

# Les conditions du succès d'une émission politique populaire : « Les Grandes Gueules » de RMC

Vincent Goulet  
Centre de Recherche sur les Médiations -Université de Lorraine  
Vincent.Goulet@univ-lorraine.fr

Ce texte est un article non publié, rédigé en 2010, qui a finalement été intégré, sous une forme proche, dans la troisième partie de *Médias et classes populaires. Les usages ordinaires des informations*, Ina 2010.

## Résumé

Les médias, auxquels nos sociétés assignent la fonction de participer à la formation des opinions politiques des citoyens, donnent parfois la parole à leurs usagers dans le cadre d'émissions participatives. Cette parole n'est en rien spontanée : les conditions d'expression du public dépendent très largement du positionnement de l'émission dans le champ médiatique et de ses contraintes de production. À partir de l'analyse du dispositif des « Grandes Gueules », une émission d'information et de débat diffusée par la radio privée RMC, nous présenterons un mode de construction de la « figure du peuple » au nom duquel les journalistes et animateurs interpellent les pouvoirs publics. Nous nous interrogerons en particulier sur les types de compétences politiques mobilisés par cette émission qui utilise de manière soutenue un ton et des catégories d'entendement populaires.

Diffusée quotidiennement entre 11 et 14 heures sur RMC, la troisième radio privée généraliste française en terme d'audience, « Les Grandes Gueules » est une émission de libre antenne qui aborde exclusivement des thèmes économiques, sociaux et politiques. Elle se présente sous la forme d'un débat entre des auditeurs, des spécialistes ou des personnalités syndicales et politiques et les deux journalistes animateurs du programme entourés de trois ou quatre intervenants réguliers issus de la « société civile », les « Grandes Gueules ». Depuis sa création en septembre 2004, cette émission rencontre un succès croissant, et rassemblait, en septembre 2006, 890 000 auditeurs chaque jour en audience cumulée ou encore 341 000 auditeurs au quart d'heure moyen, soit une part d'audience de 4,3 %. Sur une semaine, près de 2 millions d'auditeurs différents avaient un contact avec cette émission<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Chiffres Médiamétrie de septembre 2006, communiqués par Franck Lanoux, directeur général et responsable de la programmation de RMC.

Les auditeurs des « Grandes Gueules » sont principalement des hommes, des urbains, des personnes âgées de 25 à 50 ans, avec une forte sur-représentation des ouvriers et des artisans commerçants.

### Composition de l'audience des « Grandes Gueules »

	Proportion auditeurs GG	Population française
Agriculteurs	Non significatif	1
Artisans, commerçants	8	3
Chefs d'entreprise, cadres, professions intellectuelles supérieures	10	7
Professions intermédiaires	11	11
Employés	11	17
Ouvriers	23	15
Retraités	27	22
Élèves, étudiants	2	11

Source : Médiamétrie 126 000, avril-juin 2006 - Audience cumulée en structure (population des 13 ans et plus). Les « autres inactifs » ne sont pas comptabilisés.

Néanmoins, cette émission n'est pas exclusivement écoutée par un public populaire : les professions intermédiaires comme les cadres et professions intellectuelles supérieures sont bien représentées dans l'audience. Si les thèmes abordés et le ton adopté en studio en font une émission particulièrement ajustée à un auditoire populaire, ce type de mise en forme des problèmes publics trouve donc également un écho dans les catégories moyennes et supérieures. Ce phénomène pose la question du caractère parfois omnivore des classes supérieures en ce qui concerne leurs pratiques et goûts culturels<sup>2</sup> ou encore celle de la relativisation des clivages politiques. En d'autres termes, cet article invitera à s'interroger sur l'adoption par une partie classes moyennes et supérieures de formes culturelles proches d'un rapport populaire au monde.

