il est temps désormais de reprendre ce que nous venons de dire, de le re-souder afin de la rattacher au raisonnement de cet écrit.

La communication politique s'organise autour de trois acteurs : les hommes politiques, l'opinion publique et les médias qui sont en constant ajustement en un flot continu descendant et ascendant d'informations et de contraintes. Le métier de politique oscille entre monde civique et monde de l'opinion. En tant que ce métier se professionnalise en matière de communication, publicité et marketing, sa communication comme ajustement entre les trois acteurs présents oscille elle aussi entre ces deux mondes.

Si nous nous plaçons du côté de l'homme politique, nous comprenons que le monde de l'opinion devient un point de passage obligé pour atteindre l'état de grandeur du monde civique. Un bon jugement de l'opinion devient une étape essentielle avant le verdict du scrutin. Pour que ce jugement soit bon, l'homme politique doit en passer par les médias pour atteindre le public. Il adopte alors les stratégies du monde de l'opinion qui deviennent un outil pour atteindre l'état de grandeur du monde civique.

Si nous nous plaçons du côté du public, nous comprenons que l'accès à l'information devient difficile et épuisant. Dans ce sens le public attend finalement l'homme politique dans un registre qui n'est pas a priori le sien mais dans lequel il s'insère par ajustement avec les volontés du public. Parallèlement, le public attend des médias une présentation de la politique dans un registre qui de la même façon ne semble pas à priori juste. Pourtant, cette volonté de raccourci n'est pas seulement inhérente au public mais vient aussi d'un ajustement à l'évolution de la pratique des médias dû à l'essor des médias de masse. Le public demande donc à l'homme politique et aux médias de lui présenter la politique par le rapport de grandeur et les relations naturelles du monde de l'opinion. En outre, l'investissement de l'homme politique qu'il sollicite n'est pas le renoncement au particularisme mais le renoncement au secret. Le public désire plus identifier qu'adhérer, du fait qu'avant l'adhésion aux idées d'un homme politique, il a besoin de l'identifier et de comprendre l'identité de cet homme.

Si nous nous plaçons du côté des médias, ils n'ont de place qu'au sein du monde de l'opinion dans lequel ils figurent comme « *les magistrats chargés de faire valoir la grandeur de renommée* »⁷⁵. En effet, ils n'ont pas d'existence dans le modèle pur du monde civique. Leur existence dans le système politique n'est due qu'au fait où celui-ci balance entre les deux mondes. Dans le monde de l'opinion, le public et les hommes politiques n'ont aucune relation directe, toutes leurs relations passent par l'intermédiaire média. C'est en période électorale, que l'homme politique rencontre le public devenu

⁷⁵ BOLTANSKI, L. & THEVENOT, L. 1991. *Op. Cit.*

électeur. Finalement, les médias sont un intermédiaire qui permet la rencontre entre les deux autres acteurs. Cet intermédiaire bien qu'inexistant dans le monde civique restera à la base de leur rencontre effective par le verdict du scrutin.

2. « *Ne pas mélanger vie privée et vie publique* » :

La fonction du politique est prise donc tout entière dans le principe de communication. La communication politique est une condition nécessaire à la reconnaissance et à la légitimation d'une figure qui aspire à la domination.⁷⁶ Or, la communication regroupe le monde de l'opinion et le monde civique. Parallèlement, l'évolution des supports médiatiques et l'élargissement « de ce qui peut être vu » tend à privatiser l'espace public. Nous nous trouvons donc face à un mélange des genres de plus en plus important et qui prend une nouvelle dimension ces dernières années avec la mobilisation de la vie privée des hommes politiques dans la presse écrite et particulièrement celle d'informations générales et d'opinion, espace qui avait jusque là échappé à ce type de mobilisation. En effet, comme le montrent plusieurs auteurs, il y avait une tendance en France à ne pas considérer la transparence comme une vertu publique⁷⁷. Bien que cette idée de la transparence tende de plus en plus à disparaître, elle subsiste théoriquement.

Les conseillers comme adjuvants : condamner le mélange des genres.

Trois journaux attribuent aux conseillers le même rôle et la même référence à une règle édictée par Nicolas Sarkozy : « *Plus de commentaires sur la vie privée.* » (*Libération*).

Les conseillers ne sont pas nommés car leur mobilisation est générale et désigne l'ensemble des conseillers de Nicolas Sarkozy. La règle donnée par Nicolas Sarkozy n'est pas le fruit d'une communication interpersonnelle entre deux personnes mais une instruction d'ampleur générale dirigée à l'ensemble de ses conseillers. Si les conseillers sont uniquement désignés par leur fonction et leur place dans le monde civique, c'est pour justifier l'interdiction de « *parler de Cécilia* » (*Le Monde*) eu égard à leurs statuts de sujets du monde civique. Parler de la réconciliation de Nicolas et Cécilia Sarkozy en tant que conseillers du ministre reviendrait alors à « *mélanger vie privée et vie publique* » (*Le Figaro*), principe même que Nicolas Sarkozy interdit.

La figure de cet agent, que sont les conseillers, doit donc être comprise comme un confident, une personne dont le savoir ne peut être publicisé. Cette impossibilité à être

⁷⁶ ARTUFEL, C. & DUROUX, M. *Nicolas Sarkozy et la communication*. Paris. Editions Pepper. 2006.

⁷⁷ CHAUVEAU, A. 2001. *Op. Cit.*

publicisé est due à leur mobilisation en tant que sujets du monde civique et uniquement du monde civique.

Ce qui est condamné avec la figure et le rôle des conseillers ce n'est pas le traitement de la vie privée de Nicolas Sarkozy mais le mélange des genres.

Les conseillers comme co-énonciateur : la parole rapportée.

Pourtant, *Le Monde* leur attribue tout de même un pouvoir-dire et un savoir-dire. Cependant, la parole citée de deux conseillers reste anonyme, anonymat justifié par l'interdiction de « *parler de Cécilia* » qui est mentionnée la ligne précédente par le narrateur. Ces deux citations restent vagues et générales sur la réconciliation de Nicolas et Cécilia Sarkozy. Ils énoncent un discours sur la vie privée de Nicolas Sarkozy. Les verbes introducteurs et les modalisateurs sous-tendent que ces énonciateurs ne sont pas dans leur droit de parler sur ce sujet. En effet, le narrateur avait précisé, la phrase précédant ces deux citations, que « *Nicolas Sarkozy a donné pour instruction à plusieurs de ses conseillers de ne pas parler de Cécilia.* ». Pourtant celui-ci restitue la parole de deux conseillers tout en nuancant leurs propos. Ces deux discours directs sont ainsi construits, de la même façon, sur deux caractéristiques : Faute de la part des conseillers en tant qu'ils parlent bien qu'ils n'en aient pas le droit et relativité d'un discours qui ne s'appuie que sur une prédiction. Ces deux points sont identifiables par l'anonymat des conseillers puis enfin dans la première citation par le verbe introducteur : « *se risque pourtant à parier l'un deux* » et dans la deuxième par le modalisateur « *prudent* » qui sous-tend à la fois prudence face à une parole « interdite » et prudence pour nuancer la prédiction, points qui permettent au narrateur de se distancer de cette intrusion dans la vie privée de Nicolas Sarkozy qu'il condamne.

Bien que le narrateur s'inscrive dans une posture niant la transparence comme vertu publique de par les informations privées qu'il expose, il continue à faire subsister cette résistance à une totale transparence par son allusion à ce mélange des genres et finalement en le sanctionnant.

Avant d'aller plus loin dans l'étude de ce corpus et dans les interrogations autour de la médiatisation de la vie privée des hommes politiques, il nous faut rattacher les notions de transparence et de secret afin d'en saisir les nuances et de comprendre que ce mélange des genres ne s'opère pas totalement, contrairement à ce que l'investissement du monde de l'opinion défini par Boltanski et Thévenot laisse à penser.

3. Vie privée et monde de l'opinion : Comprendre la confusion.

La question du secret.

Comment parler de secret et de médias alors que le propre du secret est d'échapper à l'espace de communication ?

Le sujet suppose des gens qui possède une information et ne la laissent pas connaître à d'autres. Le secret doit être connu au moins par un individu et caché à un autre.

« *Le secret peut se définir comme une information qui ne fait pas l'objet d'une diffusion dans l'espace public* »⁷⁸.

Le secret doit se comprendre dans et par le conflit⁷⁹, c'est-à-dire qu'il est une information dissimulée à quelqu'un dont on se protège et qui représente un concurrent ou une menace s'il connaissait cette information. Le secret puise son existence dans l'évaluation d'un risque si l'autre venait à le connaître. Comprendons donc le secret comme une information dont le contenu est connu par au moins un individu qui estime que sa connaissance par un autre individu constitue une menace ou un risque. Cependant, à cela s'ajoute une autre variable dans la définition de ce qu'est le secret : celle de la dissimulation. Celui qui détient le secret doit user de stratégies afin de garder le secret. Il se peut que l'existence même du secret soit inconnue des autres. Le silence suffit donc à perdurer le secret, cependant le sujet se place tout de même dans des stratégies d'abstention⁸⁰ telles que ne pas dire, ne pas trahir, ne pas laisser filtrer d'indices, etc. Le secret place donc l'individu qui le détient dans une communication contrainte.

Enfin, le secret est ce qui est séparé de l'espace de communication et ce qui sépare les individus dans ce même espace de communication.

Cette étude concerne la mobilisation dans l'espace public d'informations privées, peut-on parler pour autant de secret quant à ces informations privées ?

Comprendre le traitement médiatique de la vie privée des hommes politiques dans la presse écrite française et, plus particulièrement, dans la presse écrite dite sérieuse, c'est penser le rapprochement, s'il y a, entre presse d'informations et d'opinion et presse people. Or le propre de la presse people est d'être une presse du secret, dans le sens où elle est censée

⁷⁸ LAMIZET, B. « Sémiotique du secret », dans Wuillème, T. (dir.) *Autour des secrets*. Paris. L'Harmattan. 2004.

⁷⁹ HUYGHE, F-B. « Secret et conflit : De la ruse à l'infodominance », dans Wuillème, T. (dir.) *Autour des secrets*. Paris. L'Harmattan. 2004.

⁸⁰ HUYGHE, F-B. 2004. *Op. Cit.*

divulguer tous les aspects de la vie privée des gens célèbres y compris les plus cachés.⁸¹ Cependant, il émerge de cela une interrogation quant au dévoilement du secret. Parlons-nous de dévoilement du secret au sens où nous venons de le définir ou plutôt d'une mise au secret de faits qui ne le sont pas ?⁸²

Dans la première partie, nous avons montré qu'il y avait un effacement des frontières entre espace public et espace privé et ainsi, que face au nouvel agencement de l'espace privé dû à son exposition sur la scène publique, nous pouvons le comprendre comme relatif à ce qui relève de l'intime, c'est-à-dire ce qui relève du libre-arbitre. En effet, la publicisation de l'espace privé produit un effacement de l'espace géographique, l'espace domestique comme lieu identifiable a perdu sa valeur d'espace privé. En ce sens, l'espace privé devient une « *idée mouvante dont les limites sont tracées par chaque individu* »⁸³, c'est-à-dire une construction théorique subjective de ce qui ne peut être dit ou montré publiquement. Ce prisme de lecture nous permet donc d'appréhender l'espace privé comme ce que l'individu décide de ne pas exposer sur la place publique, comme ce que l'individu choisit de ne pas partager avec les autres individus. Cependant, pour que nous puissions le qualifier de secret, il faut que l'individu choisisse de garder éloignées de l'espace public certaines informations dans le sens où il considère que leurs connaissances par d'autres pourraient menacer sa dignité. Il use ainsi de stratégies de dissimulation pour que ce qui est secret le reste.

Boltanski et Thévenot présente le monde de l'opinion avec une formule d'investissement qu'est le renoncement au secret, en tant que les informations d'ordre privé et jugées comme devant le rester par les grands de ce monde sont exposées sur la scène publique. « *Pour être connu, il faut accepter de tout révéler sans rien cacher à son public* »⁸⁴. Boltanski et Thévenot parlent de renoncement au secret et pourtant, cette citation nous montre que cet investissement ne relève pas directement des préoccupations autour du secret. En effet, comme nous l'avons dit auparavant le secret est sujet à des stratégies de dissimulations car son dévoilement est imaginé comme une menace par le détenteur du secret. Or, penser que pour atteindre l'état de grandeur, le sujet accepte de renoncer au secret est contradictoire car on ne peut renoncer au secret ; le terme même de « secret » n'a plus de valeur dans le cadre d'une information qu'on accepte de dévoiler.

⁸¹ DAKHLIA, J. « Formes et secrets de la presse people : les faux reflets de l'authentique », dans Wuillème, T. (dir.) *Autour des secrets*. Paris. L'Harmattan. 2004.

⁸² Nous reviendrons sur les liens de la presse d'informations générales et d'opinion et de la presse people quant à la mobilisation de la vie privée des hommes politiques en fin de cet écrit.

⁸³ MEHL, D. 1996. *Op. Cit.*

⁸⁴ BOLTANSKI, L. & THEVENOT, L. 1991. *Op. Cit.*

Etre un homme public demande une plus grande transparence. Cependant, cela ne signifie pas que les hommes publics ne peuvent avoir de secrets pour le public. Ce qui varie profondément dans la question du secret entre la vedette et l'anonyme, c'est que la pression par rapport au secret est largement différente et que les stratégies de dissimulation et les risques appréhendés n'auront pas la même importance.

Ainsi, penser le secret nous a permis de poser une limite dans la typologie de Boltanski et Thévenot. La formule d'investissement dans le monde de l'opinion n'est pas le renoncement au secret mais une plus forte transparence ainsi que des stratégies de dissimulation plus importantes. La menace de révélation par autrui y est plus forte cependant le secret ne reste pas impossible et la vedette n'y renonce pas pour autant.

Le jeu des abstentions et des dissimulations.

Face à nos préoccupations précédentes, nous ne pouvons faire l'économie de tenter de rapprocher vie privée et secret afin de ne pas faire l'amalgame à partir de l'ambiguïté de termes qui sont difficile de définir positivement de par leur caractère non public.

Notre définition du secret montre par son caractère caché que l'homme public ne renonce pas strictement au secret mais simplement qu'il s'expose et est exposé à une plus forte mobilisation de ce qu'il aurait pu vouloir cacher et donc à une plus forte transparence. Cependant comment dire que les hommes publics ont renoncé au secret alors que l'essence même du secret est d'être une information dissimulée et qu'en tant que public il nous est impossible de savoir si celui-ci existe ou non. Appréhender, en tant que chercheur, la possibilité d'un homme public à avoir des secrets est impossible. Seul l'homme public détenteur de secrets a la capacité de le dire mais cela reviendrait à dévoiler une partie de son secret et donc à trahir une stratégie d'abstention inhérente au secret.

Penser le privé est-ce penser le secret ?

« En l'absence de toute définition positive de la vie privée, comment ne pas tenter de la définir par la négative ? La vie privée c'est tout ce qui n'est la vie publique des individus. »⁸⁵

Pouvons-nous penser que ce qui n'est pas public relève du secret et donc que le secret et le privé se confondent et ce plus particulièrement à l'aune de la publicisation de la vie privée où celle-ci tend à relever uniquement de l'intimité ?

A partir de la définition que nous avons faite du secret et de la vie privée, il apparaît que le secret et le privé bien qu'ils se recoupent sous certaines conditions restent foncièrement différent l'un de l'autre. En effet, le secret consiste en une information détenue par une

⁸⁵ BADINTER, R. *La morale internationale entre la politique et le droit*. Paris. Edition Tricorne. 2000.

personne cachée à une autre par crainte d'une menace en cas de dévoilement et protégée à l'aide de stratégie de dissimulation. Selon cette définition, un secret peut contenir un aspect de la vie privée. Cependant, nous ne pouvons faire l'amalgame entre vie privée et secret. La notion de secret protège nombre de biens autres que ceux d'une vie privée. Parallèlement, le contenu de la vie privée diffère en fonction de ce que l'individu s'est plus ou moins exposé à montrer. La vie privée est ce qui n'est pas exposé publiquement. Pourtant, elle n'est pas pour autant dissimulée à partir de stratégies et son dévoilement ne sera pas obligatoirement vécu comme une menace. Si la différence entre vie privée et secret reste très difficilement appréhendable, elle réside principalement dans la différenciation entre abstention et dissimulation, entre non-dit et caché. L'exemple de la photographie de la tragédienne Rachel⁸⁶ va nous permettre de mieux comprendre cette distinction. Ce qui était alors en jeu, ici, était la vie privée de la tragédienne exposée sur une image. Cet événement faisait face à la violation de la vie privée et non d'un secret en tant que l'information n'était pas dissimulée et plus encore était connue. L'atteinte relevait principalement de la publicisation d'une image privée et non d'une information que l'on essayait de dissimuler.

Les hommes publics et la nécessaire transparence.

Les effets de brouillages des médias peuvent se comprendre sous deux aspects : l'évolution des techniques et celle des supports symboliques qui ont étendu le spectre de « ce qui peut être vu »⁸⁷. La visibilité des hommes publics ou non et des événements s'est largement médiatisée et despatialisée, la libérant ainsi des contraintes de la co-présence physique, c'est à dire ce que Cotteret désignait comme la communication à distance⁸⁸.

Pour Prost, le public a toujours été désireux de connaître la vie privée des hommes publics. Cependant, il existait une barrière, abolie en certaines circonstances par les hommes publics. Notre époque tend, au contraire, à supprimer cette barrière. En effet soumis à l'audience et à la notoriété, les vedettes introduisent de plus en plus le public, par l'intermédiaire du journaliste, dans leur intimité. Parallèlement, les médias cultivent cette pratique de publicisation de l'espace privé. Le personnage de l'homme politique tend à suivre ce mouvement. Si avant, l'homme politique exposait un message politique lors de circonstances collectives et en des lieux publics. Il cible désormais l'essentiel de sa communication dans les médias où il se présente comme un candidat non plus avec un public à vaincre mais plutôt avec des individus à toucher. « *Les qualités privées qu'un*

⁸⁶ DUCREST, A. « Mon image est à moi et a un prix ! », *L'Histoire*. N°294. Janvier 2005.

⁸⁷ VOIROL, O. « Visibilité et invisibilité », *Réseaux*, Vol. 23, N° 129-130, 2005.

⁸⁸ COTTERET, J-M. 2002. *Op. Cit.*

homme public sait mettre en scène fondent sa crédibilité d'homme public»⁸⁹. Prost avait, dans ce sens, émis la prédiction de cette évolution dans son évocation du fait que le public n'est pas naïf et qu'il a conscience que ces informations empruntent un code privé qui reste toutefois public sous son travestissement. Cette lucidité « n'a pas fait disparaître la curiosité du public pour leur vie privée»⁹⁰.

Parallèlement, Denis Muzet explique que les idéologies ont été remplacées par des mythologies. Il considère que le public consomme du héros, des figures mythiques, des vedettes auxquelles il souhaite s'identifier. L'homme public devient alors un objet de consommation comme un autre. La vedette subit le phénomène d'identification, en tant que le public cherche à se retrouver en elle. Or, c'est dans sa vie privée que celui-ci trouve le plus de similarités.

Stratégie de communication de la part de l'homme public, demande du public, évolution des supports symboliques et des techniques des médias, la vie privée des vedettes est sans cesse mobilisée et exposée, volontairement ou non. La renommée impose donc à l'homme public un investissement, celui de la transparence⁹¹.

« Avec les journalistes, j'essaye d'être le plus réactif et le plus transparent possible. Quand on occupe un poste comme le mien (...) la communication de crise, c'est tous les jours. »⁹²

⁸⁹ PROST, A. 1999. *Op. Cit.*

⁹⁰ PROST, A. 1999. *Op. Cit.*

⁹¹ Nous reviendrons dans un prochain chapitre sur les exigences de la transparence.

⁹² Nicolas Sarkozy in ARTUFEL, C. & DUROUX, M. 2006. *Op. Cit.*

4 LES MEDIAS PAR LES MEDIAS : DES NARRATEURS ACTEURS ?

En étudiant des articles issus de la presse écrite française, nous nous plaçons dans l'univers des médias et donc directement dans le monde de l'opinion. Lire ou étudier un article issu de la presse nous met face à un narrateur qui traite d'un fait, d'un événement, d'un sujet. Dans le cas de la réconciliation de Cécilia et Nicolas Sarkozy, le journaliste nous présente cet événement à travers un mode d'expression commun à tout narrateur racontant une réalité : celui du jugement.

L'enjeu de cette recherche est de voir, à partir d'un événement a priori privé, comment les différents journaux le rendent visible, comment sa mise en scène s'organise et porte un jugement sur l'événement et légitime la présence du privé dans les journaux en tant qu'espace public.

L'événement de la réconciliation de Nicolas et Cecilia Sarkozy oscille entre monde civique de par la fonction et le statut de Nicolas Sarkozy, monde de l'opinion par leurs renommées et leurs mobilisations dans les médias français et enfin, monde domestique par la nature de l'événement et le lien interpersonnel qui les unit.

Les éléments mis à jour par Boltanski et Thévenot⁹³ vont nous permettre de saisir sous lequel de ces trois aspects l'événement est traité par le journal et plus loin, de comprendre la ligne éditoriale de ce journal face à cet événement. Ces éléments permettent de dévoiler la nature du monde dans lequel se meut l'étude du chercheur. Il est important de constater, avant d'aller plus loin dans l'analyse, qu'en tant que chercheur en sciences de l'information et de la communication préoccupé par le traitement médiatique et les médias d'ordre plus général, nous nous trouvons, avec la mobilisation de cette théorie des mondes, dans une mise en abîme du monde de l'opinion. En effet, étudier le traitement médiatique d'un événement nous place directement dans le monde de l'opinion par la nature même des médias. Le propos ici n'est pas de qualifier une réalité, réalité que nous prenons comme étant a priori prise dans le monde de l'opinion par son traitement médiatique, mais d'appréhender la construction d'un événement, sa désignation par la justification qu'en font les narrateurs dans un ou plusieurs de ces trois mondes jugés comme pertinents dans le cadre de cette enquête. Plus loin et enfin, le but de cet écrit est de prouver et de vérifier que

⁹³ BOLTANSKI, L. & THEVENOT, L. 1991. *Op. Cit.*

la classification d'un évènement a priori d'ordre privé par un journal dans cette typologie révélera une méthodologie valide et pertinente dans le traitement des faits privés des hommes politiques dans les médias dans le sens où cela révélera un jugement porté par le journal sur la réalité d'une vie privée médiatisée.

1. Patrick Balkany : cet adjuvant qui médiatise.

Patrick Balkany a joué un rôle dans la médiatisation de la réconciliation de Nicolas Sarkozy de par son interview dans *Le Parisien* (11/01/06) qui confirmait alors le retour de Cécilia sous le titre « *Ils ont toujours été inséparables* ».

D'un point de vue objectif, nous pouvons voir cette interview comme un facteur important dans la médiatisation de cet évènement. Trois journaux citent d'ailleurs les propos de Patrick Balkany dans leur article sur la réconciliation de Cécilia et Nicolas Sarkozy. Nous allons alors essayer de comprendre en quoi la présence de Patrick Balkany révèle la performance en place dans la narration et comment ces trois journaux présentent l'auteur de l'interview comme un adjuvant.

Présentation et désignation.

Patrick Balkany est cité par trois journaux différents : *Le Figaro*, *L'Humanité* et *Marianne*.

Dans ce corpus, j'ai sélectionné seuls les articles dont le propos était de traiter de la réconciliation de Cécilia et Nicolas Sarkozy. Plusieurs articles, dans *Le Monde*, *Le Canard Enchaîné* ou *Libération*, étaient consacrés au duo Sarkozy/Balkany sur les conséquences des confidences de Patrick Balkany au *Parisien* (11/01/06) sur le retour de Cécilia, ces articles n'ont pas été étudiés car ils ne traitaient pas directement du fait privé qui nous intéresse ici mais de l'interview d'un homme sur ce fait privé.

Patrick Balkany est désigné trois fois dans le monde civique : « *député UMP des Hauts-de-Seine (...) maire de Levallois* » (*Le Figaro*), « *député UMP et maire de Levallois-Perret* » (*L'Humanité*), « *Le député-maire de Levallois* » (*Marianne*) et trois fois dans le monde domestique : « *ami de longue date du ministre de l'intérieur et de sa femme* » (*Le Figaro*), « *un proche du couple* » (*Le Figaro*), « *ami de la famille* » (*L'Humanité* et *Marianne*). Parallèlement, chacun de ces journaux donnent son nom et son prénom et le placent ainsi dans le monde de l'opinion. Les trois journaux ont fait une présentation complète de Patrick Balkany en le nommant, le désignant par sa fonction et enfin par son lien à Nicolas et Cécilia Sarkozy.

La désignation de cet adjuvant par son nom le ramène dans le monde de l'opinion mais ne fait que le re-situer dans ce monde. En effet, c'est en tant qu'auteur de l'interview accordé au *Parisien* (11/01/06) sur le retour de Cécilia Sarkozy qu'il est devenu un agent de cet événement, désignable et reconnaissable par son nom. En rendant compte de son discours, les journaux identifient l'auteur et le considèrent.

Chaque journal précise que cet agent est un ami de la famille. En tant qu'ami, il connaît des informations d'ordre privé qui ne sont pas connues des journalistes et du public. La mobilisation du monde domestique tend donc ici à valider la parole et à légitimer son auteur.

Son discours est justifié par un savoir-dire inhérent à sa fonction de député-maire. Son attachement au parti de Nicolas Sarkozy accentue la légitimité de sa relation avec le sujet et souligne leur proximité. Par ailleurs, sa fonction et son engagement à un parti (*Le Figaro* et *L'Humanité*) renvoient Nicolas Sarkozy à sa propre fonction et à sa propre adhésion à l'UMP.

Patrick Balkany est mobilisé par les journaux par une triple désignation, comme à la fois dans le monde civique, le monde de l'opinion et le monde domestique. En effet, sa fonction et son adhésion influent sur les relations avec Nicolas Sarkozy et lui donnent par là même un savoir-dire. C'est grâce à ses deux caractéristiques inhérentes au monde civique que sa renommée prend naissance et le place donc dans le monde de l'opinion. Enfin, c'est une troisième variable qui lui donne pleine validité d'un discours sur la vie privée de Nicolas et Cécilia Sarkozy : son lien avec le couple dans le monde domestique légitime alors son savoir sur des informations privées. Cette triple désignation lui donne ainsi autorité à parler.

La place de la parole de Patrick Balkany.

Alors que *Le Figaro* restitue les propos de Patrick Balkany parus dans *Le Parisien* (11/02/2006), *Marianne* et *L'Humanité* le paraphrasent, se plaçant ainsi directement dans l'expression d'un jugement sur ce discours.

« Cécilia est bel et bien revenue place Beauvau. Elle est rentrée de New York le 2 janvier. Ce jour-là, Nicolas Sarkozy est allé la chercher au pied de l'avion, sur le tarmac. Richard Attias (NDLR : son ex-compagnon depuis sa rupture avec Nicolas Sarkozy, au mois de mai dernier) est resté dans l'avion. » (*Le Figaro*)

Le verbe introducteur utilisé (« raconte ») par *Le Figaro* ne se place pas dans l'expression d'un jugement mais indique simplement qu'il y a énonciation. La parole est restituée et neutralisée par le narrateur. Cette neutralité est soulignée quand, plus tard, le narrateur revient sur les propos de Patrick Balkany en les justifiant comme une officialisation d'une

information « déjà (...) confirmée loin des micros et des caméras ». Patrick Balkany apparaît ici comme un « porte-parole » qui médiatise une information déjà connue, ce qui lui donne enfin une légitimité et une validité. Ce choix du discours direct par *Le Figaro* tend à rendre authentique le discours cité, ainsi le narrateur se montre sérieux, neutre et objectif.

Les propos de Patrick Balkany sont aussi rapportés dans *L'Humanité* et *Marianne*. Cependant, les narrateurs inscrivent le discours de Balkany dans un style indirect. Cette restitution indirecte du discours est foncièrement engagée dans le mode du jugement. En effet, Les verbes d'énonciations délégitimisent le discours. Ainsi, *L'Humanité* introduit l'idée générale de ces propos avec des termes qui tendent à décrédibiliser l'énonciateur : « montait au créneau », « il se fendait d'une longue interview », « multipliant les supputations douteuses ». Patrick Balkany est alors accusé par le narrateur de *L'Humanité* d'émettre des conclusions et des jugements de valeurs trop hâtifs et irréfléchis. La deuxième partie de l'article nous présente donc le discours de Patrick Balkany comme étant peu fidèle à la réalité et présente son énonciateur comme bavard, irréfléchi et compatissant à l'excès. Par ailleurs, la première phrase de ce discours indirect nous l'annonce comme l'apogée du commérage sur la vie privée de cet homme politique : « Pourtant, on n'avait encore rien vu. »

Cependant, la conclusion de l'article : « Il aura fallu trois journalistes du Parisien –pas moins- dont le directeur de la rédaction, Dominique de Montvallou, pour permettre à Nicolas Sarkozy de mettre à mal l'éthique qui, faisant jusque là l'honneur de la France, refusait le mélange des genres entre vie privée et politique. » ne désigne pas ce « porte-parole » comme coupable de ce mélange privé/public, de cette intrusion de ragots dans un quotidien dit sérieux mais sous-tend que Nicolas Sarkozy était à la base de ce « mélange des genres », Patrick Balkany n'apparaît que comme le traducteur d'une « pseudo-réalité » exposée, comme adjuvant du sujet opérateur et non pas comme à l'origine de la performance en place dans cet article⁹⁴.

Bien que le journaliste de *Marianne* restitue de manière indirecte, comme l'a fait le narrateur de *L'Humanité*, l'interview accordée par Patrick Balkany dans *Le Parisien*, l'expression du jugement y figure très différente. En effet, le jugement n'y est pas exprimé par des verbes introducteurs ou mots désignant ce qui a été dit mais il s'inscrit dans l'ironie et la satire. « Belle histoire romantique. Nicolas bravant le froid d'un matin de janvier est allé, seul attendre Cécilia sur le tarmac (...) Pour conter cette merveilleuse histoire d'amour, le Parisien-Aujourd'hui en France s'est adressé à un poète doublé d'un ami de la

⁹⁴ Nous reviendrons plus tard sur ce schéma narratif.

famille (...) Il a vu Cécilia revenir chez elle, ou plus exactement dans les meubles de l'état, Place Beauvau, où le fiston a retrouvé son pyjama blanc (sic.) ». Le narrateur de *Marianne* parodie ainsi le discours de Patrick Balkany en l'inscrivant dans une mise en scène d'effets de fiction et d'effets de réel. Le discours rapporté de Patrick Balkany se donne à consommer comme un discours fictionnel⁹⁵, imitant le genre du roman d'amour voire même du conte de fée. La fiction prend alors le pas sur le réel et ridiculise autant le discours que le réel exposé. Par ailleurs, l'impact de cette imitation stylistique est amplifié par la désignation de Patrick Balkany comme « *poète* », désignation ironique qui tend cette fois-ci plus à ridiculiser le narrateur que le discours. Le narrateur fait entendre dans sa propre voix l'énonciation de Patrick Balkany, énonciation qu'il disqualifie en la parodiant.

L'Humanité, comme nous venons de le voir, a décrédibilisé le discours de Patrick Balkany, tandis qu'avec le maniement de l'ironie, le narrateur de *Marianne* tend à ridiculiser ses propos et par là même l'énonciateur. Décrédibilisation d'un côté, ridiculisation de l'autre, bien que différents, les jugements de chacun des narrateurs condamnent cette interview. Une question émerge alors de ce constat, question sur laquelle nous reviendrons par la suite : N'y a-t-il pas posture contradictoire de la part de ces deux journaux car en délégitimant le discours de Patrick Balkany, ils incitent leurs lecteurs ne pas y accorder d'intérêt et pourtant, ils lui consacrent un article⁹⁶ ?

De ces trois mobilisations de l'agent qu'est Patrick Balkany et de ses propos nous pouvons comprendre que, quelle que soit la posture adoptée, celui-ci figure comme adjuvant, c'est-à-dire comme un agent dont le rôle est d'aider à la performance, soit la médiatisation dans ce cas. Il est important de comprendre qu'il est simple adjuvant et qu'il n'est pas désigné par ces différents journaux comme le destinataire en tant qu'il n'est pas à l'origine de la transformation.

2. Quels destinataires de la narration médiatique de la vie privée des hommes politiques ?

Le destinataire est l'initiateur du programme à accomplir, le destinataire est celui à partir de qui s'effectuent la performance et la transformation. Dans le cadre de cette analyse de cas, nous sommes face à différents destinataires. En effet, nous ne devons pas perdre de vue que tous les articles que nous analysons sont des discours produits, la construction du

⁹⁵ CHARAUDEAU, P. *Eléments de sémiolinguistique. Théorie et Pratique*. Paris. Hachette. 1983.

⁹⁶ Nous reviendrons sur la posture contradictoire des journaux dans un prochain chapitre.

discours relève alors d'une posture et d'une interprétation. Dans la cas de la médiatisation de la vie privée d'un homme politique, les facteurs de cette médiatisation sont multiples et dépendants les uns des autres. Il est donc difficile de restituer objectivement l'origine de cette médiatisation. Cependant, il apparaît dans les articles étudiés que les différents auteurs attribuent une source à cette médiatisation. Le choix de l'origine de cette transformation relève d'un choix théorique et doit se comprendre comme une interprétation.

En étudiant la place des médias comme agent dans cet évènement, nous pourrons alors appréhender ce que chaque narrateur désigne comme étant à la base de la médiatisation.

Les médias sont désignés comme agents à cinq reprises *dans Libération, Le Monde, Le Figaro, Marianne et L'Humanité*.

Cette étude, comme nous l'avons dit précédemment, opère une mise en abîme du monde de l'opinion. La presse est omniprésente dans ce corpus en tant qu'elle est ce corpus. Cependant, ces cinq journaux se distinguent des autres dans le sens où les médias prennent place au cœur de leurs articles, ils se différencient parallèlement les uns des autres dans la manière de mobiliser les médias.

Libération, le Figaro et L'Humanité présentent les médias comme omniprésents dans la réconciliation de Nicolas et Cécilia Sarkozy. Les médias sont présents en tant qu'ils sont les témoins de cet évènement.

« Tout avait commencé lors d'une intervention télévisée de France 3 » (*Le Figaro*)

« Pour un ministre qui avait publiquement décrété à la TV » (*L'Humanité*)

« Nicolas Sarkozy avait juré (...) à la télévision » (*Libération*)

« Lors de son passage au journal télévisé de TF1 » (*Libération*)

« Les commentateurs politiques avisés notaient la réapparition de l'alliance (...) » (*L'Humanité*)

« Cécilia Sarkozy a déjeuner au restaurant l'Esplanade, un rendez-vous très prisé des journalistes » (*Le Figaro*)

« La scène se déroule à l'Esplanade (...) lieu de rendez-vous des journalistes » (*Libération*)

« La mise en scène mardi des retrouvailles (...) dans un restaurant médiatiquement branché (...) tournait à l'exhibition publique » (*L'Humanité*)

« Le temps d'être vu par le tout-Paris médiatique » (*Libération*)

Cependant, si les médias figurent dans ces trois journaux comme des témoins de l'évènement, le narrateur de chacun des articles interprète différemment cette présence. En effet, pour *Libération* et *L'Humanité* et ce, différemment du *Figaro*, les médias ne sont pas des simples témoins mais des témoins « forcés ». Le narrateur de *Libération* et celui de

L'Humanité montrent que l'évènement n'est pas découvert par les médias mais qu'il leur est présenté. Ce jugement est clairement explicite tout au long des deux articles et ce dès leurs commencements avec le titre de *Libération* : « *Cécilia et Nicolas Sarkozy exhibent leur réconciliation* » et son chapeau : « *Ils se sont montrés à la terrasse d'un restaurant très couru par les médias.* » et avec le titre de *L'Humanité* : « *La discrétion Sarkozy* »

Ainsi, pour *Le Figaro*, les médias sont simples témoins d'un évènement qu'il raconte. Pour *Libération* et *L'Humanité*, Nicolas et Cécilia Sarkozy leur donne à voir un évènement qu'il raconte. Pour le premier, il y a évènement qu'il présente, pour les deux autres journaux, il y a présentation de l'évènement qu'ils présentent en dénonçant la première présentation comme exhibition.

Si pour *Libération*, on doit cette exhibition à Nicolas et Cécilia Sarkozy, *L'Humanité* va plus loin encore dans sa dénonciation. Le narrateur pense l'interview de Patrick Balkany dans *Le Parisien* comme l'apogée de l'exhibition faite par ce couple et accuse alors trois journalistes du *Parisien* d'y avoir contribué. Il désigne alors ceux-ci comme les adjutants de la performance, ils ont aidé Nicolas Sarkozy à cette médiatisation que le narrateur sanctionne : « *Il aura fallu trois journalistes du Parisien –pas moins- dont le directeur de la rédaction, Dominique de Montvallan, pour permettre à Nicolas Sarkozy de mettre à mal l'éthique qui, faisant jusque là l'honneur de la France, refusait le mélange des genres entre vie privée et politique.* »

De manière très différente, *Le Monde* et *Marianne* mobilisent les médias comme un agent de cet évènement. Cependant, les médias ne sont plus témoins « forcés » ou non d'un évènement mais sont à la base de l'évènement et de sa médiatisation.

En effet, *Marianne* cite une seule fois les médias dans l'article : « *Elle revient !* » : « *Le Parisien-Aujourd'hui en France s'est adressé à un poète doublé d'un ami de la famille, Patrick Balkany (...)* ». *Le Parisien* est ici non pas témoin mais acteur en tant qu'il est montré comme l'instigateur de ce traitement médiatique d'un évènement d'ordre privé.

Le narrateur du *Monde* nous présente trois faits où les médias sont acteurs : le départ de Cécilia, le 20 mai 2005, la publication des photos de Cécilia Sarkozy et de son nouveau compagnon le 25 août 2005 par *Paris Match* et L'affaire de la biographie de Cécilia Sarkozy par Valérie Domain et les éditions First. A travers ces trois faits, le narrateur montre les médias comme coupables de la médiatisation et de l'évènementialisation des faits.

Si pour *Marianne*, les médias sont montrés comme destinataires de la médiatisation, cette identification est incarnée uniquement par *Le Parisien-Aujourd'hui en France*, tandis que pour *Le Monde* la désignation des médias investit différents types de presse. Sous la plume

du narrateur de *Marianne*, Patrick Balkany est déculpabilisé de cette intrusion dans la vie privée de Nicolas et Cécilia Sarkozy⁹⁷ : ce sont les médias comme étant à la base de cette médiatisation que le narrateur de *Marianne* sanctionne.

La monstration des médias comme destinateurs est beaucoup plus forte pour le narrateur du *Monde* de par la multiplicité de coupables désignés : *Paris-Match*, *Arnaud Lagardère*, *milieu politico-médiatique*, *Edition First*, *Valérie Domain*. Pourtant, le narrateur du *Monde* relativise à deux reprises cette accusation : « *obligeant le ministre de l'intérieur, qui avait médiatisé sa vie privée, à faire état...* » et « *M. Sarkozy découvrait tardivement les vertus de la discrétion* »

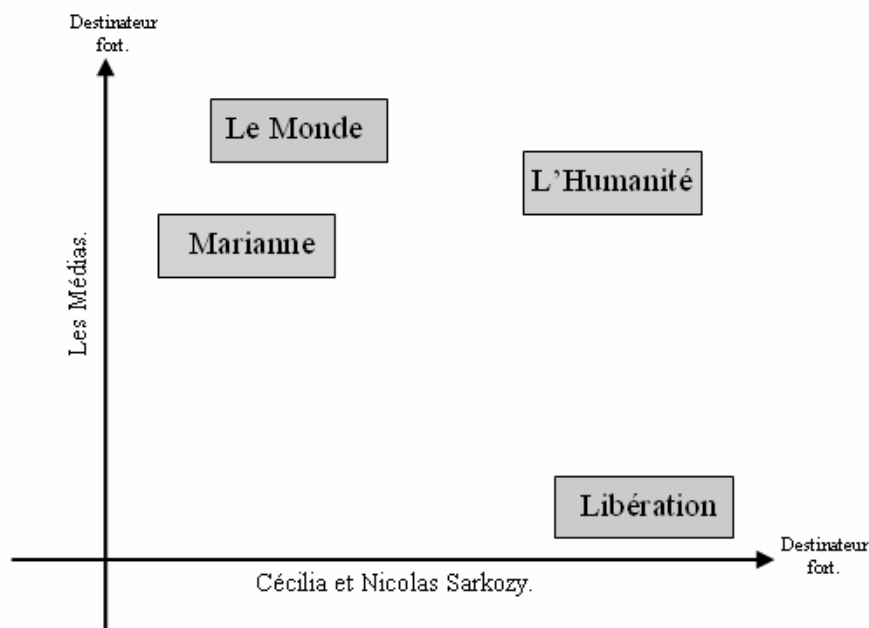


Figure 1: Quels destinateurs de la médiatisation de la réconciliation?

De ces derniers constats, nous pouvons comprendre alors la désignation du ou des destinateurs de la médiatisation et ainsi, positionner les journaux les uns par rapports aux autres. Cependant, deux interrogations subsistent : Comment comprendre le journal *Le Figaro* qui n'indique aucun destinateur ? Et plus loin, comment traiter de l'article issu de *Valeurs Actuelles* qui ne traite pas directement des médias comme agent de la performance ?

L'article de *Valeurs Actuelles* n'est pas directement consacré à la réconciliation de Nicolas et Cécilia Sarkozy. Seule une partie de l'article traite du retour de Cécilia. En effet, le sujet principal est l'arrivée croissante des femmes des politiques et des femmes politiques dans les médias et au pouvoir. Quatre femmes sont alors considérée : Ségolène

⁹⁷ Comme nous l'avons vu dans le chapitre précédent.

Royal, Mazarine Pingeot, Danielle Mitterrand (Période des dix ans de la disparition de François Mitterrand) et bien sûr Cécilia Sarkozy. La médiatisation est sous-entendue tout au long de l'article mais ne prend que peu de forme dans les mots : « *Ces dames (...) sont parties à l'assaut tous azimuts* », « *Autre triomphatrice d'une saga familiale, Mazarine Pingeot (...) était omniprésente pour les dix ans de sa disparition (...) répétant sur toutes les ondes (...)* », « *Danielle Mitterrand, toute vibrante encore sur le plateau de Michel Drucker* ». La performance est bien la médiatisation. Mais comment comprendre ce que le narrateur identifie comme étant à l'origine de la transformation ? Cécilia est désignée comme ayant déclenché l'événement de par son retour auprès de son mari : « *A commencer par Cécilia qui a reconquis de haute lutte le foyer conjugal.* ». Le narrateur de *Valeurs Actuelles* attribue ici une image passive à Nicolas Sarkozy qui n'est que strictement désigné comme « *son mari, alliance de nouveau à l'annulaire* » depuis son retour. Cécilia est donc montrée comme à l'origine de la réconciliation mais non pas comme à l'origine de la médiatisation. Il serait alors erroné de l'identifier comme le destinataire. Nous nous trouvons ainsi face aux mêmes interrogations que dans l'article du *Figaro*.

En effet, ni le narrateur du *Figaro*, ni celui de *Valeurs Actuelles* n'identifie un agent, une personne qui fait faire mais c'est l'événement en lui-même qui constitue le destinataire. Les médias se posent comme des témoins de l'événement qu'est la réconciliation, un événement qu'il raconte par la suite. La médiatisation de cet événement n'est attribuable qu'à l'événement qui en existant est médiatisable.