Le succès d'une émission n'est pas réductible à la simple réponse à une « demande » qui lui serait préexistante ni au seul ajustement d'un programme aux dispositions culturelles et sociales de sa cible. « Les Grandes Gueules » sont plutôt un dispositif de construction d'un public qui est à l'image de RMC ou, plus exactement, du positionnement de cette antenne dans l'espace médiatique. Ce dispositif tente ainsi de produire une « figure du peuple » capable d'intervenir dans le débat social et politique national selon les catégories de jugements économiques et politiques qui sont compatibles avec celles de l'entreprise RMC et du groupe NextRadioTV. À cet effet, l'émission met en scène un ensemble de « compétences politiques » distinctes de celles qui ont cours dans les émissions politiques traditionnelles<sup>3</sup>, comme « Le téléphone sonne » sur France Inter ou « Mots croisés » sur France 2 et qui

<sup>2</sup> PETERSON, 2004.

<sup>3</sup> Les émissions politiques télévisés du service public (comme « Mots croisés ») ne donnent pas la parole au public. En ce qui concerne la radio, « Le téléphone sonne » de France Inter n'est pas véritablement une émission de débat, les auditeurs n'étant invités qu'à poser leur question à des spécialistes tandis que « On refait le monde » de RTL est un débat sur l'actualité, certes vif, mais réservé aux seuls journalistes présents en studio.

correspondent à des registres de mise en forme et d'expression plus « populaires » ou « immédiats » de l'expérience sociale, mais dont le fond idéologique est très proche du libéralisme entrepreneurial. Plutôt que sur le ciblage de certaines catégories socioprofessionnelles, le positionnement des « Grandes Gueules » repose sur un système d'oppositions qui structure de plus en plus la vie politique à travers les notions d'« effort » *vs* « assistanat », de « mérite » *vs* « privilège » ou encore de « gros » *vs* « petits ». En ce sens, le succès de cette émission renseigne sur les transformations contemporaines des catégories politiques.

En s'appuyant sur une étude de terrain menée une semaine d'octobre 2006 à RMC, sur l'analyse des émissions diffusées durant les mois d'octobre et novembre 2006 ainsi que sur quelques entretiens réalisés avec des auditeurs, ce texte se propose de saisir comment les producteurs de cette émission en programment la réception et comment ils articulent un projet politique (construire une parole populaire dans un contexte de mutation sociale et de crise institutionnelle) avec des impératifs économiques contraignants (maximiser l'audience tout en rationalisant les coûts de production). Après avoir resitué cette émission dans son contexte, nous étudierons son dispositif de production et les dispositions sociales et culturelles de ses participants afin de comprendre comment s'ajustent les régimes d'énonciation entre producteurs et récepteurs. Dans un second temps, nous détaillerons les catégories politiques mises en avant par les « Grandes Gueules » en soulignant combien le sens politique populaire se construit à travers la confrontation des points de vue, des formes d'adhésion particulièrement labiles et ambivalentes aux opinions circulantes et comment il se caractérise par la centralité de jugements pratiques plus ou moins naturalisés.

## **1. Le dispositif de l'émission « Les Grandes Gueules »**

### ***Position de RMC dans le champ médiatique***

En décembre 2000, Alain Weill, 39 ans, diplômé de sciences économiques et d'une école de management, ancien vice-président de NRJ après un bref passage à RTL, crée la société NextRadio qui rachète RMC (Radio Monte-Carlo), une station « périphérique » généraliste en déclin. Il restructure l'antenne pour en faire une radio *low cost* (rigueur salariale, contrôle sévère des coûts de production) et la reformate sur le modèle du *talk* importé des États-Unis (un format 100% parlé, axé sur l'actualité et l'interactivité avec les auditeurs, avec une place très importante donnée à l'information et au sport). Le nouveau format rencontre le succès public et commercial, l'audience de RMC se redresse rapidement et l'antenne atteint son point d'équilibre en 2003<sup>4</sup>. Début 2006, l'audience cumulée journalière de RMC est de 4,9 %. Fin 2008, elle a triplé par rapport à 2001 avec 6,4 % d'audience cumulée, ce qui en fait la seule station généraliste qui affiche une progression sur ces dernières années<sup>5</sup>. Cette rentabilité retrouvée permet au groupe NextRadio de se développer avec le rachat de BFM fin 2002, aussitôt recentrée sur l'information économique, puis le lancement de BFM-TV en 2005 et

---

<sup>4</sup> En 2005, l'activité radio (RMC + BFM) de NextTVRadio a généré 38 millions d'euros de chiffres d'affaires (dont 77% pour RMC) pour un résultat opérationnel courant de 9 millions d'euros (Rapport NextTVRadio 2006).