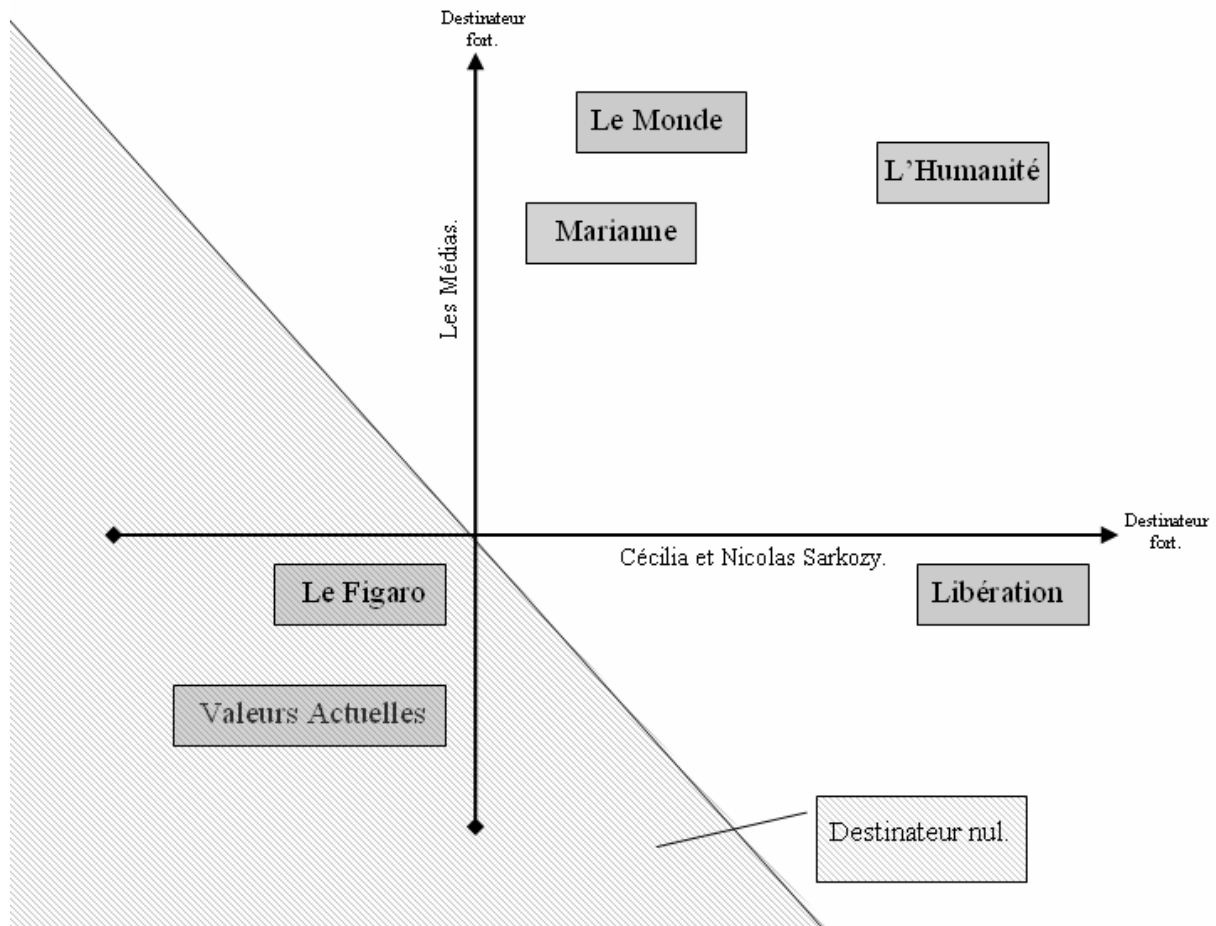


Figure 2: Quels destinateurs pour la médiatisation de la réconciliation ?

3. La posture contradictoire des journaux.

A partir de ce corpus et des différentes analyses que nous venons de restituer nous pouvons alors appréhender la posture des différents journaux quant au traitement médiatique de cet évènement d'ordre privé dans une presse dont ce n'est pas la prétention.

Avant d'aller plus loin dans cette perspective, il semble important à ce stade de l'écrit de reconstruire le schéma narratif des différents journaux.

A partir de ce que nous fournit Greimas⁹⁸, nous avons pu concevoir le discours du journaliste comme une narration constituée de quatre phases :

La manipulation est ce que nous pouvons désigner comme le contrat entre le destinateur et le sujet opérateur. Cette phase consiste en ce que le destinateur fait faire quelque chose (la performance) au sujet opérateur.

⁹⁸ GREIMAS, A-J. *Du sens II. Essais sémiotiques*. Paris. Le Seuil. 1983.

La compétence qui résulte au faire, c'est-à-dire à « l'acquisition de compétences virtuelles - vouloir-faire et devoir-faire - et des compétences actuelles – pouvoir-faire et savoir-faire – par le sujet opérateur. »⁹⁹

La performance relève de l'action autour de laquelle semble se nouer la transformation dont le récit rend compte.

La sanction implique que la performance accomplie est évaluée, c'est-à-dire sanctionnée par le narrateur.¹⁰⁰

Les articles issus de presse d'informations générales et d'opinion se réunissent autour de la même performance –la médiatisation de la vie privée d'un homme politique, ici Nicolas Sarkozy– mais se distinguent par l'attribution des rôles dans cette performance. Les destinataires varient, comme les sujets opérateurs et finalement les compétences et les sanctions.

Plaindre : *Le Monde*.

Pour le narrateur du *Monde*, ce sont les médias qui sont à l'origine de la médiatisation de la vie privée de Nicolas Sarkozy et qui le pousse ainsi à cette médiatisation. Nicolas Sarkozy est ici le sujet opérateur, celui qui fait mais ce sont les médias qui font faire.

Nicolas Sarkozy s'inscrit donc dans une action qui consiste en « ne pas pouvoir ne pas montrer sa vie privée ». Dans cette perspective, nous pouvons comprendre que les médias enlèvent à Nicolas Sarkozy la capacité de garder sa vie privée privée.

En indiquant la contrainte de Nicolas Sarkozy à médiatiser sa vie privée, le narrateur développe une victimisation de Nicolas Sarkozy. En effet, celui-ci y est présenté comme « victime » relative de la médiatisation de sa vie privée. En effet, Nicolas Sarkozy se voit obligé « à faire état de ses difficultés conjugales » et « conçoit une vive amertume à l'encontre du propriétaire de l'hebdomadaire (*Paris Match*) Arnaud Lagardère qu'il tient pour ami ».

Au prisme de cette analyse, nous pouvons comprendre que la dénonciation de la médiatisation de la vie privée de Nicolas Sarkozy tend à l'inscrire dans un statut de victime et révèle alors une approche contradictoire de la part du journal puisqu'en racontant l'évènement de la réconciliation, il ne tend qu'à accroître la « violence » faite à Nicolas Sarkozy, violence qu'il dénonce.

⁹⁹ GARCIN-MARROU, I. *Terrorisme, Médias et Démocratie*. Lyon. Presse Universitaire de Lyon. 2001.

¹⁰⁰ GARCIN-MARROU, I. 2001. *Op. Cit.*

Ridiculiser : *Marianne*.

Le narrateur de *Marianne* dévoile le même destinataire et le même sujet opérateur que *Le Monde*. Pourtant, c'est dans la compétence du sujet opérateur et dans la sanction du narrateur que la différence prend sens. En effet, le narrateur octroie la compétence à Nicolas Sarkozy de « pouvoir ne pas montrer » en dénonçant les propos de l'adjuvant Patrick Balkany et les propos de Nicolas Sarkozy lors de ses vœux au conseil général des Hauts-de-Seine.

Par ailleurs, la sanction que pose le journaliste de *Marianne* sur la médiatisation de la réconciliation par *Le Parisien* et son adjutant Patrick Balkany consiste essentiellement en une ridiculisation des propos, qui consiste à médiatiser cet évènement, par l'usage de l'ironie. Cependant, l'utilisation d'un style direct aurait permis au narrateur de se distancer des propos, ce qu'il ne fait pas. Ses mots et ceux de Balkany tendent alors à se confondre, c'est donc ses propres mots et la médiatisation qu'il fait de cet évènement qu'il ridiculise par là même.

Dénoncer : *L'Humanité* et *Libération*.

Libération dénonce la médiatisation de la vie privée de Nicolas Sarkozy comme étant le fruit d'un contrat forcé entre les destinataires, soit Nicolas et Cécilia Sarkozy, et les médias. Le narrateur dénonce une présentation de l'évènement par le couple. Nombreux sont les termes qui décrivent Nicolas et Cécilia Sarkozy comme à l'origine de la médiatisation : « exhibent », « se sont montrés », « c'est dans des lieux les plus fréquentés de Paris qu'il s'est montré », « le couple reste (...) le temps d'être vu du tout-Paris médiatique », « exhibition publique », « souhaitait visiblement être remarqué ». En ce sens, nous pouvons aborder le schéma narratif de *Libération* en tant que Nicolas et Cécilia Sarkozy font faire, les médias deviennent ici le sujet opérateur, le sujet du faire puisque l'évènement lui est présenté de façon visible. Le narrateur dénonce alors une « manipulation », une présentation d'évènement. Il apparaît clairement dans cet article que la thèse de l'exhibition, de l'exposition dénoncée, est largement centrale. Cependant, le narrateur nous présente aussi l'évènement privé à l'aide d'informations qui décrivent la relation conjugale de Nicolas et Cécilia Sarkozy et qui se placent dans un répertoire domestique.

L'Humanité, à l'instar de *Libération*, dénonce l'exhibition de Nicolas et Cécilia Sarkozy. Pourtant, il existe plusieurs différences entre ces deux journaux. En effet, le narrateur de *L'Humanité* ajoute à l'origine de la médiatisation les médias et nous met donc face à deux destinataires. Les médias ont un triple rôle dans ce schéma narratif, ils sont à la fois, destinataire, sujet opérateur et narrateur. La sanction qui prend place dans la dernière

phrase de l'article dénonce cette médiatisation comme une mise à mal de l'éthique mais opère une distinction entre le média destinataire et le média sujet opérateur. En effet, en plaçant le média destinataire dans le monde de l'opinion en le désignant par son nom et par le nom du directeur de rédaction, il met une distance entre les différents médias et se protège alors de cette accusation. Pourtant, à la manière de *Libération* celui-ci tend à adopter une posture contradictoire car la présentation de la réconciliation trouve place. La référence à Richard Attias comme « *amant* »¹⁰¹ dévoile des informations d'ordre privé dans un article qui dénonce justement ce mélange privé/public.

Le sujet opérateur qui est aussi le narrateur et donc celui qui porte la sanction sur la performance, dans ces deux journaux, se désigne avec une compétence de « pouvoir ne pas montrer » en refusant et dénonçant la médiatisation mais pourtant inscrit son discours dans une monstration évidente.

Ignorer : *Le Figaro* et *Valeurs Actuelles*.

Comme nous l'avons montré lors du chapitre précédent, le narrateur du *Figaro* et celui de *Valeurs Actuelles* identifient l'évènement comme le destinataire de la médiatisation. Les médias figurent ici comme le sujet du faire et Cécilia et Nicolas Sarkozy comme le sujet d'état, comme ceux pour qui la transformation s'opère. La compétence des médias, soit le sujet opérateur, consiste en « pouvoir montrer la vie privée ». Les narrateurs ne posent pas de sanction sur cette médiatisation qui est pourtant la transformation dont ils rendent compte dans leurs discours.

Etudier les différentes mobilisations des sujets dans les schémas narratifs nous a ainsi permis de comprendre les différentes postures éditoriales quand à la sanction et le jugement autour de la transformation, point commun à tous ces journaux. Comment considérer cette performance commune et l'ouvrir alors à des considérations plus larges quant au traitement médiatique de la vie privée d'un homme politique ?

4. Du scandale privé/politique à la question de la médiatisation de la vie privée.

Anne-Claude Ambroise-Rendu, dans son écrit « La mort de Félix Faure : autopsie d'un scandale. », montre que ce qui est en jeu dans la mobilisation médiatique de la vie privée,

¹⁰¹ Nous reviendrons par la suite sur cette référence et nous nous approprierons la signification de cette désignation.

c'est la manière dont les journaux construisent l'évènement et lui donnent une dimension politique. Le fait privé est orchestré en tant que scandale ce qui lui donne alors toute légitimité d'être traité dans la presse d'informations générales et d'opinion¹⁰².

Avant de rapprocher cela à nos considérations et à notre analyse de cas, nous allons tenter d'appréhender le cas décrit par Ambroise-Rendu, la notion de scandale et finalement ce que cela révèle quant au traitement médiatique.

Revenons premièrement sur la mort de Félix Faure et sur son traitement médiatique. Le 16 février 1899, Félix Faure décède alors qu'il était avec une femme. La presse s'interroge alors sur les circonstances de sa mort alors qu'il paraissait être en bonne santé et fait alors des allusions à la possibilité d'un empoisonnement ou d'une mort pendant un acte sexuel avec Marguerite Steinheil que l'on soupçonnait alors d'être sa favorite. Pourtant, c'est en mai 1908 que l'affaire devient véritablement un scandale. En effet, à cette date, Marguerite Steinheil est inculpée pour le meurtre de son mari et de sa belle-mère. Ce drame relance alors les rumeurs sur les circonstances de la mort de Félix Faure. Plusieurs journaux sous-entendent alors un assassinat en reliant les deux évènements. Le fait privé devient scandale politique. En effet, si la mort appartient au privé, le moindre doute sur son assimilation à une cause naturelle fait d'elle un évènement et devient donc objet de scandale parce qu'elle devient alors une affaire publique. La mort de Félix Faure en tant qu'elle ne serait pas naturelle aurait mis à mal sa politique, son parti et la vie de la nation. Ce n'est plus Félix Faure qui est mort mais le président de la république qui a été assassiné. Les médias, qui choisissent de traiter une nouvelle fois de la mort de Félix Faure, produisent un scandale pour légitimer leur traitement de ce soupçon. Ils transforment en scandale un objet privé afin de valider leur énonciation. L'engagement politique justifie le dépassement des limites que l'usage professionnel et même social insiste à respecter.

C'est dans cette même acception que Chauveau dévoile la presse française comme réticente à considérer la transparence comme une vertu publique. Le traitement médiatique de faits privés est généralement justifié sous couvert d'avoir une incidence directe sur les vertus publiques, sur la vie publique¹⁰³. Dans le cadre de notre étude, aucune allusion à une quelconque incidence dans le monde civique n'est évoquée par les narrateurs.

Pourtant, l'interview de Patrick Balkany parue dans *Le Parisien* (11/01/2006) permettait aux journaux d'adopter telle perspective. En effet, celui-ci déclarait que lors de la

¹⁰² AMBROISE-RENDU, A-C. « La mort de Félix Faure : autopsie d'un scandale. », dans Ruellan, D. *Presse à scandale, scandale de presse*. Paris. L'Harmattan. 2001.

¹⁰³ CHAUVEAU, A. 2001. *Op. Cit.*

séparation, Nicolas Sarkozy était « *désordonné, moins proche, plus irritable, submergé de boulot* », ce qui aurait pu être traité par certains narrateurs comme susceptible d'avoir un impact sur la vie publique. Or, cela n'a pas été le cas. Il semble donc que les narrateurs n'aient pas eu besoin de transformer ce fait privé en affaire publique pour justifier leur énonciation.

Si nous retournons quelques instants à nos préoccupations quant à la typologie des trois mondes, nous pouvons comprendre que, selon Ambroise-Rendu et Chauveau, la justification s'opérait dans un déplacement du monde privé au monde civique. Or dans le cadre de notre analyse de cas, nous pouvons constater que cette justification s'inscrit dans un déplacement du monde domestique au monde de l'opinion. La différence se place donc dans une justification non plus de l'évènement traité mais du traitement de l'évènement, en tant que la transformation repérée dans les différentes narrations s'organise autour de la médiatisation.

5 QUAND L'HOMME POLITIQUE EST MOBILISE A TRAVERS SA VIE PRIVEE.

« *La vie privée d'un personnage occupant des responsabilités peut être évoquée en cas de lien entre cette vie privée et des manquements graves au fonctionnement des institutions ou de l'utilisation de l'argent public ainsi que des abus de biens sociaux (...) Le Monde n'a pas d'ambition dans le domaine du ragot et du commérage. Chacun est libre dans le respect des lois de sa conduite, de son intimité, de ses convictions religieuses, de ses loisirs.* »¹⁰⁴

Comme nous venons de l'appréhender, Chauveau¹⁰⁵ montre qu'il y a une gêne des journaux français à aborder certains pans de la vie des politiques, de par une tendance en France à ne pas considérer la transparence comme une vertu publique, exception faite si la vie privée a une incidence sur la vie publique. Erreur de la part d'Antoine Chauveau ou évolution des valeurs, la réconciliation de Nicolas et Cécilia Sarkozy est traitée par la plupart des journaux d'informations générales et d'opinions français sans montrer le moindre impact dans le monde civique.

L'évènement concerne principalement deux personnes : Nicolas Sarkozy et son épouse, Cécilia Sarkozy, que nous concevons comme les sujets de l'évènement. C'est pour eux et sur eux que s'opère la transformation, c'est-à-dire la médiatisation. Notre propos, ici, est de comprendre comment les sujets sont mobilisés par les journaux dans le cadre de cet évènement et quelles images d'eux émergent alors de ce traitement médiatique d'aspects de leur vie privée

J'ai sélectionné sept articles issus de différents journaux français dits d'informations générales et d'opinion et trois types de désignations que j'ai jugé comme pertinents dans cette étude.

Lorsque les sujets sont appréhendés d'après leur statut marital, leur place dans une famille ou dans des relations de proximité (relations amicales, de voisinage, etc.), nous les jugeons comme désignés dans le monde domestique. En revanche, quand c'est à travers leur fonction, leur adhésion ou leur place dans un collectif politique, la désignation des sujets se

¹⁰⁴ LESOURNE, J. & FRAPPAT, B. in *Le Monde* du 13/02/1993

¹⁰⁵ CHAUVEAU, A. 2001. *Op. Cit.*

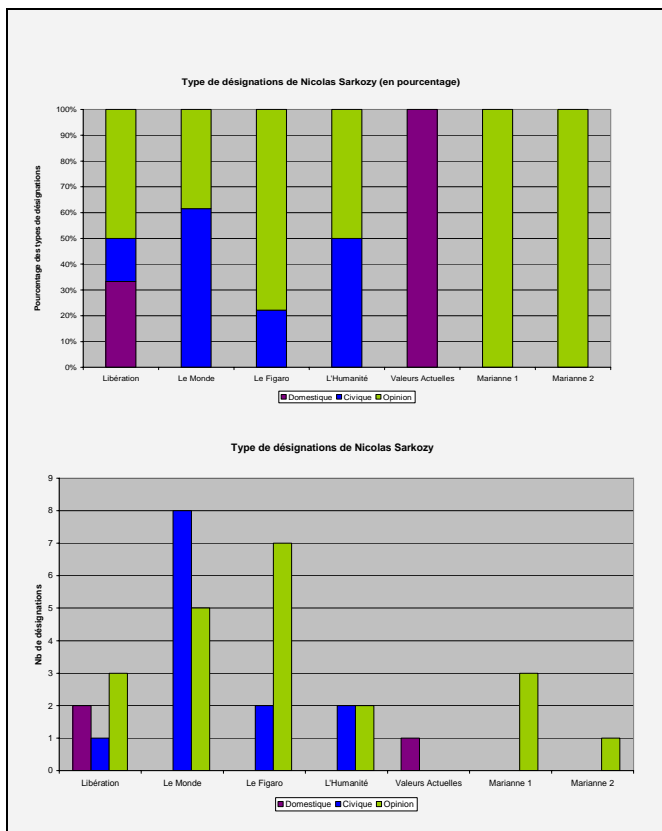
place dans le monde civique. Enfin, Boltanski et Thévenot montre que le répertoire des sujets doit être compris comme issu du monde de l'opinion en tant qu'ils sont renommés. C'est donc à travers leur nom et leurs prénoms que s'installe la désignation dans le monde de l'opinion.

A l'aide de graphiques, nous allons étudier comment chaque journal désigne les sujets et, plus tard, en quoi cela nous aide à comprendre le traitement médiatique d'un événement d'ordre privé dans des journaux dont ce n'est pas la prétention.

Dans la théorie des mondes de Boltanski et Thévenot, *l'état de grandeur* permet d'identifier ce qui est *grand* et ce qui est *petit*. C'est en fonction de l'accession à la *dignité* que l'individu devient *grand*. Comprendre les sujets en place dans cette étude nous amène à appréhender Nicolas Sarkozy comme la figure du grand, contrairement à Cécilia Sarkozy qui n'accède pas à un tel état de grandeur. En effet, au prisme du monde domestique, Nicolas Sarkozy se révèle comme la figure idéal-typique du *grand être* en tant qu'adulte, père, chef de famille, ascendant, etc. Parallèlement, dans le monde civique, il atteint l'état de grandeur en tant que représentant national d'un collectif politique et comme membre du gouvernement et donc, représentant des citoyens. Personne connue, réputée, il est identifié, reconnu et accède au statut de *grand être* dans le monde de l'opinion. Cécilia Sarkozy trouve une place élevée dans ces trois mondes. Cependant, son état de grandeur est moindre du fait de son statut de femme dans le monde domestique, du fait de sa renommée due à la réputation de son mari dans le monde de l'opinion et, enfin, de par sa fonction obtenue en dehors du verdict d'un scrutin, fonction perdue par ailleurs lors de sa séparation avec le président du parti. Il apparaît alors dans une considération abstraite de ces deux sujets que Nicolas Sarkozy par ses statuts et fonctions accèdent à un état de grandeur beaucoup plus important. Mais qu'en est-il dans les journaux et dans leurs traitements de la réconciliation de ces deux sujets ? C'est en considérant les termes qui permettent de les désigner dans les différents articles, en étudiant si une parole leur a été laissée et, enfin, sous quelles figures ils sont mobilisés, que nous chercherons à comprendre l'imaginaire auquel le narrateur les renvoie. De ces analyses, nous pourrons alors comprendre la thèse centrale du journal à propos de cet événement.

1. La désignation et le rôle de l'homme politique dans les articles.

Tableau 1: Les désignations de Nicolas Sarkozy.



Comme ces deux graphiques nous le montrent, seul le journal *Libération* fait apparaître Nicolas Sarkozy comme une figure issue des trois mondes. Il y est présenté comme étant à la fois, entre autres : « *Nicolas Sarkozy* », « *le numéro deux du gouvernement* » et « *mari* ». Les autres journaux ont fait le choix de ne mobiliser ce sujet que sous un ou deux registres. En quoi ces choix d'énonciation aident-ils à justifier une stratégie face au traitement d'un fait privé ?

Dans *Valeurs Actuelles*, Nicolas Sarkozy est strictement désigné comme « *son mari* », il se place uniquement dans le

monde domestique. Seule une parole lui est accordée mais il n'est pas le sujet du faire. Cécilia est justement le sujet de ce faire. Elle a reconquis le domicile conjugal. Nicolas Sarkozy apparaît passif et éprouvé.

Le narrateur du *Figaro* cite Nicolas Sarkozy à neuf reprises dont sept fois par son nom et deux fois par sa fonction. Pourtant, Nicolas Sarkozy n'est mobilisé dans un faire qu'à deux reprises : « *Nicolas Sarkozy est venu la chercher* » et « *Nicolas Sarkozy portait à nouveau son alliance* », faire strictement consacré au monde domestique. Par ailleurs, il est montré deux fois en tant qu'énonciateur : « *Nicolas Sarkozy a reconnu qu'il voyait cette année (...)* » et « *La nouvelle règle édictée par Nicolas Sarkozy.* ». Les cinq autres dénominations consistent principalement à indiquer un complément de nom. Les deux désignations dans le monde civique tendent à justifier le discours de Patrick Balkany « *Le maire de Levallois est un ami de longue date du ministre de l'intérieur* » et la présence de Cécilia Sarkozy lors de vœux, salle Gaveau : « *Cécilia Sarkozy sera-t-elle présente lors des vœux du président de l'UMP, aujourd'hui, salle Gaveau ?* ». *Le Figaro* accorde donc peu, si ce n'est pas, de faire à Nicolas Sarkozy, ce qui confirme alors qu'il n'est pas présenté par ce narrateur en tant que destinataire

ni même d'ailleurs comme sujet opérant, mais comme simple sujet d'état pour qui la transformation s'opère.

Nous pouvons identifier dans *Le Monde* treize désignations de Nicolas Sarkozy. Il est le sujet d'un verbe à sept reprises, pourtant seulement trois sont des verbes d'actions contre cinq pour un verbe d'état : « *M. Sarkozy passait une partie de ses vacances d'été seul avec son fils* », « "Comme de nombreux français (...)" *avait déclaré M. Sarkozy.* » et enfin, « *Le président de l'UMP a donné pour instruction à plusieurs de ses conseillers de ne pas parler de Cécilia* » Malgré une fréquente mobilisation de ce sujet, celui n'a que peu d'agir. Parallèlement le verbe d'action le plus fort est le dernier cité ; il consiste en la performance d'éviter la médiatisation, action très vite sanctionnée par le narrateur quand celui-ci introduit la parole de deux conseillers qui dérogent à la règle de confidentialité.

Quel que soit l'article issu de *Marianne*, Nicolas Sarkozy est désigné par son nom et/ou son prénom. Dans l'article : « *Elle revient !* », Nicolas Sarkozy est cité à trois reprises en tant que sujet agissant. Cependant, les trois actions sont prises dans le répertoire domestique : « *Nicolas, bravant le froid d'un matin de janvier, est allé, seul attendre Cécilia sur le tarmac* », « *Nicolas Sarkozy a invité Balkany à dîner.* » et « *Nicolas invitera bientôt les Ceccaldi-Raynaud ou même Christian Estrosi.* ». Parallèlement, par deux fois, Nicolas Sarkozy est uniquement désigné par son prénom, ce qui tend à amplifier le caractère domestique de son agir. Dans l'article : « *La chambre de Nicolas* », celui-ci est uniquement désigné comme énonciateur : sa parole rapportée l'inscrit une fois encore dans des considérations domestiques.

Dans *Libération*, Nicolas Sarkozy apparaît sous trois désignations. Par ailleurs, nous retrouvons celui-ci comme agissant à six reprises : « *Nicolas Sarkozy avait juré, en octobre à la télévision* », « *il garderait désormais discrète sa vie privée* », « *il s'est montré hier avec son épouse Cécilia* », « *le numéro deux du gouvernement débarque pour les rejoindre à l'heure du café* », « *lui-même vient de déjeuner (...) avec Nicolas Hulot* », « *Nicolas Sarkozy avait ostensiblement remis son alliance* ». Ses actions sont soit de l'ordre domestique, soit de l'ordre du monde de l'opinion. Pourtant, quand celles-ci apparaissent dans un répertoire domestique, on comprend par les termes utilisés qu'elles sont à la frontière avec le monde de l'opinion.

L'Humanité désigne Nicolas Sarkozy à quatre reprises, deux fois dans le monde civique et deux fois dans le monde de l'opinion. Il est un sujet de faire deux fois en tant qu'énonciateur : « *Pour un ministre qui avait publiquement décrété, en octobre à la TV, qu'il allait désormais adopter un profil discret* » et en tant que destinataire d'une performance : « *Il aura fallu trois journalistes du Parisien (...) pour permettre à Nicolas Sarkozy de mettre à mal l'éthique qui*

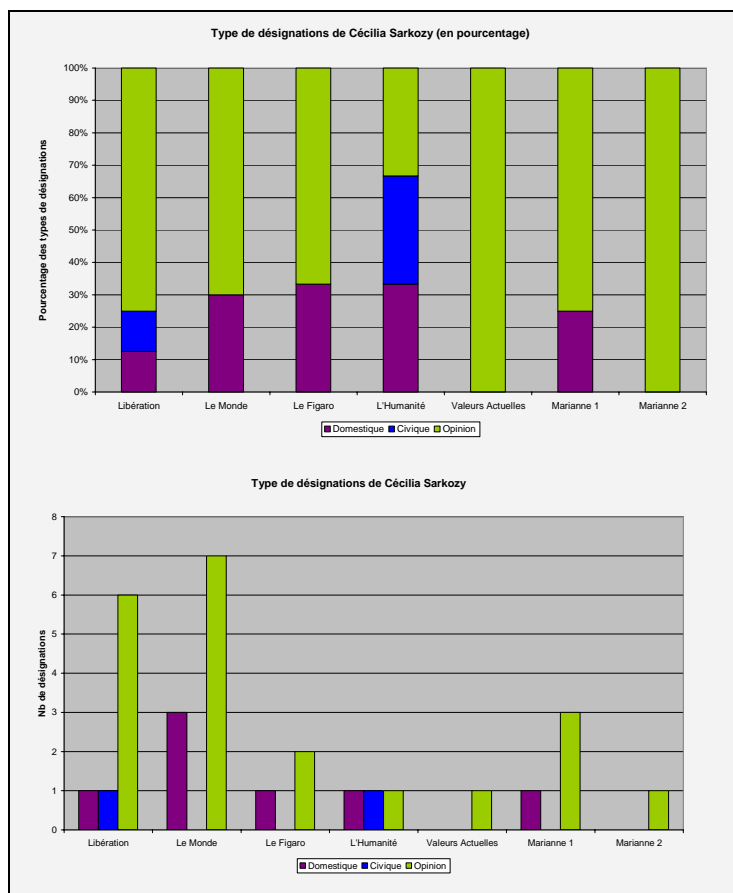
(...) *refusait le mélange des genres.* ». Nicolas Sarkozy figure donc à deux reprises comme un actant dans le monde de l'opinion. La performance est ici très explicite et son destinataire par là même.

De cette analyse de la mobilisation de l'agent Nicolas Sarkozy, nous pouvons appréhender, à travers ses désignations et les rôles qui lui sont attribués dans les différents journaux, sa place dans l'analyse narrative mise à jour. En effet, seuls *Libération* et *L'Humanité* lui octroient un faire, tandis que les autres journaux le dévoilent comme sujet d'état, c'est-à-dire sujet sur qui et pour qui s'opère la transformation. Ces dernières lignes viennent donc confirmer ce qui ressortait de l'analyse quant à la désignation du destinataire.

2. De la personnification à l'instrumentalisation de la famille.

La figure de la femme "pécheresse".

Tableau 2: Les désignations de Cécilia Sarkozy.



Valeurs Actuelles nous présente Cécilia Sarkozy par son prénom et son nom. Elle est le sujet principal de cet article en tant que celui-ci est consacré aux femmes de politiques et aux femmes politiques. Elle le sujet agissant, elle est à l'origine de l'évènement : « *A commencer par Cécilia Sarkozy qui a reconquis de haute lutte le foyer conjugal qu'elle avait quitté voici quelques mois* ». Le narrateur la présente comme celle détenant les clefs du foyer conjugal, celle qui quitte et celle qui revient. Cécilia est le personnage actif tandis que Nicolas Sarkozy est uniquement présenté comme « *son*

mari » et comme un sujet passif dans cet évènement privé.

Dans cette même acception, nous pouvons comprendre la mobilisation de Cécilia Sarkozy dans le journal *Le Figaro*. Elle y est désignée une seule fois dans le répertoire domestique,

désignation qui prend forme par ailleurs comme complément de nom et qui est alors accolé au nom de Nicolas Sarkozy. Les autres désignations se placent dans le monde de l'opinion, celles-ci sont alors utilisées pour confirmer son retour et surtout pour montrer que cette réconciliation advient de la volonté de Cécilia Sarkozy : « *le retour de Cécilia* », « *sa rupture avec Nicolas Sarkozy* », « *Cécilia Sarkozy sera-t-elle présente lors des vœux du président de l'UMP ?* »

Le narrateur du *Monde* présente Cécilia Sarkozy comme étant à la fois, dans le monde de l'opinion et à la fois, dans le monde domestique. Elle est sujet de quatre actions, deux du registre de l'agir : « *L'épouse du ministre est revenue vivre Place Beauvau* », « *Cécilia partageait son temps (...) avec son nouveau compagnon.* », et deux autres du registre du dire : « *Dans un court entretien au Parisien, Cécilia expliquait (...) : "Quand, j'ai su que le livre sortait, j'ai appelé Nicolas au secours".* », « *Elle confiait son souhait de revenir "sans conditions"* ». Cécilia Sarkozy apparaît ici comme sujet de faire, un faire du registre domestique.

Dans *Marianne*, l'article « *Elle revient !* » la désigne à cinq reprises comme agissant, désignations qui insistent toutes sur son retour et sur sa volonté de rester : « *Elle revient !* », « *Il a vu Cécilia revenir chez elle* », « *Pas de doute, Cécilia est bel et bien de retour.* », « *Elle n'a pas bronché.* », « *Une femme qui supporte la conversation de Patrick Balkany mérite d'être pardonnée.* ». Le narrateur montre donc, ici, comme dans les autres journaux qu'elle est le décideur et l'acteur dans ce couple exposé. Dans le second article « *La chambre de Nicolas* », le narrateur parle de Cécilia de manière implicite, désignation que l'on peut classer dans le monde de l'opinion car il fait appel à sa renommée : « *l'absence de qui vous savez* ». Cette désignation sous-tend à la fois que c'est elle qui s'en est allé et par là même la médiatisation de la vie privée de Nicolas Sarkozy et de sa femme désormais reconnue.

L'Humanité désigne Cécilia Sarkozy à trois reprises et chacune des désignations s'inscrit dans un des trois mondes. Le narrateur lui attribue une seule action, celle de l'exhibition : « *Où celle-ci s'était affichée avec son amant.* ». Par ailleurs, les deux autres dénominations consistent en des compléments de noms qui tendent à dévoiler une médiatisation de leur vie privée : « *La mise en scène des retrouvailles entre Nicolas Sarkozy et sa femme Cécilia.* », « *Les ragots allaient bon train sur la date du retour officiel de l'ex-chef de cabinet Place Beauvau.* »

Le narrateur de *Libération* dévoile Cécilia Sarkozy principalement dans le monde de l'opinion. Par ailleurs, il l'inscrit dans des actes essentiellement tournés vers l'exposition de sa vie privée : « *Cécilia Sarkozy, revenue de Miami en début de semaine dernière, y ["un restaurant (...), lieu de rendez-vous des journalistes"] déjeune avec une amie.* », « *Cécilia*

Sarkozy avait été photographiée avec le publicitaire ». Cette dernière citation relève d'un verbe d'action utilisé sous la forme passive. Cependant, cette forme tend à découvrir Cécilia Sarkozy comme à la base de cette action. Les verbes d'état quant à eux rapprochent Cécilia à sa fonction civique en tant que femme de politique et ancienne fonction de chef de cabinet : « *Cécilia étant chef de cabinet de son époux à l'UMP.* », « *Eventualité que Cécilia soit présente aux cotés de son mari (...)* Ils ne précisait pas si elle a l'intention de reprendre des fonctions officielles à ses cotés ». Nous ne pouvons pas faire l'économie de considérer ces deux dernières phrases dans l'articulation avec la désignation de Nicolas Sarkozy. En effet, les sujets doivent se penser dans l'articulation qu'il existe entre eux. Ici, alors que le narrateur mobilise Cécilia Sarkozy dans le monde civique, il rappelle sans cesse au lecteur qu'elle est là grâce à (ou à cause de) Nicolas Sarkozy désigné comme « *son époux* » puis « *son mari* ». Le lien conjugal est ici réinvesti afin de sanctionner les activités civiques de Cécilia de par sa qualité d'épouse.

Il est important de souligner que *L'Humanité* et *Libération* sont les deux seuls journaux à désigner Cécilia Sarkozy dans le monde civique. Puhl¹⁰⁶ montre qu'il y a une instrumentalisation des épouses de politiques et que le rôle d'épouse devient de plus en plus une profession par leur forte médiatisation. Elles deviennent garantes de l'image de leurs maris et contribuent à la construction médiatique de leurs renommées. En insistant sur son ancienne fonction de chef de cabinet, ces deux journaux sanctionnent la double professionnalisation de Cécilia. Ils juxtaposent des objets et sujets du répertoire domestiques à cette fonction inscrite dans le monde civique, ce qui leur permet de souligner l'« indignité » de cette attribution professionnelle par son caractère personnel en tant qu'elle s'oppose au principe supérieur commun du monde civique c'est-à-dire la prééminence des collectifs et le renoncement au particulier. Cela est d'ailleurs mis en lumière par les deux narrateurs quand ils précisent qu'elle a perdu sa fonction lors de sa rupture avec Nicolas Sarkozy. Le narrateur de *Libération* se demande si son retour dans le foyer conjugal ne va pas impliquer le fait qu'elle retrouve ses fonctions.

« *Si nous ne travaillions pas ensemble quand nous verrions-nous ?* »¹⁰⁷

De ces constats, il ressort une image de Cécilia Sarkozy quelque peu négative. Cécilia Sarkozy apparaît ici comme une femme "pécheresse" en tant qu'elle celle à l'origine des

¹⁰⁶ PUHL, A. *Les compagnes à la Une*. Lyon. Mémoire d'IEP. 2004

¹⁰⁷ Nicolas Sarkozy dans PFAADT, L. *Sarkozy décrypté de A à Z*. Paris. City Editions. 2006.

difficultés du couple, elle est présentée comme une femme active et agissante au sein du foyer qui partage l'ambition et la volonté d'exhibition de Nicolas Sarkozy.

Comprendre la distinction entre le traitement médiatique de Richard Attias et d'Anne Fulda.

Richard Attias est nommé dans *Libération*, *Le Monde*, *Le Figaro* et *L'Humanité*. Il y est désigné à quatre reprises dans le registre domestique : « *L'amant* » (*L'Humanité*) et « *le compagnon* » (*Libération*, *Le Monde*, *Le Figaro*). Le terme dévoilé par *L'Humanité* insiste sur un caractère plus sulfureux et plus de l'ordre privé que celui des autres journaux. Parallèlement, il est désigné deux fois dans le monde civique : « *Le publicitaire.* » (*Libération*, *Le Monde.*) et trois fois dans le monde de l'opinion : (Tous sauf *L'Humanité.*)

Dans deux journaux (*Libération*, *Le Monde*), sa présentation est complète : Il est désigné à la fois par son nom, sa fonction et enfin son statut privé par rapport au couple Sarkozy. Mais c'est par sa désignation dans le monde domestique que celui-ci est mobilisé dans les quatre journaux qui le citent. Trois le désignent alors comme le compagnon de Cecilia pendant sa séparation avec Nicolas Sarkozy. (*Libération*, *Le Monde* et *Le Figaro*). *L'Humanité* utilise un terme plus polémique en faisant de ce compagnon et de Cécilia des amants. Parallèlement, *L'Humanité* ne précise ni son nom ni sa fonction, son but n'étant pas de « diaboliser » cet homme mais au contraire Cecilia. En ne nommant pas Richard Attias, le narrateur délégitime la relation que Cécilia a eu avec lui et renforce le caractère adultère de cette relation.

Richard Attias est donc présent dans quatre journaux... Nicolas Sarkozy, durant la séparation avec Cécilia Sarkozy a partagé sa vie avec une autre femme. Pourtant une question émerge... Qui est-elle ? Aucun de ces journaux ne nous fournit le nom de cette personne, seul *Le Monde* la mentionne mais ne la désigne que par sa fonction. De par une précédente médiatisation de cette personne, nous savons qu'elle se nomme Anne Fulda. Mais comment comprendre cette différence de traitement entre les ex-conjoints de Nicolas et Cécilia Sarkozy ?

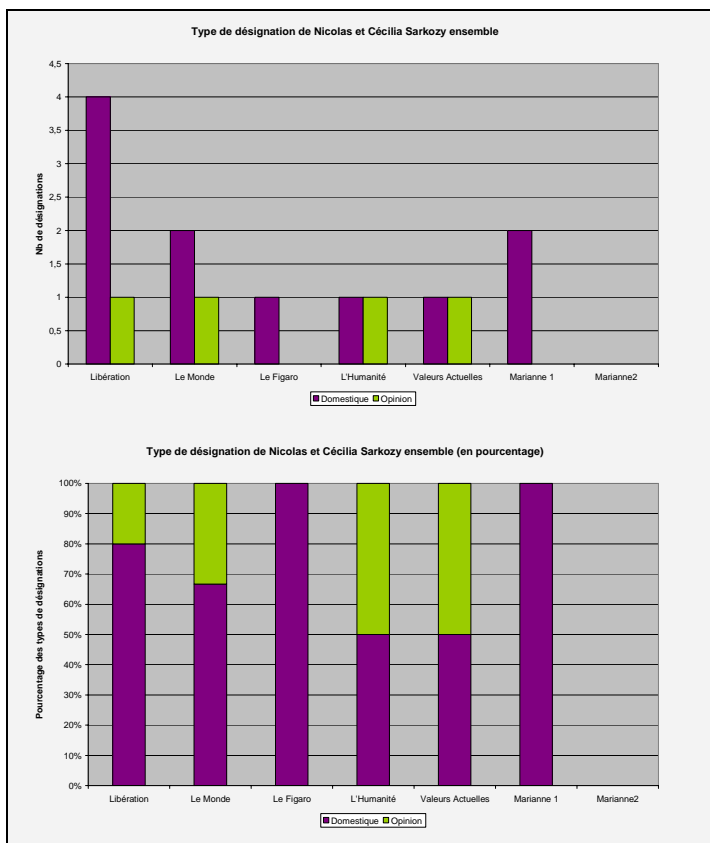
L'existence d'Anne Fulda est rapidement abordée dans *Le Monde* mais elle figure dans cet article comme un agent sans nom et sans rôle en dehors d'avoir été là. Sa présence peut alors être classée avec quatre autres agents cités dans les différents journaux : « *Une amie* (de Cecilia) » (*Libération*), « *quelques amis* (de Nicolas) » (*Le Monde*), « *un ami* (de Cecilia) » (*Le Monde*), « *Entourage de Nicolas Sarkozy* » (*Le Figaro*) Ces agents sont cités uniquement par un seul journal. Ils n'ont pas de noms. Ils sont mobilisés par le narrateur par leurs liens d'ordre privé avec Nicolas ou Cecilia Sarkozy. Ils figurent dans

les articles comme co-acteurs de la vie de l'un ou l'autre : « *Cécilia (...) y déjeune avec une amie* », « *Nicolas Sarkozy passait une partie de ses vacances (...) avec quelques amis* », « *Le numéro deux du gouvernement paraissait décidé (...) à refaire sa vie avec une journaliste du Figaro.* ». Bien que co-acteurs d'un évènement dans la vie de Nicolas ou Cecilia Sarkozy, ils ne sont pas désignés comme sujet, mais comme accompagnant le sujet : ils n'ont aucun autre rôle en dehors de celui d' « être avec ».

Anne Fulda est donc ainsi présentée par *Le Monde*, désignation qui n'est répétée par aucun autre journal, alors que Richard Attias est beaucoup plus largement inscrit dans la narration médiatique de cet évènement. Cette mobilisation confirme ce qui ressort des désignations et du rôle attribué à Cécilia Sarkozy. En effet, la présence de Richard Attias tend à renforcer la figure de Cécilia Sarkozy comme femme « pécheresse », comme celle qui a quitté son époux pour un autre, comme celle qui décide de revenir... La distinction du traitement médiatique entre Anne Fulda (dont le nom n'est même pas cité) et de Richard Attias appuie l'image négative des journaux à propos de Cécilia Sarkozy.

3.La figure du couple.

Tableau 3: Les désignations du couple.



Le Monde n'inscrit le couple dans la narration que par sa recomposition. Nicolas et Cécilia Sarkozy ensemble ne sont uniquement mobilisés que par les changements dans la distribution des états conjugaux comme le fait, par ailleurs, *Valeurs Actuelles*.

C'est sous couvert de la dialectique discrétion/exhibition que le couple trouve place sous la plume du narrateur de *L'Humanité*. En effet, le titre de l'article rassemble les deux époux dans l'action de médiatiser leur vie privée. L'autre mobilisation du couple est présente pour justifier les propos de Patrick Balkany en tant qu'ami du couple. C'est pour cette même raison que *Le Figaro* et *Marianne* unissent

sous une même dénomination Nicolas et Cécilia Sarkozy.

Par contre, *Marianne* les réunit pour une autre raison : celle de l'ambition. « *La petite famille enfin réunie peut contempler la belle maison d'en face, où elle compte bien s'installer en 2007.* » Le couple sert à l'ambition qui se partage au sein de ce même couple. *Marianne* installe ainsi une relation d'interdépendance entre l'ambition et le couple.