<sup>5</sup> Lundi à vendredi, 5 h – 24 h, Audience Cumulée, source Médiamétrie

l'achat d'une partie du groupe de presse informatique Test en 2007. Cherchant à développer des synergies éditoriales, Alain Weill rachète en février 2008 *La Tribune* au groupe LVMH de Bernard Arnault<sup>6</sup>, ce qui positionne l'ensemble de ses actifs financiers au pôle économique, financier et commercial du champ médiatique. Tout en développant une stratégie de marques, le groupe accroît son implantation sur le net, ce qui lui donne une image innovatrice et high-tech (en 2008, le site de RMC est le 2e site de radio généraliste en France avec 1,3 millions de visiteurs uniques par mois).

En ce qui concerne la radio, première source de financement pour le groupe, la stratégie de RMC est de s'inspirer de certaines émissions phares de RTL, l'antenne commerciale dominante en France, tout en adoptant un ton plus jeune et plus « agressif », particulièrement destiné aux auditeurs qui ont grandi avec le « son FM » et qui recherchent une radio parlée avec un univers sonore (interactivité, rythme, habillage) faisant écho à celui de ces radios musicales que beaucoup continuent de fréquenter<sup>7</sup>. De nombreux caractères communs rapprochent les « Grandes Gueules » des émissions de « libre antenne » diffusées depuis 1992 en soirée sur les radios musicales à destination des adolescents (NRJ, SkyRock ou Fun Radio) étudiées par Hervé Glévarec<sup>8</sup> : la libre expression sur des thèmes qui concernent directement les auditeurs, une « impureté du registre discursif » qui passe du sérieux à l'humour en passant par la moquerie ou l'écoute attentive, le statut ambigu de l'équipe d'animateur entre la « bande de copains et le groupe d'aînés », la construction d'un espace des points de vue qui permet à l'auditeur de se faire sa propre opinion. Comme pour les radios musicales, le lien des animateurs des « Grande Gueules » avec leurs auditeurs relève d'un « entre-deux, entre la sphère institutionnelle et la sphère amicale »<sup>9</sup>, ce qui serait une manifestation de la recherche de nouveaux « pactes de réception » par les entreprises médiatiques.

### ***Les « Grandes Gueules », une émission politique de libre antenne***

Sur un ton détendu, polémique et volontiers humoristique, deux animateurs-journalistes commentent en direct l'actualité avec trois autres « Grandes Gueules », de fortes personnalités « qui ont des convictions basées sur leur expérience »<sup>10</sup>, choisies par la production pour leur implication dans la « société civile » et leur « franc-parler ». Présentées comme « une vraie bande qui ose tout dire »<sup>11</sup>, l'émission « Les Grandes Gueules » se veut un espace d'expression libre et un lieu de débat citoyen où chacun est invité à « proposer des mesures simples et concrètes pour résoudre les problèmes »<sup>12</sup>. L'originalité des « Grandes Gueules » est ainsi de proposer des débats sur des thèmes sociaux ou économiques en privilégiant particulièrement la dimension politique. C'est même, selon l'un de ses responsables, une des clés de son succès :

---

<sup>6</sup> En novembre 2007, LVMH avait acheté au groupe britannique Pearson *Les Echos*, l'autre titre de la presse quotidienne économique nationale. Les règles de la concurrence lui ont imposé de revendre *La Tribune*.

<sup>7</sup> 53 % des auditeurs de RMC ont entre 15 et 49 ans (Rapport NextTVRadio 2006). Cette tranche d'âge écoute plusieurs radios (de 3 à 5), les auditeurs plus âgés étant plutôt « monostation ».

<sup>8</sup> GLÉVAREC, 2005.

<sup>9</sup> GLÉVAREC, 2005, p. 199.