Enfin, *Libération* mobilise le couple à sept reprises, mobilisation qui relève principalement de l'exhibition que le narrateur dénonce : « *Cécilia et Nicolas Sarkozy exhibent leur réconciliation.* », « *Ils se sont montrés à la terrasse d'un restaurant très couru par les médias* », « *Le couple reste un quart d'heure ensemble, le temps d'être vu du tout-Paris médiatique* », « *Cette exhibition publique du couple ne relève pas du hasard.* », « *Le duo, qui a mis en avant son intimité pendant de longues années, souhaitait visiblement être remarqué.* ». Les deux dernières révèlent essentiellement un changement dans la distribution conjugale, cependant ces deux phrases se suivent toutes deux par une autre tendant à les montrer une fois de plus sous le trait de l'exhibition : « *Les Sarkozy étaient séparés depuis six mois. La rupture avait alimentée les commentaires tant ces derniers avaient fait une règle du mélange des genres* » et « *Le couple s'est ressoudé en tout début d'année. Mercredi dernier, lors de son passage au journal télévisé de TF1, Nicolas Sarkozy avait ostensiblement remis son alliance.* »

En conséquence, nous retrouvons la désignation du couple à travers quatre variables : la justification et le validation des propos de Patrick Balkany quant à leur vie privée, la construction d'une relation de dépendance entre le couple et l'ambition, variable dont nous ne pouvons faire l'économie de re-préciser qu'elle n'est faite que par le narrateur de *Marianne*, l'exhibition et enfin les changements qui sont arrivés au sein de ce couple.

En outre, nous pouvons retrouver cette dernière variable sous une autre forme, dans trois journaux, par la mobilisation de leur fils Louis Sarkozy.

En effet, Louis Sarkozy est désigné trois fois dans le monde domestique : « *Son fils* » (*Le Monde*), « *Le petit* » (*L'Humanité*) « *Le fiston* » (*Marianne*) et une seule fois par son prénom : « *Son fils Louis* » (*Le Monde*)

Louis Sarkozy figure dans les journaux *Marianne* et *Le Monde* comme une victime passive des histoires privées de ses parents. Dans *Le Monde*, il symbolise l'absence de Cecilia lors des vacances de Nicolas Sarkozy. *Marianne* et *L'Humanité* paraphrasent Patrick Balkany et s'interrogent sur la légitimité de préciser que Louis a retrouvé son pyjama blanc, par la présence de « *sic* » et l'ironisation du ton du narrateur de *Marianne* et la décrédibilisation des propos de Balkany dans *L'Humanité*. Le fils figure ici comme un symbole pour parler du couple et, plus généralement, de la famille. Dans une

rhétorique métonymique, on peut comprendre que la conjonction de Louis Sarkozy et de son pyjama tend à symboliser l'évènement qu'est la réconciliation entre Nicolas et Cécilia Sarkozy.

4. La construction d'un ethos à partir de la médiatisation de la vie privée d'un homme politique.

« Avec tout ce qu'on écrit sur moi, les gens disent que je vais craquer. Ça crée de l'affect. Avant, on parlait de mon ambition personnelle. Maintenant, on parle de mon humanité. Je ne joue la comédie ni sur mes idées, ni sur mon engagement, ni sur ma vie. Ma vie telle qu'elle était décrite dans les médias, c'est ma vraie vie. Peut-être ai-je commis l'erreur de donner trop. Mais je ne suis pas avare. La vie m'a beaucoup donné, et j'entends lui donner beaucoup. »¹⁰⁸

Enonciations de Nicolas Sarkozy : la construction d'un ethos.

La parole de Nicolas Sarkozy trouve place dans trois journaux : *Valeurs Actuelles*, *Le Monde* et *Marianne*. Ces trois journaux présentent le même type de discours, en tant qu'il dévoile les difficultés de Cécilia et Nicolas Sarkozy et les sentiments de ce dernier face à ces évènements.

Nous sommes face ici à deux énonciateurs : l'énonciateur premier qu'est Nicolas Sarkozy et le second que nous désignons comme le narrateur du journal. Ces deux énonciateurs contribuent à la construction d'une figure du sujet, à la construction d'un ethos. Des contraintes de la situation de communication et des stratégies que le sujet choisit de suivre, émerge une identité discursive construite par et pour le discours. L'éthos est le résultat de la combinaison de cette identité discursive que le sujet se construit et de l'identité psychologique et sociale que l'auditoire lui attribue. Le narrateur du journal est passé du statut de destinataire qui a attribué une identité sociale à Nicolas Sarkozy à celui d'énonciateur second en tant qu'il construit lui-même un discours sur. Comprendre quelles étaient les stratégies de Nicolas Sarkozy en tant qu'énonciateur au moment des discours dont sont issues les citations ne constitue pas là notre propos. En effet, l'étude concerne le traitement médiatique et donc comment les journaux construisent une image de Nicolas Sarkozy à travers la mobilisation de sa vie privée. Appréhender l'éthos qui est en jeu à travers ces citations, c'est les comprendre comme résultantes d'une double construction : celle de Nicolas Sarkozy et celle du narrateur du journal.

Ces différentes citations issues des trois journaux dévoilent une image de Nicolas Sarkozy construites sur deux ethos que nous désignerons comme l'éthos de vertu et l'éthos d'humanité¹⁰⁹.

¹⁰⁸ Nicolas Sarkozy dans PFAADT, L. 2006. *Op. Cit.*

¹⁰⁹ Ces deux types d'éthos sont issus d'une typologie mise au point par Patrick Charaudeau : CHARAUDEAU, P. *Le discours politiques : les masques du pouvoir*. Paris : Ed. Vuibert. 2005.

L'éthos d'humanité apparaît évident de par l'omniprésence de l'expression des sentiments dans ces diverses citations : « (...) que *nous essayons de surmonter* », « *sans déplaisir* », « *Heureusement* », « *La vie est dure (...) seul le soir dans sa chambre* »

Ces citations dévoilent en effet la capacité de Nicolas Sarkozy à être humain en tant qu'elles le montrent faisant preuve de sentiments, avouant ses faiblesses, ses difficultés et ses angoisses. Cette figure de l'aveu, qui pourrait être trop marquée par la faiblesse, ne tend pas à desservir Nicolas Sarkozy du fait qu'il (s')est désigné en comparaison aux autres individus : « *Comme de nombreux français, nous avons connu des difficultés que nous essayons de surmonter* » (*Le Monde*). « *Les difficultés sont les mêmes pour tout le monde, quand on se retrouve seul le soir dans sa chambre.* » (*Valeurs Actuelles*). « *La vie est dure pour tout le monde quand on est seul le soir dans sa chambre* » (*Marianne*). La distinction entre « *je souffre* » et « *comme tout le monde, je souffre* » tend à affaiblir la souffrance exposée au profit du fait d'être comme tout le monde, avec ses faiblesses et ses forces. Parallèlement, ces citations dévoilent un ethos de vertu et de transparence. La figure du sujet prend alors une autre voie en tant qu'il apparaît sincère.

De cela, nous pouvons comprendre que Nicolas Sarkozy est montré comme un homme qui connaît ses faiblesses et ses malheurs et qui tente de surmonter ses difficultés : l'image du sujet tend donc à apparaître positive. Cependant nous ne pouvons faire l'économie de l'étudier en symétrie avec celle de Cécilia Sarkozy, en tant que le sujet principal des articles et désigné comme tel dans cette étude est le couple.

De l'éthos construit à travers l'énonciation des paroles de Nicolas Sarkozy à la figure de Cécilia Sarkozy en passant par celle du couple et de leurs relations avec les médias, nous pouvons reconnaître deux figures de Nicolas Sarkozy en place dans les différents journaux de ce corpus. La reconnaissance des figures et leurs possibilités de signification vient du fait que nous les avons déjà rencontrées dans d'autres discours dans lesquels elles se sont trouvées individualisées et chargées de sens. Le dévoilement d'une figure fait donc appel à notre connaissance du monde et des textes et à notre capacité à tenir et à lire des discours. Chaque agent prend sens dans la relation aux autres agents pris dans le discours. A partir de là, nous pouvons définir son rôle thématique. De ce rôle thématique identifié dans le corpus, deux figures de Nicolas Sarkozy émergent...

La figure de l'éprouvé.

Les ethos d'humanité et de vertu identifie Nicolas Sarkozy comme un homme en souffrance. Si nous nous attardons sur cette figure quelques instants nous pouvons comprendre, à partir de la théorie des sentiments moraux vue par Boltanski¹¹⁰, la configuration mise en place par le narrateur du journal.

¹¹⁰ BOLTANSKI, L. *La souffrance à distance. Morale Humanitaire, médias et politiques*. Paris. Métailié. 1993.

Il nous présente une configuration dans laquelle prennent place quatre agents : le malheureux, le persécuteur, le narrateur qui est aussi spectateur de la souffrance et le lecteur qui est spectateur du spectateur. Le narrateur cite la parole de Nicolas Sarkozy, parole qui se fait sur le principe de la plainte « *La vie est dure (...) quand on est seul le soir dans sa chambre* », plainte qui perd son caractère de faiblesse par la comparaison aux autres : « *La vie est dure pour tout le monde quand on est seul le soir dans sa chambre* ». Le narrateur présente au lecteur un homme malheureux qui souffre.

Parallèlement à cette parole citée qui s'inscrit dans une logique victimaire de Nicolas Sarkozy, Cécilia Sarkozy est montrée comme une femme "pécheresse". Dans cette configuration, la figure d'éprouvé de Nicolas Sarkozy prend toute sa valeur du fait que sa femme devient son "persécuteur". L'articulation des rôles attribués à Cécilia et Nicolas Sarkozy facilite une forme de coordination dans laquelle chacun, par imagination, se met à la place du malheureux et, dans laquelle, les émotions servent d'opérateur à la convergence des jugements.

Ici, le narrateur, en plus de nous définir un ethos de Nicolas Sarkozy, engage le lecteur dans une forme de pathos en tant qu'il s'adresse à sa sensibilité. Cette figure de l'éprouvé pourrait tomber dans le biais de la faiblesse et desservir cet homme politique, pourtant celui-ci est protégé en tant qu'il s'identifie au reste des citoyens, identification qui relativise la faiblesse et qui tend une fois de plus à appuyer la thèse de la souffrance.

Cette figure de Nicolas Sarkozy est présente dans *Valeurs Actuelles* et *Le Monde*. Cette même parole de Nicolas Sarkozy figure aussi dans *Marianne*. Pourtant, ce narrateur relativise la souffrance de Nicolas Sarkozy en utilisant ce même procédé qui avait servi à l'homme politique pour nier la faiblesse. En effet, le narrateur pousse la comparaison et la limite : « *Certes, mais, si la chambre est à Neuilly, ce n'est pas la même chose que si elle est aux 4000 de la Courneuve.* » Pourtant, si le narrateur relativise la souffrance de Nicolas Sarkozy, il ne la dément pas. Cette posture laisse alors subsister une souffrance, plus relative certes.

La figure du communicant manipulateur.

« *Au début de ma vie politique, j'étais prêt assez stupidement à sacrifier beaucoup pour le seul plaisir que mon nom soit cité. Je conservais les articles à ma propre gloire.* »¹¹¹

La figure de l'éprouvé est incompatible avec la figure que dévoile *L'Humanité* et *Libération* de par la désignation du destinataire et sur qui se porte la sanction des narrateurs. En effet, en dénonçant l'origine de la médiatisation comme étant du fait de Nicolas Sarkozy, ceux-ci s'opposent à la logique victimaire. En tant qu'initiateur de la médiatisation qu'il sanctionne, Nicolas Sarkozy se trouve doté, dans ces deux narrations, d'une figure de communicant que les narrateurs tendent à sanctionner. Nous pouvons alors comprendre que cette désignation met en cause d'autres adjouvants à la médiatisation :

¹¹¹ Nicolas Sarkozy dans PFAADT, L. Paris. 2006. *Op. Cit.*

pour *Libération*, Cécilia Sarkozy, femme "pécheresse" figure aussi comme à l'origine de cette "exhibition"¹¹², pour *L'Humanité*, Patrick Balkany et *Le Parisien* trouve place comme acteurs de la performance.

Victime ou bourreau, une figure de Nicolas Sarkozy émerge du traitement de sa vie privée dans les journaux d'informations générales et d'opinion. Pourtant, *Le Figaro* ne se place dans aucune de ces deux figures et adoptent une posture neutre. Il serait difficile d'expliquer pourquoi ce journal dessine ainsi l'évènement. A cela, il faudrait analyser d'autres mobilisation de la vie privée d'hommes politiques afin d'explorer cette ligne éditoriale et d'en comprendre les positions. Pourtant, nous pouvons nous risquer à une hypothèse qu'il serait intéressant de confirmer ou d'infirmier : Ni les médias, ni le leader politique en question, ne sont désignés dans une logique victimaire du fait que la posture éditoriale du *Figaro* ne sanctionne pas la médiatisation de la vie privée des hommes politique et donc, dans ce sens, ne porte pas d'accusation puisqu'elle ne porte pas de jugement.

¹¹² Le couple est présenté dans *Libération* comme à l'origine de la transformation. La figure du couple précédemment étudiée tend à confirmer cette interprétation.

6 MEDIATISATION, PERSONNIFICATION ET PEOPLEISATION : LA POLITIQUE- SPECTACLE.

Jusqu'ici, nous avons cherché à comprendre comment l'espace privé et l'espace public tendent de plus en plus à se confondre... La communication politique s'inscrit de manière exponentielle dans cette confusion des genres. Notre analyse de cas montre que le privé investit la presse dont ce n'est pas la prétention, investit la construction de l'image du politique et permet alors au monde civique, au monde de l'opinion et au monde domestique, de fusionner derrière un homme politique dans les lieux médiatiques. Les médias sont au centre de cette étude en tant qu'elle se place autour d'interrogations propres aux sciences de l'information et de la communication mais, plus encore, en tant qu'ils sont l'acteur qui construit la réalité étudiée et qui offre une justification quant à ce type de discours. Avant de conclure sur cet écrit, il nous faut appréhender ce qui est sous-tendu tout au long de cette étude et dans la réalité même de ce qui a été étudié : la question de la visibilité.

1. Visibilité et vie privée.

Interroger le mélange des genres et la confusion entre espace privé et espace public, c'est interroger les frontières du visible et de l'invisible. La nature des médias est de dévoiler un objet ou un sujet sur la place publique, de le rendre visible. Les médias ont étendu l'angle de « *ce qui peut-être vu* ». Le visible est libéré des contraintes du temps et de l'espace, ce qui a contribué à un élargissement de la visibilité. Avec le développement des médias de communication, la visibilité se libère des propriétés spatiales et temporelles, de l'ici et du maintenant et s'ordonne dans un ordre unidimensionnel : celui qui regarde peut rarement être vu. En effet, les acteurs parviennent à se rendre visibles et à observer autrui non seulement dans la co-présence physique mais également par l'intermédiaire de multiples médiations, à l'instar de la télévision, de la presse écrite, de la radio et d'Internet.

Visibilité et reconnaissance.

La visibilité ne consiste pas seulement à être perceptible par les autres mais demande, en plus d'être perceptible, une identification. « *Les nobles s'autorisaient à se dévêtir devant les domestiques*

parce qu'en un certain sens, ceux-ci étaient tout simplement absents. »¹¹³. Perceptibles mais pas visibles.

La visibilité requiert de connaître ce que nous percevons, en cela il faut entendre que nous identifions ce que nous percevons. Pourtant le processus d'identification par lequel un acteur devient visible est déjà pris dans la forme première de la reconnaissance.

La visibilité se pose ainsi comme la forme élémentaire de la reconnaissance, c'est-à-dire identifier ou distinguer (lorsque je reconnais un objet, un lieu ou une personne perdue de vue depuis longtemps). La reconnaissance va ici de pair avec le risque de la méprise, qui consiste à prendre une chose ou une personne pour ce qu'elle n'est pas, autrement dit le risque de la «méconnaissance» et, dans l'ordre de ma relation à autrui, celui du malentendu¹¹⁴.

A cela, nous aurions tendance à penser, espace public comme espace du visible et pourtant, cette association se révèle erronée. En effet, l'espace public se constitue du visible mais ne peut se contenter de celui-ci en tant que le visible ne rend compte que de la forme première de la reconnaissance. L'espace public présuppose donc du visible mais une reconnaissance complète de ce visible. L'objet ou le sujet doit être mis sur la scène du visible et enfin reconnue pour appartenir à l'espace public.

Pour mieux comprendre cela, la thèse de Paul Ricœur nous offre une définition de la reconnaissance. Il la définit avec trois phases. La visibilité consiste en la première. Mais pour que la reconnaissance soit complète, il faut ensuite se reconnaître soi-même, c'est-à-dire conjurer le risque de cette autre méprise qu'est la méconnaissance de soi-même, laquelle consiste à se tromper soi-même, à se prendre pour ce que l'on n'est pas. En dernier lieu, le troisième moment du parcours que nous propose Ricœur, est la reconnaissance mutuelle, la reconnaissance de l'autre dans son irréductible différence, le risque n'étant plus ici celui de la méprise, mais du mépris. Il faut que les acteurs se reconnaissent mutuellement et reconnaissent la manifestation de leurs attentes face à l'autre.

La nouvelle visibilité

Comprendre cette problématique par le concept de visibilité revient donc à s'intéresser à la « *constitution du sceptre de visibilité* »¹¹⁵, c'est-à-dire se pencher sur les multiples dispositifs médiatiques impliquant une compréhension des médias de communication comme producteurs d'une intelligibilité, organisant l'attention du public et appelant sans cesse des manières de voir ce qui est exposé.

Avec le développement des médias, un nouveau sceptre de visibilité s'est constitué autour des hommes politiques et de leur communication. Les dirigeants politiques ont peu à peu investi une

¹¹³ HONNETH, A. « Invisibilité : sur l'épistémologie de la reconnaissance », *Réseaux*. Vol. 23. N° 129-130. 2005.

¹¹⁴ RICOEUR, P. *Parcours de la reconnaissance*. Paris : Folio essais. 2004.

¹¹⁵ VOIROL, O. 2005. *Op. Cit.*

visibilité détachée du monde civique, une nouvelle forme de présentation de soi. Cette visibilité médiatisée leur a permis de se présenter non plus seulement comme des dirigeants politiques mais aussi comme des humains et ainsi de mettre à nu certains aspects de leur moi ou de leur vie personnelle. En se présentant de telle sorte, les hommes politiques s'adressent sur un mode conversationnel, voire confessionnel, en racontant des aspects choisis de leur vie. Ils ont ainsi perdu une sorte d'aura, de grandeur, mais ont acquis « *la capacité de se présenter eux-mêmes en tant qu'un des nôtres*¹¹⁶ ». Ce nouveau sceptre de visibilité est détenu à la fois par les médias et les communicants. Les médias ont la capacité de rendre visible des sphères d'actions auparavant dissimulées et ont créé un univers complexe d'images et de flux d'informations difficiles à contrôler. Cette nouvelle visibilité amène les leaders politiques à être exposés de façons plus dangereuses et plus larges. Pourtant, ces derniers peuvent aussi être à l'origine de cette ouverture de la visibilité dans un souci de renommée et de reconnaissance. « *Les hommes politiques ont toujours eu besoin de visibilité (ils doivent accéder à la scène publique), d'images (ils doivent séduire) et de lisibilité de leurs projets politiques (ils doivent être compris)* »¹¹⁷.

La télévision, en devenant le principal support de la médiatisation des hommes politiques, a, non seulement, accompagné mais aussi accéléré la personnalisation du pouvoir politique. L'image des hommes politiques est fabriquée par la télévision elle-même, qui n'est plus seulement un moyen, mais est devenue une fin en soi : les émissions de variétés à forte audience, comme celles de Michel Drucker, Marc-Olivier Fogiel ou Thierry Ardisson, sont considérées comme des passages obligés pour qui veut toucher un plus large électorat.

Erik Neveu a démontré qu'en 2000, la majorité des invitations de représentants politiques, hors JT, s'est réalisée dans le cadre d'émissions dites de divertissement, telles que les talk shows, où s'opèrent une désacralisation de l'invité, une informalisation des échanges, un relâchement de l'expression et une marginalisation des discours politiques. En outre, les échanges dans ces émissions s'organisent autour de trois thèmes que sont : la biographie de l'invité avec une mise en avant d'expériences ordinaires, les expériences autour du langage de l'émotion et finalement les goûts et les hobbies. Ce style d'émissions implique, par ailleurs, différents risques, différents degrés de mise en danger pour les invités politiques tels que la mixité des invités, la possibilité de certaines découpes au montage, les dispositions de l'animateur et son style de questionnement. Chez Thierry Ardisson, Michel Rocard se vit alors contraint de répondre à la question : « *Est-ce que sucer, c'est tromper ?* » tandis que Marc-Olivier Fogiel demanda à Nicolas Sarkozy : « *Qu'est-ce que vous pensez de votre tronche ?* »

¹¹⁶ THOMPSON, J. « La nouvelle visibilité », *Réseaux*. Vol. 23. N° 129-130. 2005.

¹¹⁷ CHARAUDEAU, P. 2005. Op. Cit.

Or comme nous venons de le voir, cette nouvelle visibilité prend place par là même dans la presse écrite. De nombreuses photographies paraissent afin d'exposer la vie privée des hommes politiques : On a vu le bébé de Ségolène Royal à la maternité, Jean-Marie Le Pen nu sur une plage, Nicolas Sarkozy sur un télésiège à la montagne ou en train de faire des courses à Darty, Dominique De Villepin faisant son footing, etc. Les politiques sont engagés ainsi dans une visibilité semblable à celle des stars.

« *La politique aujourd'hui, ce sont des personnes. Ou plutôt des personnages. Naguère, le pouvoir d'Etat était presque anonyme. Ainsi commençait la démocratie. Après la lutte contre la monarchie, puis contre la dictature. Bref, contre l'autorité personnelle. Aujourd'hui, le pouvoir a un visage : celui du dirigeant qui l'exerce. D'abord, l'image fait connaître ou reconnaître (...) Ensuite, l'image est l'esquisse –et le substitut- d'un programme.* »¹¹⁸

La nouvelle visibilité doit se comprendre comme montrant non plus les idées et le programme politique d'un leader de parti politique mais comme dévoilant le leader politique en tant qu'homme avec des goûts, des loisirs, une famille, des sentiments. La visibilité politique s'ouvre ainsi à la personnification d'un candidat.

L'investissement pour la visibilité.