<sup>10</sup> Entretien du 27 octobre 2006 avec Franck Lanoux, directeur général de RMC et responsable de la programmation.

<sup>11</sup> Site internet de RMC ([http://www.rmc.fr/blogs/lesgrandesgueules.php?post/A\\_Propos](http://www.rmc.fr/blogs/lesgrandesgueules.php?post/A_Propos)).

<sup>12</sup> Emission du 20 octobre 2006.

« C'est une erreur de penser que les Français ne s'intéressent pas à la politique. C'est un contresens total. On est dans le pays le plus politique au monde. Les Français sont hyper politiques. Ils savent très bien quand ils font un choix politique, et je pense que les Français adorent la politique. D'ailleurs, tout le monde parle politique. Vous allez dans un repas, on parlera de ça. Nous, on parle politique, les Français s'intéressent à la politique. Les émissions politiques qu'on nous donne à voir ne sont pas intéressantes, donc les Français ne regardent pas pour la plupart, mais dès qu'on parle politique de façon un peu plus concrète, dans le vif du sujet, ils s'intéressent. Nous, on parle politique, on parle de projets, de réformes, assez peu de manœuvres... On laisse ça plus aux éditorialistes, aux journalistes politiques, parce que là, je pense que ça intéresse moins les Français. »

Olivier Truchot, journaliste et animateur de l'émission, entretien du 24 octobre 2006.

Le format de l'émission a été progressivement mis au point autour du duo Marshall/Truchot, deux journalistes qui ont rejoint la station peu après son rachat par Alain Weill. Alain Marshall (né en 1963) et Olivier Truchot (né en 1968) sont de la même génération, celle qui a grandi avec la FM et la libéralisation du secteur audiovisuel. Issus, comme la plupart des journalistes, de la fraction supérieure de la classe moyenne urbaine, ils débute tous les deux sur la bande FM et travaillent ensuite comme pigistes pour des magazines de télévision (en particulier « Ciel mon mardi ! », « Combien ça coûte ? », « C'est tout Coffe »). Diplômé de l'Institut Français de la Presse après une licence d'histoire, Olivier Truchot déclare avoir le goût pour la radio depuis son enfance et en apprécier particulièrement le direct, « assez grisant », tout en estimant que la radio est « plus un média de débat que d'enquête ». Il revendique cependant son statut de journaliste : « Je suis journaliste, j'ai ma carte de presse, jusqu'à preuve du contraire... On est des journalistes purs et durs. On a fait une école de journalisme et on travaille depuis 15 ans. On a vraiment une formation de journaliste, on fait une émission d'info. Mais on la fait un peu différemment. »<sup>13</sup>

La place laissée aux auditeurs s'est accrue au gré des différentes formules, l'émission prenant forme actuelle le 30 août 2004, avec un nom proposé par Olivier Truchot et qui rappelle fortement une célèbre émission humoristique de RTL animée par Philippe Bouvard.

« C'est un mot qui nous plaisait à moitié à l'origine parce que ça résonnait « Grosses Têtes », donc c'est pas facile et puis c'est quand même... La première idée est la bonne et puis, surtout, on n'a pas trouvé autre chose. C'était ce qui parlait de soi-même. Donc, il a les « Grosses Têtes », les « Grandes Gueules », ça fait bizarre. Et puis après on s'est dit tant pis, on s'est dit « on fera autre chose, les gens vont comprendre que ça n'a rien à voir », donc on a foncé sur ce concept-là. »

Franck Lanoux, directeur général de RMC, entretien du 27 octobre 2006<sup>14</sup>.

Les concepteurs des « Grandes Gueules » insistent sur le caractère participatif de l'émission, dimension que cultive également l'habillage sonore, les slogans diffusés à l'antenne, des initiatives comme le « Tour de Gaule des Grandes Gueules » (réalisation en

---

<sup>13</sup> Entretien du 24 octobre 2006.