L'investissement que Boltanski et Thévenot identifiaient comme tel dans le monde de l'opinion consistait au renoncement au secret, dont nous avons posé la limite et que nous avons redéfini comme une nécessaire transparence. La nouvelle visibilité appelle à la personnification, personnification qui demande de se montrer soi-même et transparent. Quand les hommes politiques communiquent par cette nouvelle visibilité, une grande transparence leur est souvent imposée.

Le concept d'extimité a été mis à jour par Serge Tisseron qui le définit comme « *le désir de communiquer certains éléments de son monde intérieur mais pour mieux se les approprier en les intériorisant grâce aux échanges suscités avec les proches* »¹¹⁹. Elle est l'expression du soi intime. L'extimité doit être saisie comme une forme d'exposition de l'intimité mais qui est à l'origine de celui dont l'intimité est dévoilée. En effet, quand on considère dans notre corpus ce que dit Nicolas Sarkozy sur sa solitude, nous sommes face à un cas d'extimité : il expose sa propre intimité. L'extimité est pensée dans un contexte de communication.

Mais comment considérer l'exposition de l'identité qui n'est pas le fruit de l'extimité, celle qui n'est voulue pas le sujet ? Comment comprendre l'atteinte à la vie privée ? Les photographies de Cécilia Sarkozy et Richard Attias, parues dans *Paris-Match* le 25 août 2005, relèvent d'informations et d'images volées ou du moins, que les concernés ne souhaitaient pas voir exposées.

¹¹⁸ SCHWARTZENBERG, R-G. *L'Etat-spectacle*. Paris. Flammarion. 1977.

¹¹⁹ TISSERON, S. « Loft Story, une télévision de l'intimité ? », *Regards sur l'Actualité*, N° 279. Mars 2002.

« *Le calme avant la tempête. Au siège de France Télévisions, ce 25 août, dans la salle à manger de la présidence, Patrick de Carolis, nouveau patron des lieux, et son grand chambellan, Patrice Duhamel, attendent Nicolas Sarkozy, qu'ils ont convié à déjeuner. Arrive le ministre de l'Intérieur, l'oreille rivée sur son portable, un téléphone qu'il ne quittera plus durant tout le repas. L'homme est livide et tourne dans la pièce, tel un lion en cage. Son cabinet vient tout juste de lui apprendre que Cécilia, son épouse, photographiée en galante compagnie, fait la Une de Paris Match et qu'Arnaud Lagardère, patron du groupe de presse, qu'il tutoie de longue date et sur lequel il voudrait bien passer ses nerfs, reste étrangement introuvable.* »¹²⁰

Dans la même perspective, l'article de France-Soir du 11 novembre 2005 révèle le nom de la compagne de Nicolas Sarkozy.

« *Le ministre de l'Intérieur Nicolas Sarkozy va porter plainte contre France-Soir pour "atteinte à la vie privée" au lendemain de la révélation par le quotidien du nom de sa nouvelle compagne, a indiqué France-Inter mercredi 12 octobre. La direction de France-Soir a fait savoir qu'elle avait reçu un courrier dans lequel l'avocat du ministre et de sa compagne, Me Chatel, lui reproche la publication de son article. "J'ai reçu instruction d'assurer par tous moyens de droit, y compris la voie judiciaire, la protection de l'intimité de la vie privée" de cette journaliste "ainsi que de celle de monsieur Nicolas Sarkozy", a fait savoir Me Chatel.* »¹²¹

Ainsi, nous pouvons comprendre que l'exposition de la vie privée des hommes politiques dans la presse relève de deux acceptions : Extimité et atteinte à la vie privée. Le cas que nous avons étudié concerne principalement l'extimité, et ce, quelle que soit la posture des journaux quant à la parole de l'adjuvant Patrick Balkany, quant aux discours de Nicolas Sarkozy, quant à la présentation¹²² de cet évènement dans des lieux publics, voire médiatiques.

2. Quel traitement médiatique de la réconciliation de Nicolas et Cécilia Sarkozy dans la presse people ?

La vie privée de l'homme politique est un sujet qui réunit la presse d'informations générales et d'opinion et la presse people en tant qu'elle aborde une facette de chacune de ces presses. Le

¹²⁰ DEBRIL, L. & REVEL, R. « Le grand déballage », *L'Express*. 13/10/2005.

¹²¹ « Sarkozy porte plainte contre France Soir », *Le Nouvel Observateur*. 19/10/2005.

¹²² Le terme de présentation ne doit pas être pris ici dans un jugement de valeur mais dans une acception neutre.

mouvement de privatisation de l'espace public s'accompagne d'un déplacement d'informations qui s'opère en introduisant de la vie privée dans les journaux d'informations générales et d'opinion et du politique dans les journaux people. Quelle symétrie dans le traitement d'un tel évènement existe-t-il entre ces deux types de presse ?

Nous définirons la presse people comme des publications dont le concept est centré sur la vie des célébrités.¹²³ Ses stratégies éditoriales sont focalisées sur le dévoilement du secret. Pourtant, dans son étude sur la presse people, Dakhli¹²⁴ a démontré que les narrations révélait plus d'une « mise au secret » de fait anodins, stratégie qui obéit à une logique de séduction du lectorat. Le paradigme du secret y est très présent et tend à rendre le récit d'une information connue comme une révélation. Dans *Gala* (paru le 18/01/2006) sur l'évènement de la réconciliation de Cécilia et Nicolas Sarkozy, ce paraître du secret est présent : « *le ministre de l'intérieur (...) se dirige vers l'aéroport (...) en toute discrétion* », « *Il n'avait rien dit à personne* », « *Le ministre tient à ne faire aucun commentaire. Fidèle à la discrétion qu'il s'est imposé ces derniers mois.* ». Alors que les journaux que nous avons sélectionnés dans notre corpus organisent leur récit autour de la médiatisation de cet évènement que certains sanctionnent avec virulence, *Gala* utilise une sémantique du secret afin de donner l'illusion à son lecteur de découvrir une information nouvelle. Cette perspective est soutenue par la sémantique de la surprise qui pousse alors le lecteur à s'étonner de cet évènement tout comme le narrateur le fait tout au long de l'article : « *Récit d'une réconciliation qui a surpris tout le monde...* », « *Un retour d'autant plus spectaculaire.* », « *Ainsi, le couple s'est-il reformé, à la surprise générale* », « *Et au grand étonnement des habitués de L'Esplanade* ». Comme l'avait noté Dakhli¹²⁵, le narrateur feint de découvrir la réalité en même temps que le destinataire afin de créer une connivence avec son lecteur.

En outre, l'étude du schéma narratif nous montre que le récit est construit dans une optique très différente. En effet, la performance est la réunion/la réconciliation. Le destinataire de cette transformation que le narrateur dévoile est l'affection que se porte le couple, voire l'amour : « *Cécilia est ce qu'il a de plus cher au monde.* », « *La raison de ces retrouvailles ? Tous deux ne peuvent en réalité vivre l'un sans l'autre.* ».

Le sujet opérateur apparaît être Nicolas Sarkozy qui est désigné par un ethos de courage et de volonté : « *Nicolas Sarkozy s'est toujours refusé de signer la procédure.* », « *Il a tout fait pour la récupérer, il n'a jamais renoncé une seconde* », « *Il lui a toujours demandé de revenir* », « *Il a tout fait pour la reconquérir* ».

Louis Sarkozy y est présenté comme un adjuvant à cette réconciliation : « *Pour leur fils.* », « *Par ailleurs, le bonheur de leur petit Louis a toujours été essentiel à leurs yeux* »

¹²³ CHARON, J-M. La presse Magazine. Paris. Editions La découverte. Coll. Repères. 1999.

¹²⁴ DAKHLIA, J. 2004. *Op. Cit.*

¹²⁵ DAKHLIA, J. 2004. *Op. Cit.*

Par ailleurs, l'usage de photographies permet au lecteur de rentrer plus facilement dans l'intimité du couple et appuie le pathos présent dans le récit fictionnel.

Le sujet d'état, celui pour qui et sur qui la transformation a lieu, est la famille. Nous nous plaçons, ici, au prisme de la théorie des mondes de Boltanski et Thévenot, dans une épreuve/performance du monde domestique en tant que celle-ci consiste en une cérémonie familiale marquée par une nouvelle distribution des états de grandeur. En revanche, la performance, mise à jour dans les schémas narratifs des articles extraits de la presse d'informations générales et d'opinion que nous avons identifiée, s'inscrit dans une présentation de l'évènement. La performance, c'est-à-dire la médiatisation, sert alors de support à un message qu'est la réconciliation.

Appréhender le traitement de cet évènement par *Gala*, nous montre qu'il ne se place pas dans les mêmes considérations que les autres journaux étudiés. En effet, ceux-ci organisent leurs discours autour de la médiatisation de l'évènement afin de légitimer ce discours dans ce type de presse. *Gala*, en tant que presse people, mobilise, par nature, la vie privée, nul besoin alors de justifier cette médiatisation.

Glissement dans le monde domestique ou glissement dans le monde de l'opinion, Nicolas Sarkozy en tant que sujet est déplacé du monde civique dans lequel il se meut habituellement. L'un traite de la peopleisation du sujet par la mobilisation de sa vie privée alors que l'autre, de l'information sur sa vie privée par son statut de people. En ce sens, il nous faut comprendre une inversion dans la justification de chacun des types de narrations : Parce qu'il est un people, *Gala* parle de sa vie privée. En revanche, les journaux d'informations générales et d'opinion inscrivent leur discours dans l'acception : parce qu'on parle de sa vie privée, Nicolas Sarkozy est un people. Ce déplacement de la cause/conséquence n'enlève pas le caractère du glissement du monde civique vers les mondes de l'opinion et domestique.

Conclusion : La nouvelle visibilité : peopleisation de l'homme politique.

Alors que Michel Foucault présentait le panoptique de Bentham comme le dispositif permettant de rendre beaucoup de gens visibles à quelqu'un¹²⁶, les médias produisent le contraire en rendant quelqu'un visible par tous. Alors que le panoptique de Bentham contribuait à surveiller ceux sur lesquels le pouvoir s'exerce, les médias rendent visibles ceux qui exercent le pouvoir. La visibilité médiatisée est déconnectée d'une localité et dissociée des conditions et des contraintes de l'interaction de face à face. En se rendant visible, les hommes politiques intègrent alors les conditions et les

¹²⁶ FOUCAULT, M. *Surveiller et Punir*. Paris. Gallimard. 1975.

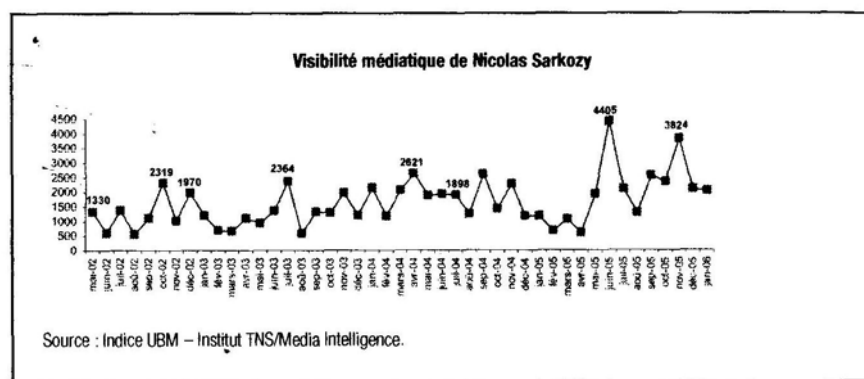
contraintes des hommes publics dont l'investissement requiert une plus grande transparence, transparence qui passe alors par la visibilité de la vie privée.

Comprendre la symétrie entre presse people et presse d'informations générales et d'opinion nous a permis d'appréhender un postulat quant à la cause/conséquence de la mobilisation de la vie privée des hommes politiques dans les médias. Cependant, que la médiatisation de la vie privée des hommes politiques soit la cause ou la conséquence du statut d'homme public, il résulte que cette nouvelle visibilité entraîne une peopleisation de l'homme public.

Nous pouvons, de plus en plus, observer dans la presse des hommes politiques en compagnie d'acteurs et de chanteurs : Nicolas Sarkozy et Tom Cruise, Ségolène Royal et Jamel Debbouze, Jean-Marie Le Pen et Brigitte Bardot, etc.

Par ailleurs, les hommes politiques sont mobilisés dans la presse, et ce de manière exponentielle, sous des perspectives quelques fois surprenantes : Ségolène Royal est ainsi citée dans la rubrique beauté de *Public* ou élue sixième femme la plus belle de France par le magazine *FHM*.

L'indice de visibilité figure désormais comme une nouvelle technique permettant aux journalistes de traiter de la médiatisation des hommes politiques. Cet indice appelé l'indice UBM (Unité de bruit médiatique) est une mesure d'impact sur le public d'un évènement, d'un thème ou d'une personnalité qui prend en compte le nombre de personnes exposées, le nombre de pages ou de minutes consacrées aux sujets et la position dans la hiérarchie de l'actualité. Cet indice mesure donc la médiatisation et oscille entre 200 et 300 UBM. Une moyenne de 600 est un bon score.¹²⁷



Cet indice s'inscrit dans l'évolution des pratiques quant à l'évolution de la médiatisation de la vie privée des hommes politiques et figure comme un exemple technique de cette montée de la visibilité.

Que cette visibilité accrue émerge d'une stratégie de séduction et soit donc le fruit du processus d'extimité ou qu'elle soit le fruit de révélations des médias pouvant être alors comprise comme violence et atteinte à la vie privée, la transparence des hommes publics s'est élargie ces dernières années et est de plus en plus présentes dans la presse écrite à l'instar de la télévision.

¹²⁷ Institut TNS/ Média Intelligence. http://www.tnsmediaintelligence.fr/05_contenu_descri_ubm.htm (03/06/06)

Cette transparence passe à la fois par la présentation de leur vie privée, de leur famille, de leurs loisirs et même, parfois, de leur intimité morale et sentimentale. Les médias figurent ainsi comme un intermédiaire qui rend cette visibilité possible et qui tend alors à modifier l'image de ces dirigeants en montrant de nouvelles facettes de leurs personnalités. L'homme politique est désormais visible dans les trois mondes qu'il traverse au fil de ses journées, c'est son identité plurielle qui est rendue visible. Il devient un homo catholicus qui bâtit sa popularité sur sa singularité. La politique tend donc de plus en plus à se personnifier par la personnification des candidats. L'homme politique peut donc désormais être considéré comme un people.

CONCLUSION

L'analyse du cas de la réconciliation de Nicolas et Cécilia Sarkozy m'a permis de plonger cette étude dans la réalité confuse de l'espace public et de l'espace privé et de leur évolution quant à la publicisation de l'espace privé et la privatisation de l'espace public mais aussi dans la réalité théorique des mondes de Boltanski et Thévenot et dans la réalité méthodologique de l'analyse narrative de Greimas. Mais plus loin encore et par ces réalités, cette analyse m'a permis de vérifier que les journaux et les magazines français traitent de ce sujet en cohésion avec leur posture éditoriale quant à la médiatisation de la vie privée et quant à la transparence, une médiatisation qui, bien loin de dévoiler des secrets, construit une image de l'homme politique, une nouvelle image constitutive de la nouvelle visibilité des hommes politiques face à l'évolution du métier, des médias et de la reconnaissance du public. C'est au prisme de cette analyse que la considération de l'homme politique comme *people* prend sens et s'ouvre à de nouvelles questions.

L'analyse du cas de la réconciliation de Nicolas et Cécilia Sarkozy prend fin avec cette conclusion ou du moins celle datant de janvier 2006. Car à l'heure où ce mémoire sera remis, dans les kiosques, nous pouvons lire sur la Une de *VSD* que le couple, qui s'était à nouveau séparé, s'est à nouveau réconcilié. Cependant, ce nouvel évènement dans la vie privée de Nicolas Sarkozy permet au magazine de traiter plus généralement des possibles futures *first ladies*... Sujet d'actualité, disions-nous en introduction ? La campagne présidentielle devrait voir se propager dans les médias une transparence accrue des hommes politiques ? Quel traitement et quelle influence de cette visibilité sur le résultat de cette campagne ? En quoi les journaux *people* et Internet permettront une communication politique alternative qui permettra de donner de la visibilité aux plus transparents et médiatisés ? Comment penser les processus de médiatisation par la presse écrite et par Internet dans le contexte d'une campagne présidentielle ? Peut-on exclure une rhétorique politique de la médiatisation de la vie privée ? Quels *ethos* seront les plus utilisés et les plus exposés dans cette communication alternative ?

Le temps court de ce mémoire s'achève avec cette conclusion, pourtant, il n'est que le commencement d'une étude plus approfondie et plus large sur la question de la *peopleisation* de l'homme politique et de sa transparence dans les médias classiques et Internet.

« *Derrière tout président, il y a un homme qui se frotte à la vie, comme tout un chacun, connaît des brisures, goûte à l'espoir...* » *Gala*. n° 455.

BIBLIOGRAPHIE

- AMBLARD, H. BERNOUX, P. & al.** *Les nouvelles approches sociologiques des organisations.* Paris. Seuil. 3ème édition augmentée. 2005.
- AMBROISE-RENDU, A-C.** « La mort de Félix Faure : autopsie d'un scandale. », dans Ruellan, D. *Presse à scandale, scandale de presse.* Paris. L'Harmattan. 2001.
- ARTUFEL, C. & DUROUX, M.** *Nicolas Sarkozy et la communication.* Paris. Editions Pepper. 2006.
- AUSTIN J. L.** *Quand dire c'est faire.* Traduit de l'anglais en 1991. Paris. Ed. Du Seuil, coll. Point. 1962.
- BADINTER, R.** *La morale internationale entre la politique et le droit.* Paris. Edition Tricorne. 2000.
- BERGER P. & LUCKMANN T.** *La construction sociale de la réalité.* Paris : Armand Colin. 2003.
- BLONDIAUX, L.** *La Fabrique de l'opinion : Une histoire sociale des sondages.* Paris. Seuil. 1998.
- BOLTANSKI, L. & THEVENOT, L.** *De la justification : Les économies de la grandeur.* Paris. Gallimard. 1991.
- BOLTANSKI, L.** *La souffrance à distance. Morale Humanitaire, médias et politiques.* Paris. Métailié. 1993.
- BOURDIEU P.** *Le sens pratique.* Paris. Minuit. 1980.
- BOURDIEU, P.** *Questions de sociologie.* Paris. Les éditions de minuit. Coll. Documents. 1984.
- BOURDIEU, P. CHAMBOREDON J.-C. et PASSERON J.-C.** *Le métier de sociologue.* Paris. Mouton-Bordas. 1968.
- CANGUILHEM, G.** « Leçon de sociologie », dans BOURDIEU, P. (dir.) *Le métier de sociologue.* Paris. Mouton-Bordas. 1968.
- CHARAUDEAU, P.** *Eléments de sémiolinguistique. Théorie et Pratique.* Paris. Hachette. 1983.
- CHARAUDEAU, P.** *Le discours politiques : les masques du pouvoir.* Paris : Ed. Vuibert. 2005.
- CHARON, J-M.** *La presse Magazine.* Paris. Editions La découverte. Coll. Repères. 1999.
- CHAUVEAU, A.** « Scandales et vie privée des hommes publics. » in Ruellan, D. (dir) *Presse à scandale, scandale de presse.* Paris : L'Harmattan. 2001.
- COTTERET, J-M.** *Gouverner c'est paraître.* Paris. Quadrige. 2002.
- DAHLGREN, P.** « L'espace public et les médias : Une nouvelle ère. », *Hermès* n°13/14. 1994.
- DAKHLIA, J.** « Formes et secrets de la presse people : les faux reflets de l'authentique », dans Wuillème, T. (dir.) *Autour des secrets.* Paris. L'Harmattan. 2004.

- DE BRUYNE, P. HERMAN, J. et DE SCHOUTHEETE, M.** *Dynamique de la recherche en sciences sociales*. Paris. PUF. Coll. SUP. 1974.
- DE QUEIROZ, J.M. & ZIOLKOWSKI, M.** *L'interactionnisme symbolique*. Rennes : Presse Universitaire de Rennes. Coll. Didact. Sociologie. 1997.
- DE SINGLY, F.** *Les uns avec les autres : Quand l'individualisme crée du lien*. Paris : Armand Colin. 2003.
- DEMERS, F.** « De certains raccourcis mass-médiatiques comme arguments politiques. », *Hermès* n° 16. 1995.
- DORNA, A.** « Les effets langagiers du discours politique. », *Hermès* n° 16. 1995.
- DUCREST, A.** « Mon image est à moi et a un prix ! », *L'Histoire*. N° 294. Janvier 2005.
- ELIAS N.** *La société de cour*. Paris. Flammarion. 1995.
- FARGE, A.** « Penser et définir l'événement en histoire. Approche des situations et des acteurs sociaux », *Terrain* n°38, mars 2002.
- FERRY, J-M.** « Les transformations de la publicité politique », *Hermès* n°4. 1989.
- FOUCAULT, M.** *Surveiller et Punir*. Paris. Gallimard. 1975.
- GARCIN-MARROU, I.** *Terrorisme, Médias et Démocratie*. Lyon. Presse Universitaire de Lyon. 2001.
- GAUTHIER, G.** « L'argumentation périphérique dans la communication politique. Le cas de l'argument ad hominem », *Hermès* n°16. 1995.
- GREIMAS, A-J.** *Du sens II. Essais sémiotiques*. Paris. Le Seuil. 1983.
- HABERMAS, J.** *L'espace public*. Paris. Payot. 1993.
- HONNETH, A.** « Invisibilité : sur l'épistémologie de la reconnaissance », *Réseaux*. Vol. 23. N° 129-130. 2005.
- HUYGHE, F-B.** « Secret et conflit : De la ruse à l'infodominance », dans Wuillème, T. (dir.) *Autour des secrets*. Paris. L'Harmattan. 2004.
- JACQUART, J.** *Qui ? Quoi ? Comment ? Ou la pratique des sondages*. Paris. Ed. Eyrolles. 1988.
- KAVANAGH, D.** « Les politiciens face aux médias », *Pouvoirs*. N°93. Avril 2000.
- KOSSELECK, R.** *Le futur passé. Contribution à la sémantique des temps historiques*. Paris. Ed. de l'EHESS. 1990.
- LA BRUYERE.** *Les caractères ou les mœurs de ce siècle*. Paris. Garnier. 1828.
- LAHIRE, B.** *L'homme pluriel*. Paris. Nathan. 2ème édition. 2001.