<sup>14</sup> La confusion, que l'on ne peut pas tout à fait croire involontaire, ne s'arrête pas au titre de l'émission mais aussi aux noms de ses participants : ainsi Jacques Maillot, ancien PDG de Nouvelles Frontières et « Grande Gueule » régulière de RMC, est l'homonyme de Jacques Maillhot, chansonnier et humoriste, qui participe depuis 1994 aux « Grosses Têtes » de RTL.

direct de l'émission dans des villes en région) ou encore le « Manifeste des Grandes Gueules », sorte de cahier de doléances ouvert lors des campagnes électorales. Mais l'originalité de l'émission repose sur ses invités réguliers qui viennent commenter en direct l'actualité et qui donnent son nom au programme.

Les « Grandes Gueules », les « GG », les plus régulièrement présentes en studio sont Jacques Maillot (fondateur de Nouvelles Frontières, que l'on peut qualifier de « patron chrétien de gauche »), Sophie de Menthon (chef d'une entreprise de télémarketing, animatrice du mouvement patronal Ethic, aux idées politiques très libérales) et Karim Zéribi (alors conseiller pour « l'égalité des chances » auprès de la présidence de la RATP, ancien conseiller de Jean-Pierre Chevènement en 1998 lorsqu'il était ministre de l'Intérieur). Une quinzaine d'autres « GG » (une commerçante, un médecin écrivain, un chef d'entreprise de sécurité, un prof de math en banlieue, un prêtre, un publicitaire, une avocate, un restaurateur, etc.) interviennent régulièrement dans l'émission. Ils sont faiblement rémunérés (entre 90 et 150 euros par prestation pour les moins réguliers, sous forme de forfait mensuel pour les autres) et participent à l'émission essentiellement par goût du débat médiatique et pour défendre leur point de vue sur le monde.

Toutes les « Grandes Gueules » ont été sélectionnées à la suite d'une participation à l'une ou l'autre émission de RMC. Elles ont été d'abord évaluées sur leur capacité à s'exprimer en public, en studio et en direct, en accomplissant les critères de forme de la station (spontanéité et vivacité<sup>15</sup>, engagement dans la conversation, absence de pédagogisme) tout en pouvant mobiliser un minimum de savoirs pour argumenter. Comme dans les émissions de débats télévisés étudiées par Sébastien Rouquette, la profession est un critère essentiel de l'identification des intervenants<sup>16</sup>, ce qui montre combien le travail reste un repère et une valeur centraux des auditoires populaires.

« On voulait mettre autour de la table des personnes pour discuter de l'actualité, mais on ne voulait ni de journalistes ni d'éditorialistes qu'on entend ailleurs et qui tiennent en général toujours le même discours... On les connaît et bon.... Ils sont très parisiens, un peu toujours avec les mêmes grilles de lecture. On ne voulait pas non plus de politiques et on ne voulait pas non plus les professionnels qu'on entend tout le temps. On s'est dit, mais pourquoi on ne prend pas des gens de la « vraie vie », des gens qui travaillent, de la société civile, dans différents domaines et qui sont en même temps des gens très engagés, c'est-à-dire qu'ils ont vraiment une vision de la société, qui s'intéressent, qui s'informent, parfois qui ont des engagements citoyens dans les associations ou en politique, etc., et qui viendraient autour de la table faire partager leurs points de vue, leurs témoignages, leurs expériences. »

Olivier Truchot (entretien du 14 octobre 2006).

### ***Les affinités politiques des « Grandes Gueules »***

« L'engagement citoyen » des « Grandes Gueules » mis en avant par les responsables de l'émission est aussi une forme d'euphémisation de leur engagement politique. Une étude plus approfondie des trajectoires politiques des « GG » révèle pour chacune d'elles un engagement

---

<sup>15</sup> Sophie de Menthon raconte qu'elle a été « repérée » par la direction de RMC lorsque, invitée en 2001 à un débat avec Jean-Luc Mélançon, elle est sortie du studio « en claquant la porte » (entretien du 24 octobre 2006).

<sup>16</sup> ROUQUETTE, 2001, p. 37-38.

idéologique très net, même s'il n'est pas toujours clairement revendiqué à l'antenne. La plupart de ces « fortes personnalités », qui conjuguent un fort besoin de reconnaissance publique et le désir d'agir sur la société, se sont d'abord construites autour d'une culture et d'un système structuré de valeurs politiques. Ainsi, parmi les 17 « Grandes Gueules » en exercice en octobre 2006, 8 se positionnent explicitement à droite et 6 au centre gauche. Le pluralisme des « Grandes Gueules » proclamé à l'antenne trouve rapidement une limite : aucune « GG » ne se revendique de l'extrême droite, ni de l'extrême gauche, du PCF ou des Verts. Si les « Grandes Gueules » usent d'un verbe haut en couleur, elles défendent finalement des idées relativement modérées et se réclament du « bon sens » commun, ancré dans une vision du monde nettement libérale où les individus sont d'abord considérés comme libres et responsables de leurs actes, maîtres de leur destin.

Ce positionnement politique libéral de la « famille des Grandes Gueules » n'est pas sans lien avec leur position dans le monde économique. La majorité des « Grandes Gueules » sont des entrepreneurs ou des professions indépendantes (7 chefs d'entreprise, 4 professions libérales ou consultants, 2 artisans commerçants), ce qui correspond à la forte sur-représentation de ces PCS dans l'audience. Cependant, le monde ouvrier, pourtant lui aussi fortement surreprésenté, n'a guère de porte-parole au sein de l'émission. Cette apparente déconnexion entre le statut socio-économique des « Grandes Gueules » qui détermine largement leurs orientations politiques et ceux d'une grande partie de leurs auditeurs, qui devraient *a priori* être plus sensibles aux idées de gauche, permettra de mieux comprendre le sens politique particulier de ces derniers et leurs modes d'engagement dans la discussion politique. On pourra ainsi s'interroger sur une présence peut-être plus marquée des idées libérales et de droite dans les couches populaires que durant les années 1960, ou encore sur une transformation du rapport à la chose publique, notamment en ce qui concerne les usages sociaux que l'on peut faire des thèmes politiques et sociétaux. En d'autres termes, on peut se demander si l'émission des « Grandes Gueules » dont la tonalité est nettement antifiscaliste et entrepreneuriale, favorable au contrat individuel plutôt qu'aux droits collectifs, est écoutée spécifiquement par la fraction du prolétariat votant à droite ou si, au contraire, elle réunit un public populaire votant aussi bien à droite qu'à gauche et dont le caractère contemporain est justement de ne plus penser le monde social avec les catégories politiques héritées du marxisme.

### ***Trajectoires socioprofessionnelles et ethos des « GG »***

Le principal caractère commun aux « Grandes Gueules » est leur trajectoire professionnelle atypique ou leur position sociale intersticielle, souvent révélatrices d'un habitus clivé qui leur permettent de satisfaire l'exigence apparemment contradictoire des concepteurs de l'émission : être à la fois des « gens comme tout le monde » et des fortes personnalités, des électeurs lambda et des citoyens particulièrement engagés, des *alter ego* des auditeurs et des individus qui ont une vision personnelle et documentée du monde. Ce profil rare ne peut être réalisé que chez des individus multipositionnés, à l'intersection entre différents univers sociaux, et suffisamment décentrés dans chacun de ces univers pour qu'ils aient un bénéfice à participer à ce type d'émission grand public, culturellement dévalorisée et dévalorisante, sans devoir en payer un coût trop élevé en termes d'image sociale dans leur principal univers d'appartenance. On remarque en effet qu'aucune des « Grandes Gueules » ne tient sa position sociale d'une intégration à une institution très légitime, ce qui les

contraindrait à une présentation de soi et une expression publique beaucoup plus contrôlées. La forme de capital qu'ils mobilisent est plus attachée à leur trajectoire qu'à leurs fonctions sociales, relevant d'un type de ressource sociale proche du réseau particulièrement diversifié, de la capacité à passer aisément d'un espace social à un autre. Par exemple, Jacques Maillot, aujourd'hui retraité, a toujours eu une position de médiation entre le monde de l'entreprise capitaliste et les valeurs humanistes des catholiques de gauche ; Gaston Kelman se définit comme un « écrivain bourguignon né au Cameroun » et tente de redéfinir la question des racines culturelles et de la citoyenneté ; Karim Zéribi, a oeuvré pour la diversité culturelle du recrutement dans la police nationale ou à la SNCF ; Sophie de Menthon est l'animatrice d'un petit mouvement patronal qui entend placer l'éthique et le respect humain au cœur de son action ; Mourad Ghazli, ancien champion de judo, présente la particularité d'être à la fois engagé dans un syndicat salarié (il est vrai très corporatiste), tout en étant membre du Parti Radical de Jean-Louis Borloo et administrateur de biens immobiliers.