- LAMIZET, B.** « Sémiotique du secret », dans Wuillème, T. (dir.) *Autour des secrets*. Paris. L'Harmattan. 2004.
- LASH, C.** *Le complexe de Narcisse*. Paris. Robert Laffont. 1980.
- LE GRIGNOU, B. & NEVEU, E.** « Intimité publique : les dynamiques de la politique à la télévision. », *Revue française de sciences politiques*. Vol. 43. N° 6. 1993.
- LEDROUT, R.** « Méthode ou méthodes », *Cahiers internationaux de sociologie*, Vol. LXXI, 1981.
- LESOURNE, J. & FRAPPAT, B.** in *Le Monde* du 13/02/1993.
- MEHL, D.** *La télévision de l'intimité*. Paris. Seuil. Coll. Essai politique. 1996.
- MEHL, D.** « Médias et for intérieur », dans CURAPP. *For intérieur*. PUF. 1995.
- MEYNAUD, J. & DUCLOS, D.** *Les sondages d'opinion*. Paris : La Découverte. 1985.
- NADEAU, R. & BASTIEN, F.** « La communication électorale. » dans Gringras, A-M. (dir), *La communication politique : état des savoirs, enjeux et perspectives*, Sainte-Foy. Presses de l'Université du Québec. 2003
- NEVEU, E.** « De l'art (et du coût) d'éviter la politique. La démocratie du talk show version française. », *Réseaux* n° 118. 2003
- PASSERON, J.-C.** « La constitution des sciences sociales. Unité, fédération, confédération. », *Le Débat*. N° 90. 1996.
- PFAADT, L.** *Sarkozy décrypté de A à Z*. Paris. City Editions. 2006.
- PROST, A.** « Frontières et espace du privé » In ARIES, P. & DUBY, G. *Histoire de la vie privée*. Tome 5 : De la première guerre mondiale à nos jours. Paris. Ed. Du Seuil. Coll. Points Histoire. 1999.
- PUHL, A.** *Les compagnes à la Une*. Lyon. Mémoire d'IEP. 2004
- QUERE, L.** « L'espace public : de la théorie politique à la métathéorie sociologique. », *Quaderni* n°18. 1992.
- RICOEUR, P.** *Parcours de la reconnaissance*. Paris : Folio essais. 2004.
- RIEFFEL, R.** « Du vedettariat médiatique », *Hermès* n°4. 1989.
- SCHWARTZENBERG, R-G.** *L'Etat-spectacle*. Paris. Flammarion. 1977.
- SENNETT, R.** *Les tyrannies de l'intimité*. Paris. Seuil. 1979.
- STRAUSS, A.** *Miroirs et Masques*. Paris. Métailié. 1992.
- THOMAS, W.** *The unadjusted Girl*. Boston: Little and Brown. 1923.
- THOMPSON, J.** « La nouvelle visibilité », *Réseaux*. Vol. 23. N° 129-130. 2005.

TISSERON, S. « Loft Story, une télévision de l'intimité ? », *Regards sur l'Actualité*, N° 279. Mars 2002.

TURNER, R. « Role-taking: Progress versus conformity. ». In ROSE, A. (Ed.) *Human Behavior and social processes*. Boston: Houghton Mifflin. 1962.

VEYRAT-MASSON, I. « Les stéréotypes nationaux et le rôle de la télévision », *Hermès* n°5/6.1990.

VOIROL, O. « Visibilité et invisibilité », *Réseaux*, Vol. 23, N° 129-130, 2005.

WOLTON, D. « La communication politique : construction d'un modèle. », *Hermès* n°4. 1989.

DIVERS.

VEDRINE, H, *Télérama*. 15/11/1995.

DEBRIL, L. & REVEL, R. « Le grand déballage », *L'Express*. 13/10/2005.

« Sarkozy porte plainte contre France Soir », *Le Nouvel Observateur*. 19/10/2005.

Institut TNS/ Média Intelligence : http://www.tnsmediaintelligence.fr/05_contenu_descri_ubm.htm
(03/06/06)

Grand dictionnaire encyclopédique. Paris. Larousse. 1982.

Dictionnaire analogique. Paris. Larousse. 1980.

ANNEXES

LIBERATION
MERCREDI 11 JANVIER 2006

politiques 11

Cécilia et Nicolas Sarkozy exhibent leur réconciliation

Ils se sont montrés à la terrasse d'un restaurant très couru par les médias.

Difficile de perdre ses mauvaises habitudes. Nicolas Sarkozy avait juré, en octobre, à la télévision, qu'il garderait désormais discrète sa vie privée: c'est dans un des lieux publics les plus fréquentés de Paris qu'il s'est montré hier avec son épouse Cécilia, confirmant ainsi leur réconciliation. La scène se déroule hier midi à l'Esplanade, un restaurant situé sur les Invalides en plein quartier des ministères et lieu de rendez-vous des journalistes et des hommes politiques. Cécilia Sarkozy, revenue de Miami en début de semaine dernière, y déjeune avec une amie lorsque le numéro 2 du gouvernement débarque pour les rejoindre à l'heure du café. Lui-même vient de déjeuner dans un autre restaurant des environs avec Nicolas Hulot, l'ami école de son oncle Jacques Chirac. Le couple reste un quart d'heure ensemble, le temps d'être vu du tout-Paris médiatique qui s'empresse d'en faire le sujet de conversation principal des vœux à la presse de Dominique de Villepin quelques minutes plus tard.

Cette exhibition publique du couple ne relève pas du hasard. Le duo, qui a mis en avant son intimité pendant de longues années, souhaitait visiblement être remarqué. Ironie du sort, c'est à la terrasse de ce même endroit que Cécilia Sarkozy avait été photographiée avec le publicitaire Richard Attias, son compagnon avant de retourner vivre place Beauvau la semaine dernière. Les Sarkozys étaient séparés depuis six mois. La rupture avait alimenté les commentaires tant ces derniers avaient fait une règle du mélange des genres entre vie privée et politique, Cécilia étant chef de cabinet de son époux à l'UMP. Le couple s'est ressoudé en tout début d'année. Mercredi dernier, lors de son passage au journal télévisé de TF1, Nicolas Sarkozy avait ostensiblement remis son alliance. Au ministère de l'Intérieur hier, ses conseillers refusaient d'enfreindre la nouvelle consigne édictée par leur chef: «Plus de commentaires sur la vie privée.» Mais ils n'écartaient pas l'éventualité que Cécilia soit présente aux côtés de son mari lors de ses vœux à la presse demain. Et ils ne précisaient pas si elle a l'intention de reprendre des fonctions officielles à ses côtés.

VANESSA SCHNEIDER

Au bazar de l'«égalité des chances»

Apprentissage, zones franches... la réponse législative à la crise des banlieues brasse large.

C'est la réponse du gouvernement aux troubles qui ont touché certaines banlieues en novembre. Le projet de loi «égalité des chances» est présenté ce matin au Conseil des ministres. Un texte qui reprend les annonces faites par le Premier ministre, Dominique de Villepin, à l'issue de la crise. Et qui brasse large: il s'attache à la création de l'apprentissage junior dès 14 ans, pose la création d'une agence nationale pour la cohésion sociale et va jusqu'à prôner l'instauration d'un «contrat de responsabilité parentale», assorti d'une éventuelle mise sous tutelle des allocations familiales en cas d'absentéisme scolaire. Un texte assez foutraque qu'ont déjà dénoncé de nombreuses associations (lire ci-contre). En effet, quel rapport y a-t-il entre l'accompagnement des parents d'enfants ayant des difficultés sociales et la création de 15 nouvelles zones franches urbaines ou-

vertes aux entreprises de plus de 50 salariés? «L'inégalité, répond Philippe Bas, le ministre délégué à la Famille. La première inégalité sociale, c'est d'avoir des parents incapables d'assurer votre développement physique, intellectuel...» Du coup, le troisième pilier du plan de

Des associations dénoncent le texte

«L'objet est rassembleur: qui peut être contre l'égalité des chances?» ironise Jean-Paul Dubois, de la Ligue des droits de l'homme. Mouloud Aouini, du Mrap (Mouvement contre le racisme et pour l'unité entre les peuples) parle lui d'«affichage positif». Hier, les responsables de ces associations se sont publiquement opposés au projet de loi pour l'égalité des chances qualifié par Laurent Giovannoni, de la Cimade (service œcuménique d'entraide), de «vaste fourre-tout». A ce refus s'associent les salariés des trois établissements visés par ce texte (Fasild, Délégation interministérielle à la ville et Agence nationale de lutte contre l'illettrisme), puisqu'ils seront regroupés au sein de la future Agence nationale pour la cohésion sociale. Jusque-là, le Fasild (Fonds d'action et de soutien pour l'intégration et la lutte contre les discriminations) pratiquait le paritarisme et les associations étaient associées à sa gestion. La nouvelle agence étant placée sous la houlette du ministère de l'Intérieur, les personnels craignent que le dossier soit piloté selon une logique plus répressive.

c.c.

soutien à l'emploi des jeunes en entreprise (Seje) aux jeunes issus de zones urbaines sensibles, histoire d'y faire baisser un taux de chômage qui concerne 36 % des garçons et 40 % des filles de moins de 25 ans. Fin janvier-début février, le gouvernement devrait décider la création de 15 zones franches urbaines et l'extension d'un certain nombre de celles existant déjà. Mais la Commission européenne doit encore donner son aval au dispositif qui pourrait bénéficier aux entreprises comptant jusqu'à 250 salariés, contre 50 aujourd'hui. En contrepartie d'allègements de charges, ces entreprises doivent s'engager à compter au moins 30 % de salariés issus de zones sensibles dans leurs effectifs. Au-delà des mesures qui doivent permettre d'attaquer de front les discriminations – tel le CV anonyme – et le chômage des jeunes, la loi entérine aussi la création d'une «agence de cohésion sociale». Défendu par

Jean-Louis Borloo, ce concept vise à encourager «des missions plus coordonnées et des actions plus ciblées». Difficile pourtant de savoir aujourd'hui comment cette nouvelle agence va trouver sa place au milieu de structures existantes, comme le Fasild (Fonds d'action et de soutien pour l'intégration et la lutte contre les discriminations), la DIV (Délégation interministérielle à la ville) ou l'ANLCI (Agence nationale de lutte contre l'illettrisme). Le ministre a réitéré toute idée de «fusion des structures».

Enfin, le texte prévoit la création de six postes de préfet d'«égalité des chances», dont trois seront affectés à l'Île-de-France. Ils seront chargés de la coordination des différentes politiques, notamment de la vérification de l'affectation des crédits. Vu la complexité des textes et l'empilement des mesures, il n'est pas sûr que la nomination de six fonctionnaires soit suffisante.

MURIEL GREMILLET

Le juge Bruguière prépare sa reconversion par les urnes

Le magistrat antiterroriste pourrait être candidat UMP aux législatives dans le Lot-et-Garonne.

In'y a pas que les jeunes banlieusards qui s'inscrivent sur les listes électorales. Un juge n'importe lequel puisqu'il s'agit de Jean-Louis Bruguière, figure emblématique de la lutte antiterroriste, nouveau futur électeur à Villeneuve-sur-Lot (Lot-et-Garonne). Cet amateur de longue ambitionne surtout d'y devenir élu. Il devrait en effet briguer, sous les couleurs de l'UMP, la députation en 2007 dans la troisième circonscription du Lot-et-Garonne.

Hier, Bruguière dit «l'Amiral» se consacrait à une série d'auditions et ne pouvait, en conséquence, confirmer l'information. Au Palais de justice, ses amis (il lui en reste) comme ses ennemis (il ne les compte plus) font état d'un «parachutage programmé». En 2007, le ma-



Jean-Louis Bruguière.

2006. «Comme les autres, le juge devra s'y conformer», glisse un conseiller de Nicolas Sarkozy avant d'ajouter: «Il travaille très sérieusement son implantation locale. Et sa présence sur le terrain est réelle.» La famille Bruguière est native de Villeneuve-sur-Lot. Le juge y possède même une demeure confortable. L'approche des contours sur place de l'homme à la pipe et au maugnum 357 est programmée pour le 31 janvier. A l'invitation de l'association Avenir 47, présidée par le sénateur UMP et ancien président du conseil général Jean François-Poncet, le juge viendra dissenter sur «la crise des banlieues». A Villeneuve-sur-Lot, trois voitures ont été incendiées durant «des

émeutes». Dont une appartenant à la mairie...

Outre Jean François-Poncet, Bruguière est cerné localement par le député UMP du coin, Alain Merly, qui se revendique sarkozyste, confirme que «le juge a décidé d'être davantage concerné par la vie locale. C'est pas trahir un grand secret que d'affirmer qu'il souhaite venir – ou plutôt revenir – s'implanter à Villeneuve». Merly, qui a battu en 2002 le député PS sortant et maire de Villeneuve-sur-Lot, Jérôme Cahuzac, n'exclut d'ailleurs pas un ticket avec Bruguière pour 2007. Le scénario envisagé serait le suivant: Nicolas Sarkozy devenu président de la République, Bruguière, élu député dans la foulée, serait promu ministre de l'Intérieur; du coup, son suppléant, Alain Merly, resterait député. «C'est pas idiot, reconnaît ce dernier. C'est même plausible. Mais tout est possible en politique». En fait, monsieur le juge a toujours flirté avec la politique. Il a commencé par essayer ses culottes courtes sur les bancs de Sciences-Po. Au sortir de la rue Saint-Guillaume, il a tenté le concours d'entrée à l'Ecole nationale de l'administration (ENA) comme il s'est essayé à celui de l'Ecole nationale de la magistrature (ENM). Il a échoué au pre-

mier et réussi le second. Devenu magistrat, il a eu Jean-Louis Debré parmi ses premiers collègues. Les deux hommes – qui ont déjeuné hier en tête-à-tête – sont res-

tés amis. Idem avec l'ex-juge d'instruction Alain Marsaud, député UMP de Haute-Vienne. De la chasse aux terroristes à celle des électeurs.

DIDIER HASSOUX

HUGO

HUGO BOSS

SOLDES

Boutiques HUGO
115, avenue des Champs-Élysées PARIS 8^{ème}
165, rue Saint-Honoré PARIS 1^{ère}
Atrium du Palais des Congrès Porte Maillot PARIS 17^{ème}
Chez Madélins 23, boulevard de la Madeleine PARIS 1^{ère}
52, rue Paradis MARSEILLE

T U L ' A S D I T , B O U F F I !

La chambre de Nicolas

Nicolas Sarkozy a eu une formule émouvante, lors de ses vœux au conseil général des Hauts-de-Seine, faisant allusion à l'absence de qui vous savez : « *La vie est dure pour tout le monde quand on est seul le soir dans sa chambre.* » Certes, mais, si la chambre est à Neuilly, ce n'est pas la même chose que si elle est aux 4 000 de La Courneuve ■

Elle revient !

Belle histoire romantique. Nicolas, bravant le froid d'un matin de janvier, est allé, seul, attendre Cécilia sur le tarmac. Pour conter cette merveilleuse histoire d'amour, *le Parisien-Aujourd'hui en France* s'est adressé à un poète doublé d'un ami de la famille. Patrick Balkany, le député-maire de Levallois, car, lui, s'y connaît en départs et en retours. Il a vu Cécilia revenir chez elle, ou plus exactement dans les meubles de l'Etat, Place Beauvau, où le fiston a retrouvé son pyjama blanc (sic). Depuis l'appartement de fonction, la petite famille enfin réunie peut contempler la belle maison d'en face, où elle entend s'installer en 2007. Pas de doute, Cécilia est bien de retour. Pour la tester, Nicolas Sarkozy a invité Balkany à dîner. Elle p'a pas bronché. Une femme qui supporte la conversation de Patrick Balkany mérite d'être pardonnée. Et ce n'est rien : Nicolas invitera bientôt d'autres copains, les Ceccaldi-Raynaud ou même Christian Estrosi. Les vacances sont terminées ! ■

Payer pour exclure les femmes

Un dirigeant UMP au *Figaro* : « *Si nous avions réellement imposé la parité des candidatures, nous aurions perdu les élections. Nous préférons donc toujours payer une amende.* » Autrement dit, ceux qui acceptent déjà de payer le droit à rejeter les pauvres de leur ville sont également prêts à payer pour rejeter les femmes de leur groupe parlementaire ■

Crise de jalousie au PS

Des responsables du PS se disent furieux de voir Jacques Chirac reprendre à son compte certaines de leurs idées. Ce qui prouve : 1) qu'ils en ont, alors qu'on en doutait ; 2) qu'elles sont vierges, car elles n'ont jamais été mises en pratique ■

PRÉSIDENT PRÉFÉRÉ DES FRANÇAIS
MITTERRAND A ABOLI LA
PEINE DE MORT.

Dans le baba

Jacques Chirac a déclaré, à l'occasion de ses allocutions de nouvel an, que « *les meilleurs bacheliers de chaque lycée de France doivent avoir un droit d'accès garanti aux classes préparatoires aux grandes écoles.* » Or, un mois plus tôt, une proposition de loi du PS, rédigée exactement dans les mêmes termes, avait été rejetée par les députés UMP. Du coup, la droite est furieuse... et le PS aussi ! ■



Enfin, il revient

Enfin, on est rassuré : après quelques semaines d'absence, le bloc-noteur réac du *Figaro*, Ivan Rioufol, est revenu... avec, d'ailleurs, exactement le même article que celui, unique, qu'il écrit depuis plusieurs années (sauf qu'il a mis un bémol au panégyrique de Bush et au soutien à la guerre d'Irak). Ouf ! On a eu peur, on craignait d'être privé de notre plaisir hebdomadaire ■

Quel jeu joue Breton ?

Renaud Dutreil a poussé (dans *le Parisien*) un coup de gueule : la loi qui permettait de transférer son numéro de téléphone quand on changeait d'opérateur n'a toujours pas été suivie d'un décret d'application. En fait, en privé, il accuse le ministre de l'Economie, l'« *insupportable* » Thierry Breton, de tout bloquer pour soutenir les opérateurs contre les consommateurs. Ce qui, de la part de l'ex-PDG de France Télécom, ne serait pas étonnant ■

Dans un sens, pas dans l'autre

« *Comment le chef de l'Etat pourrait-il critiquer le numéro deux de son gouvernement ?* » a déclaré Nicolas Sarkozy sur TF1, après que Jacques Chirac a mis en garde contre le « *populisme* ». Naturellement, en sens inverse, la question ne se pose pas ! Schizophrène ? ■

Pas d'images à la télé

La gare de Lézignan, dans l'Aude, a été dévastée par des bandes surexcitées... De jeunes des cités ? Non, de viticulteurs en colère. Du coup, aucune image à la télévision ■

Coupe-gorge

« *Je redoute que la troisième voie, défendue par Bayrou, ne soit un coupe-gorge,* » a déclaré Gilles de Robien sur RTL. Il y a un an, le même Robien donnait en exemple la troisième voie... de Tony Blair ■

Druides

« *La France a vingt siècles d'histoire,* » a déclaré, à l'occasion de ses vœux, Dominique de Villepin. « *Vingt siècles, vraiment ?* » a interrogé, sceptique, un journaliste qui avait entendu parler de Clovis. « *Vous, a répliqué Villepin, votre référence, c'est le roi. Moi, ce sont les druides !* » Et pourquoi pas les tailleurs de silex ? ■

L'invité de la semaine
AMNON KAPELIOUK

JOURNALISTE ET ÉCRIVAIN ISRAËLIEN,
COLLABORATEUR AU MONDE DIPLOMATIQUE



Quel choix ?

Dans six semaines auront lieu les élections législatives en Israël dans une atmosphère que personne n'a prévue : le nouveau parti que Sharon a créé, Kadima, arrive en tête des sondages avec 45 %, tandis que le Likoud n'obtient qu'un tiers du score du parti « dissident ». Côté travailliste, il y a aussi du nouveau. Amir Peretz, le syndicaliste numéro un du pays et de surcroît d'origine marocaine, a conquis ce parti en déclin continu et est crédité lui aussi de 15 % des intentions de vote.

Ceux qui préfèrent le Grand Israël, l'occupation des territoires, la création de colonies sur des terres arabes, peuvent voter tranquillement pour le Likoud, tant d'autres petites listes d'extrême droite se déclarent plus « pures » que lui. De l'autre côté, les travaillistes sont appelés « la gauche », mais le terme de « sociaux-démocrates centristes » serait plus juste. Ce parti est parsemé d'hommes politiques qui ont servi Sharon dans de pires moments, les considérer comme étant de « gauche » est une mauvaise plaisanterie.

Cependant, à sa tête, se trouve un dirigeant nouveau qui parle ouvertement de démanteler les colonies dans les territoires palestiniens et de poursuivre le retrait israélien non pas de façon unilatérale mais en accord avec l'Autorité palestinienne. Quant à celui qui veut voter sérieusement à gauche, il a un petit choix : le Meretz (gauche sioniste) est en chute et le Front (al Jabha en arabe) qui comprend le PC israélien, sa colonne vertébrale, et d'autres éléments arabes et juifs. Le Front n'a pas hésité à publier sur son site Internet « la liste des crimes de Sharon », quand les médias traitaient Sharon de « Juste ». Reste Kadima, dont le chef actuel, Olmert, est un bon apparatchik, mais sans charisme ni la stature de son prédécesseur. Sharon devait fixer la liste des candidats. Personne d'autre n'a assez de prestige pour en décider. Sans plate-forme, c'est le symbole qui reste. Un activiste du parti, très proche de Sharon, a proposé hier tout à fait sérieusement de mettre le nom de ce dernier en tête de liste. Un autre insiste pour développer le thème « Sharon égale de Gaulle... Quelle bêtise ! Où est le discours de Phnom Penh de Sharon ? Où est le « je vous ai compris » face à un quart de millions de colons en Cisjordanie ?... En Israël, c'est l'heure de l'embarras.

Auteurs de nombreux ouvrages dont : Arafat, l'irréductible, Fayard, 520 pages, et Rabin, un assassinat politique, Le Monde Éditions.