L'autodidaxie (Daniel Rémy ou Claire O'Petit) ou la conversion professionnelle (Patrice Gourrier, devenu prêtre à 40 après une vie professionnelle dans une grande entreprise du secteur privé) caractérisent plusieurs « Grandes Gueules », leurs trajectoires singulières les aidant sans doute à bien tenir leur rôle à l'antenne : apporter des connaissances tout en évitant tout ton didactique, épouser une vision individualiste et libérale de la société tout en sachant créer un lien communautaire, réaliser dans leur être, par la discussion, la communauté des auditeurs de RMC<sup>17</sup>. Mais surtout, ces dispositions sont tout à fait ajustées au « destin » de cette radio (c'est-à-dire à sa position et trajectoire telles qu'elles sont objectivement et subjectivement vécues par les dirigeants de RMC) : elle est l'héritière d'une grande radio périphérique historique, populaire et généraliste tout en étant une antenne entièrement renouvelée dans un espace médiatique en recomposition. Pour réussir cette véritable conversion, la direction de RMC s'appuie sur des animateurs ayant eux-mêmes réalisé, comme les « Grandes Gueules » elles-mêmes, ce type d'opération<sup>18</sup>.

Nous l'avons constaté, les caractéristiques politiques, professionnelles et culturelles des « Grandes Gueules » sont objectivement éloignées de ceux qui les écoutent alors qu'ils se présentent comme leurs interlocuteurs privilégiés, voire leurs *alter ego*. La nécessaire identification qui permettent aux « Grandes Gueules » de composer collectivement une « figure du peuple » se joue moins sur la teneur des propos tenus ou sur leur origine sociale que sur des critères d'ordre physique : le sexe, l'âge, le grain de la voix. En ce qui concerne le sexe, 82 % des « Grandes Gueules » sont des hommes alors que 72 % de l'audience est masculine ; en ce qui concerne l'âge, les « GG » sont relativement représentatifs de l'audience, avec une sur-représentation de la tranche des 35-50 ans.

Ces caractères démographiques congruents avec l'auditoire sont particulièrement perceptibles à travers leur voix, leur façon de s'exprimer au micro, ce style linguistique qui est

---

<sup>17</sup> « Le seul problème dans cet exercice c'est qu'on ne prend pas des professionnels et eux ne sont pas ici dans une démarche professionnelle ou artistique. Donc, ils ont un positionnement particulier. On leur demande particulièrement d'être eux-mêmes et pourtant dans un exercice qui n'est pas spontané ou naturel. Donc, c'est un peu compliqué d'identifier les vrais talents. On a des critères de sélection, souvent c'est pas au début qu'on a les meilleures impressions et puis après on peut les faire travailler, évoluer tout en gardant bien évidemment leur spontanéité. Donc, c'est le plus compliqué parce que s'ils s'écoutent un peu trop, s'ils deviennent des caricatures d'eux-mêmes, ça marchera pas. » Franck Lanoux, entretien du 27 octobre 2006.