Le Front n'a pas hésité à publier sur son site Internet « la liste des crimes de Sharon ».

CÉCILIA REVIENT !



Ils ont osé le dire

RENAUD DUTREIL,
MINISTRE DES PME
ET DU COMMERCE, PRENANT
LE CONTRE-PIED DE THIERRY
BRETON À PROPOS
DE SA PROPOSITION DE MULTIPLIER
LES PÉRIODES DE SOLDES :

« Deux périodes de soldes par an est un bon rythme (...). Nous aurons un débat apaisé, mais nous ne pouvons pas, en France, multiplier les ventes à perte, ou on risque de voir le petit commerce disparaître. Est-ce que nous voulons importer ce système anglo-saxon ? Non ! »

● Gilles de Robien et la bivalence des profs, Thierry Breton et la multiplication des soldes, voilà déjà deux ca-fouillages dans la semaine...

BRIGITTE BARDOT,
COMÉDIENNE, S'ADRESSANT
À NICOLAS SARKOZY :

« Aujourd'hui, une fois de plus depuis vingt-cinq ans, la terre de France se gorge du sang de milliers de moutons sacrifiés de manière barbare au nom d'une tradition musulmane qui nous est imposée, avec de plus en plus de violence, par la lâcheté des responsables gouvernementaux dont vous faites partie (...) »

● À quand Brigitte Bardot servant la soupe au cochon aux SDF bien chrétiens à Nice ou à Strasbourg ?

PHILIPPE DE VILLIERS,
PRÉSIDENT DU MOUVEMENT
POUR LE FRANCE :

« Un pays qui n'est pas capable de maîtriser sa dette, d'assurer son ordre public, dans lequel les gens ont peur de prendre le train (...) qui fête Trafalgar plutôt qu'Austerlitz (...) est un pays qui sort de l'histoire. »

● Pour ce qui est de sortir de l'Histoire, Philippe de Villiers sait de quoi il parle...

● Précision. Suite à l'article paru dans la rubrique « Ils ont osé le dire », le 3 janvier, une précision de Didier Wampas : « Je n'ai bien évidemment pas voulu dire que le gouvernement actuel ne faisait pas une politique de droite, mais que Chirac, dans chacun de ses discours, ne faisait que parler de "fracture sociale, lutte contre le chômage, les inégalités, etc." sans jamais rien mettre en pratique, qu'il s'est fait élire en se faisant passer pour un homme de gauche, et qu'il serait enfin temps qu'il assume ses convictions, si seulement il en a, et qu'il arrête de tromper les Français. »

Ils ont osé le faire

La discrétion Sarkozy...

Pour un ministre qui avait publiquement décrété, en octobre, à la TV, qu'il allait désormais adopter un profil discret en matière de vie privée, la mise en scène, mardi, des retrouvailles entre Nicolas Sarkozy et sa femme Cécilia, dans un restaurant parisien très médiatiquement branché où celle-ci, justement, s'était affichée avec son amant, du temps de leur crise conjugale, tournait à l'exhibition publique. Alors que les commentateurs politiques avisés notaient la réapparition de l'alliance au doigt du ministre de l'Intérieur, les ragots allaient bon train sur la date du retour officiel de l'ex-chef de cabinet Place Beauvau.

Pourtant, on n'avait encore rien vu. Hier, c'est l'ami de la famille, le député UMP et maire de Levallois-Perret Patrick Balkany qui montait au créneau dans les pages du Parisien. Sous le titre « Ces deux-là ont toujours été inséparables », il se fendait d'une longue interview, se mettant à la place de l'un, de l'autre, multipliant les supputations douteuses sur l'aventure de l'un, les déchéirements et la culpabilité de l'autre, sur le petit qui a retrouvé sa chambre, son pyjama blanc, sur les textos échangés pendant l'été. Il aura fallu trois journalistes du Parisien – pas moins –, dont le directeur de la rédaction, Dominique de Montvallon, pour permettre à Nicolas Sarkozy de mettre à mal l'éthique qui, faisant jusque-là l'honneur de la France, refusait le mélange des genres entre vie privée et politique.

Magali Jauffret

LE FIL ROUGE

filrouge@humanite.fr

Paris 20^e. Paroles d'exilés : une journée portes ouvertes aura lieu samedi 14 janvier, sous la direction artistique d'Yvan Tettelboom avec, au programme, lectures, expositions, projections de films de 14 heures à 17 heures suivies de débats et rencontres avec les auteurs. MJC Les Hauts-de-Belleville, 43-45, rue du Borrego. Métro Télégraphe. Tél. : 01 43 64 68 13.

Paris 9^e. À l'occasion de leurs cinquante ans de partenariat, la CIMADE et l'Union pour la solidarité et l'entraide (Sénégal) vous invitent à une conférence-débat sur le rôle des ONG en matière de migrations internationales. Vendredi 13 et samedi 14 janvier, au Théâtre de Tréville UCJG, 14, rue de Tréville. Métro

Grands-Boulevards. Contacts : CIMADE 01 44 18 60 76 et ssi@cimade.org

Ain. Pour présenter le deuxième forum pour construire une alternative politique (qui se tiendra Maison des syndicats à Bourg, le 24 janvier), coorganisé par la LCR, le MRC, le PCF (section de Bourg) avec de nombreuses organisations participantes (ATTAC, Mouvement des jeunes communistes, Confédération paysanne, Collectif des médecins du travail de Bourg, etc.), un point de presse se tiendra lundi 16 janvier à 9 h 30, Café du Midi, place Jubert à Bourg, sur le thème « comment se réapproprier le fruit du travail pour le développement humain ».

LES LECTEURS EN DIRECT

direct@humanite.fr Tél: 01 48 09 19 86

Dictée

Michel Le Floc'h
(par Internet)

Pendant plus de trente-cinq ans, j'ai été un simple instit. Je ne me permettrai donc pas de polémiquer avec les « papes » de la pédagogie moderne, chercheurs, auteurs à succès, conférenciers patentés (cf. la tribune de Pierre Boutan dans l'Humanité du 6 janvier). Par contre j'ai, je l'avoue, jusqu'à mon départ récent à la retraite, utilisé la dictée comme outil pédagogique, faisant appel à la fois à la mémoire et à l'intelligence. Car je crois que l'on peut être pour la dictée et contre l'enseignement des « bienfaits » du colonialisme. Je crois que l'on peut être pour des attitudes et tenues correctes et contre le retour de l'uniforme. Je crois que l'on peut être pour un enseignement polytechnique pour tous et contre

l'apprentissage à quatorze ans pour certains. Ceci pour dire qu'un amalgame simpliste et péremptoire peut entacher malheureusement une argumentation, fût-elle juste. Car je n'ai quant à moi jamais rencontré de collègues pratiquant la soi-disant méthode « globale » et j'ai moi-même appris à lire en 1955 à Paris avec la méthode que l'on dit « mixte ». Mais j'ai surtout compris que tout apprentissage demande un travail soutenu, efforts et motivations, tout le reste sans ces préalables me paraissant démagogie.

Rénovation urbaine

Daniel Riou
(par fax)

J'ai lu votre article sur la rénovation urbaine dans l'Humanité du 19 décembre. Je suis responsable de la Confédération

nationale du logement dans les Hauts-de-Seine et je me suis forgé depuis bien longtemps un avis sur l'ANRU. Pour moi, cette agence est profondément antidémocratique : pas de représentant de la CNL dans le conseil d'administration ni dans le comité de suivi, alors que notre organisation est la plus représentative. (...) Aujourd'hui, si un office d'HLM veut des subventions, il faut aller à l'ANRU et celui-ci exige des démolitions. Mais est-il raisonnable qu'à notre époque de 1 500 000 demandeurs de logement social on continue de vouloir démolir massivement les HLM ? Je pense que non et, comme le propose la CNL et d'autres organisations, je crois qu'il faut aboutir rapidement à un gel des démolitions pour permettre une réelle réflexion, un débat démocratique sur le sujet et ce que vous écrivez sur l'ANRU me conforte dans ma position.

DEMAIN DANS
L'Humanité

Comment se comporte les émules de Nicolas Sarkozy

Enquête à Montauban

■ L'ACTUALITÉ

Le carnet

de Gérard Gachet



Femmes à l'assaut

► Chacun en rêvait, elles l'ont fait. A peine le président de la République, dans le long catalogue de ses vœux pour 2006, avait-il souhaité « que nous franchissions une étape nouvelle pour la parité entre les femmes et les hommes », que ces dames l'ont pris au mot et sont parties à l'assaut tous azimuts. A commencer par Cécilia Sarkozy, qui a reconquis de haute lutte le foyer conjugal qu'elle avait quitté voici quelques mois. Et son mari, allié de nouveau à l'annulaire, de reconnaître lors de ses vœux au Conseil général des Hauts-de-Seine : « C'est sans dépitier que j'ai vu partir 2005 », car « les difficultés sont les mêmes pour le soir dans sa chambre ». Pour conclure : « Heureusement, tout rentre

dans l'ordre. » Autre triomphatrice d'une saga familiale, Mazarine Pingeot : la fille naturelle de François Mitterrand était comtesse pour les dix ans de sa disparition, commentant des vidéos intimes, dévoilant une plaque sur la maison natale de son père et répétant sur toutes les ondes d'une voix méconquise : *L'Histoire fait son tri, et c'est bien*. Cependant, il faut reconnaître que la seule véritable émotion de cet anniversaire n'est pas venue d'elle, mais de Danièle Mitterrand, toute vibrante encore sur le plateau de Michel Drucker de la passion qu'elle éprouva pour un homme assurément hors du commun.

Escalade programmée

► Mais la grande gagnante du concours : « Les femmes en tête » Ségolène Royal, passée en quelques mois du statut de présidente socialiste de région et compagne du premier secrétaire du PS à la position, enviable mais précaire, de favorite de la gauche

pour la prochaine élection présidentielle. Une escalade bien programmée : après avoir déclaré en septembre 2005 qu'elle pourrait être candidate « si elle était la mieux placée », elle jugeait cette « solution possible » en novembre, avant de s'affirmer « prête » en décembre. Et la voici qui s'envole en janvier pour le Chili, histoire de soutenir Michelle Bachelet, candidate socialiste à l'élection présidentielle, et surtout de se doter d'un début de stature internationale en ravivant les vieux mythes sud-américains de la gauche française. Mais l'Évry Peron du Poitou-Charentes n'a pas entièrement convaincu. Ni là-bas, où la presse a lourdement ironisé sur les talons aiguilles de la « Michelle française » ou François Hollande, interrogé sur son absence à la pluvieuse cérémonie de Jarnac, a lancé aux caméras : *l'air excédé : « Il y a ceux qui se moquent et ceux qui vont au soleil »*. Allons bon : y aurait-il de la gauche qui ne se souvient pas de la « Michelle française » et aurait-elle de l'eau dans le gaz au sein du ménage Royal-Hollande ?

■ DISCRIMINATIONS

L'égalité selon Borloo

Deux mois après les émeutes en banlieue, le ministre de la Cohésion sociale, Jean-Louis Borloo, a présenté mercredi le projet de loi sur l'égalité des chances, grande cause nationale, par Dominique de Villepin. On y retrouve les mesures annoncées par le premier ministre en décembre, notamment la réforme de l'apprentissage, accessible dès l'âge de 14 ans, et l'octroi de pouvoirs de sanctions à la Haute Autorité de lutte contre les discriminations et pour l'égalité ; la Haldé pourra infliger des amendes d'un mon-

■ LES "PLUS" DE LA SEMAINE BERNARD MEUNIER ET MICHEL FOURNIRET



APRÈS CHARLES ONO

Le plus démissionnaire
► Le président du Centre national de la recherche scientifique (CNRS), Bernard Meunier, vient de démissionner, alors que l'organisme public de la recherche est en pleine réorganisation. M. Meunier, nommé le 20 octobre 2004, déplore une « réévaluation administrative excessive » incompatible avec « les défis scientifiques qui attendent notre établissement ».



APRÈS CHARLES ONO

Le plus extradé
► Le tueur en série présumé Michel Fourniret a été extradé lundi 9 janvier de Belgique vers la France, après d'être jugé pour les meurtres de sept jeunes filles. Au palais de justice de Charleville-Mézières, il s'est vu notifier ses mises en examen dans dix affaires (six françaises et quatre belges). Il a été incarcéré à la prison de Châlons-en-Champagne.

Entre nous

Echos et confidences du monde politique et des pouvoirs

ARMÉES La mise en garde au futur président

La cérémonie des vœux des armées à l'Élysée, le 9 janvier, a laissé transparaître la préoccupation des milieux de la défense (militaire et industriel) pour l'après-2007. Dans son discours à Jacques Chirac, dont il fut le chef d'état-major particulier, le général Henri Bentegeat, chef d'état-major des armées, a traduit avec franchise et courtoisie la source inquiète qui gagne les armées quant aux futurs choix budgétaires militaires du successeur de l'actuel chef de l'État. Alors que les armées souffrent encore « d'insuffisances et de faiblesses », Bentegeat s'est prononcé pour « la poursuite d'un effort budgétaire conséquent », condamnant « les convoitises incessantes suscitées par les crédits militaires, dont l'évidence ne s'impose à certains que lorsqu'il est trop tard ». Sans illusions sur les candidats de gauche, les militaires notent aussi le peu d'intérêt manifesté par Nicolas Sarkozy à l'égard des sujets concernant la défense nationale.

PS Le plan de table de Védrine

Le « repas de l'amitié » organisé à Jarnac à l'issue des cérémonies anniversaires des dix ans de la mort de François Mitterrand l'a été par Hubert Védrine. Constituant le ban et l'arrière-ban des compagnons de route de l'ex-président (politiques, artistes, intellectuels), pas moins de cinq cents personnes avaient été conviées. D'où des plans de table particulièrement ardus à mettre en place, dont s'est, là encore, chargé Védrine. Avec un sens aigu de la diplomatie, c'est ainsi que Jospin et Hollande étaient installés ensemble, Fabius articulé avec Chirac, Montebourg avec Pierre Joxe et Mazarine avec André Rousselet.

PS (BIS) Fabius et Ségolène dans les pas de Mitterrand

Tout comme la renaissance oblige, Ségolène Royal, en déplacement au Chili (où elle est allée soutenir la candidature de gauche à la présidence, Michelle Bachelet), a expliqué avoir suivi l'exemple de Mitterrand, lequel aurait selon elle, toujours entretenu des « relations privilégiées » avec ce pays – où il s'était notamment rendu pour l'investiture de Salvador Allende. Après le très mitterrandien chapeau qu'il portait à Jarnac, Laurent Fabius, quant à lui, a poursuivi dans la même veine, le 10 janvier, lors de ses vœux à la presse à l'Assemblée. « La politique, c'est la volonté », a-t-il plusieurs fois répété, s'engageant à la maxime de l'ancien président : « La où il y a une volonté, il y a un chemin. Mais c'est son "nouveau" slogan qui doit le plus à l'héritage mitterrandien : "Changer la vie, vraiment", promet Fabius aujourd'hui ; "Changer la vie", s'engageait Mitterrand – en 1974.

PS (TER) La note sur les primaires de Hollande

Même s'il affirme, officiellement, que des « primaires à l'italienne » (faisant appel aux militants et aux sympathisants de gauche) ne sont pas « à l'ordre du jour » pour désigner le candidat PS pour 2007, François Hollande s'est fait remettre une note confidentielle sur la question – qui, elle, y conclut favorablement. « Choisir les primaires, c'est ouvrir une nouvelle ère politique », affirme cette note. (...) Dans un pays où la vie politique est scindée par les débats de personnes (...), les chances de créer un vaste mouvement de soutien populaire sont réelles. » Toujours selon cette note, le premier secrétaire lui-même aurait intérêt à organiser de telles « primaires élargies ». François Hollande, relève-t-elle, peut (y trouver) une dimension qu'une désignation uniquement interne ne saurait lui conférer. »

PEOPLE Mazarine juste "pacée"

C'est dans la plus grande discrétion (afin d'éviter les photographes) que Mazarine Pingeot s'était pacée, le 17 décembre dernier, avec son compagnon (dont elle a un enfant) Mohamed Ulad-Mohand. La cérémonie, organisée dans le plus grand secret à la mairie du III^e arrondissement parisien, a été présidée par Christophe Girard, adjoint PS au maire de Paris chargé de la culture et ami du couple, ceint pour la circonstance – et comme pour un mariage – de son écharpe tricolore. Quelques (très) rares invités étaient présents. Seules « personnelles », Anne Pingeot, la mère de Mazarine, et André Rousselet, ex-écutif testamentaire de Mitterrand et témoin de la « pacée ».

INTERNET Les projets de Sarkozy

De loin le plus « internetophile » de la classe politique, Nicolas Sarkozy a multiplié ces derniers temps les expériences inédites sur la Toile : campagne d'adhésion massive par e-mail, multiplication, des liens avec le site de l'UMP, fenêtres publicitaires jusque sur les moteurs de recherche... Plus récemment, le premier « podcasting » politique (permettant de télécharger une séquence vidéo depuis un blog). « Je vais chercher les gens où ils sont », affirme Sarkozy à propos des vingt millions d'internautes en France. Au point que le président de l'UMP pourrait, dit-on, choisir Internet pour annoncer fin 2006 sa candidature à la présidence ! « Dépassé, le vieux fax de Jospin ! », sourit l'un de ses proches.

... pour réemménager Place Beauvau. Récit d'une réconciliation qui a surpris tout le monde...



Tout s'est enchaîné très vite. Le 2 janvier, le ministre de l'Intérieur monte dans sa voiture et se dirige vers l'aéroport de Roissy, en toute discrétion. Il vient chercher son fils, Louis, mais aussi Cécilia, de retour d'un jour de l'An à Miami. « Il n'avait rien dit à personne. Richard Attias est resté dans l'avion. C'est comme si tout, maintenant, était rentré dans l'ordre », raconte dans *Le Parisien* du 11 janvier Patrick Balkany, député UMP des Hauts-de-Seine et ami intime du couple. Un retour d'autant plus spectaculaire que tout donnait à penser qu'ils avaient bel et bien tourné la page. Cécilia s'était en effet installée à New York, tout près de chez sa fille cadette, Jeanne-Marie, avec son nouveau compagnon. Elle avait même prévu de scolariser Louis dans une école française et s'était rapprochée d'un cercle d'amis vivant à Big Apple. Nicolas, lui, s'était jeté tête baissée dans ses dossiers, d'autant que l'actualité des banlieues le plaçait en première ligne. Pour autant, jamais il n'a rompu le contact avec son épouse : « Pendant tous ces mois, poursuit le député dans *Le Parisien*, il ne s'est pas passé une heure sans qu'il appelle Cécilia ou lui envoie un texto. Ces deux-là ont toujours été inséparables. » Un signe qui ne trompe pas. Difficile, en effet, après plus de vingt ans, de faire table rase du passé. D'ailleurs, leur divorce, géré par un ténor du barreau et annoncé pour la rentrée par le microcosme parisien, n'aura jamais été prononcé. Nicolas Sarkozy aura toujours refusé de signer la procédure. « Pendant ces six mois, il a tout fait pour la récupérer, il n'a pas renoncé une seconde. Cécilia ►

Après la crise, le temps du pardon et de la complicité retrouvée. Nicolas et Cécilia (ici en 2004) vont sans doute ressortir plus forts de cette épreuve. Le ministre tient à ne faire aucun commentaire. Fidèle à la discrétion qu'il s'est imposée ces derniers mois.

MARIE ROSENSTEIN / H&K

Depuis le 4 janvier, il porte de nouveau son alliance



Nicolas Sarkozy photographié à l'automne 2005. A l'époque, dans son bureau du ministère, la photo de Cécilia trônait toujours en bonne place. Il a tout fait pour la reconquérir.



Pour leur fils et parce qu'ils ont été inséparables durant vingt ans, Cécilia a réintégré la Place Beauvau (ci-dessus dans son bureau, il y a tout juste un an).

est ce qu'il a de plus cher au monde ! Il lui a toujours demandé de revenir », confie encore Patrick Balkany.

Ainsi, le couple s'est-il reformé, à la surprise générale. Et au grand étonnement des habitués de *L'Esplanade*, un restaurant des invalides, qui ont vu débarquer, le 10 janvier, aux alentours de 14 heures, le ministre venu rejoindre sa femme, qui déjeunait avec une amie. Un petit quart d'heure pour prendre un café qui fera grand bruit l'après-midi

même, lors de la présentation des vœux de Dominique de Villepin à la presse. Cette même presse qui, le lendemain, annoncera le grand retour de Cécilia Place Beauvau, soulignant que, dès le 4 janvier, sur le plateau du 20 Heures de FPDA, le ministre arborait ostensiblement son alliance qu'il ne portait plus ces derniers mois. Les journalistes rapportaient aussi ses propos lors de son allocution au conseil général des Hauts-de-Seine, qu'il préside : « C'est sans déplaisir que j'ai vu partir 2005... La vie est la même pour tous, les difficultés sont les mêmes pour tout le monde quand on se retrouve seul le soir dans sa chambre... »

Les raisons de ces retrouvailles ? Tous deux ne peuvent en réalité vivre l'un sans l'autre. Ne les avait-on pas

surnommés la dream team de la politique française ? Par ailleurs, le bonheur de leur petit Louis a toujours été essentiel à leurs yeux.

Voilà donc la famille enfin réunie, et pas seulement à Paris : ils sont partis à Londres le week-end du 7 janvier rendre visite à Judith, la fille aînée de Cécilia, flânant ensemble dans les rues de la capitale britannique, s'offrant des arrêts shopping, notamment chez Harrods. Ils n'auront probablement pas eu le temps de lire là-bas les commentaires sur leur couple dans la presse : le très sérieux *Times* évoquait sur une page « la réconciliation très publique du couple doré », quand le *Guardian* s'étendait sur « la réconciliation inattendue de l'homme que la plupart des Français veulent comme président, et de la femme dont le soutien est vu comme crucial à son ambition ». Mais Cécilia Sarkozy, elle, n'a pas encore précisé si elle comptait reprendre des fonctions politiques aux côtés de son mari... ■

Claire Baldewyns

Participez à notre sondage sur www.gala.fr



Conseil général des Hauts-de-Seine

2006 commence bien. Lorsque Nicolas Sarkozy a présenté ses vœux, le 10 janvier,