<sup>18</sup> Outre les Grandes Gueules, RMC a embauché pour d'autres émissions Brigitte Lahaie, ancienne vedette du porno reconvertie en psychologue sexologue, des vedettes sportives comme Luis Fernandez, Tony Parker ou Didier Deschamps.



si important en radio. À l'antenne, les « Grandes Gueules » adoptent un ton familier, un peu gouailleur, n'hésitent pas à se couper la parole ou à surenchérir. L'ambiance est celle d'un repas amical où les arguments, les traits d'humour et les taquineries s'échangent sur le mode de la plaisanterie. Les appels récurrents au registre de l'indignation et au sens commun construisent une forme de « proximité physique » qui permet à l'auditeur d'adhérer à l'émission et à son dispositif sans pour autant devoir souscrire à toutes les opinions personnelles des « GG » ou des journalistes animateurs. L'humour, le bon mot sont les adjuvants de la discussion et permettent de garder le contact avec l'émission même si on n'est pas toujours d'accord avec ce qui est dit à l'antenne. Ces formes d' « adhésion sans partage des convictions » sont repérables dans les entretiens réalisés avec des auditeurs et sur le blog des « Grandes Gueules », où de nombreux messages critiquent les propos tenus par telle ou telle « GG » tout en renouvelant son attachement à l'émission.

C'est essentiellement par cette médiation quasi physique que les « Grandes Gueules » se présentent comme les porte-parole du public. Ils en sont les « aînés », les « grands frères », des « semblables qui ont réussi », à la fois éclaireurs et représentants du « peuple » qui se présentent comme ouverts aux nécessaires changements induits par les nécessités économiques tout en restant ancrés dans l'identité nationale et ses valeurs républicaines. Plus que ce qui est dit, il importe de s'engager pleinement et physiquement dans la discussion pour « faire corps » avec le public.

### ***La production de l'émission***

La conformité de l'émission au format défini par la direction repose sur le savoir-faire des animateurs-journalistes en studio, Olivier Truchot et Alain Marshall, mais aussi sur Carine, journaliste et coordonnatrice d'antenne, et Sylvain, dont le titre de producteur couvre de multiples fonctions d'organisation et de coordination. Durant le direct, Thibault, le technicien qui assure la mise en onde, s'assure également du bon déroulement de l'émission (timing, rythme, audibilité des échanges, habillage sonore). Dans une équipe aussi réduite, les contraintes et objectifs de production doivent être particulièrement intégrés dans les dispositions des producteurs (ainsi que dans leurs aspirations culturelles et sociales) pour que l'émission parvienne à réaliser les objectifs d'audience fixés par la direction.

Carine, 30 ans, a une mère ophtalmologue et un père cadre moyen dans une banque à Nice. Après un passage en hypokhâgne et une faculté d'anglais, toujours à Nice, elle est diplômée d'une école privée de journalisme (non reconnue par la commission de la carte) où elle découvre le journalisme radio et le plaisir de parler au micro. Elle intègre RMC en 2000, dans les studios de Monaco, après une expérience dans une radio associative à Nice. Aux « Grandes Gueules », elle est en charge de la recherche des experts qui sont invités à s'exprimer dans l'émission et surtout, elle sélectionne et gère les auditeurs au téléphone avec l'équipe de standardistes.

Sylvain a 26 ans. Son père est enseignant en collège et sa mère chirurgien-dentiste. Ses frères et sœurs ont choisi des carrières scientifiques. Il est « monté de province » après le bac pour suivre une prépa littéraire qu'il abandonne en deuxième année, « ne se voyant pas à Normale Sup », pour continuer ses études en philosophie à la Sorbonne. Durant la licence, il fait des « petits boulots », dont celui de standardiste à RTL. Il entre à RMC en 2001. Après avoir passé sa maîtrise, il abandonne ses études

pour travailler à temps complet à RMC. Il est actuellement « l'homme à tout faire » de l'émission dans laquelle il s'investit beaucoup. Formé aux « humanités » mais n'ayant pas une formation de journaliste, on lui demande d'avoir un regard plus sociétal sur l'émission, de prendre un peu de recul pour anticiper comment elle peut être reçue par les auditeurs. Webmaster du blog de l'émission, il s'occupe également de *coacher* les « Grandes Gueules », de les rassurer ou de les recadrer à l'issue de leur prestation à l'antenne.

L'exigence de produire l'émission au moindre coût s'exprime dès le choix des thèmes traités, ou, dit autrement, à travers la sélection des « sujets de conversation des Grandes Gueules ». Au manque de temps pour rechercher des thèmes originaux s'ajoute la nécessité de puiser dans des questions déjà fortement débattues dans l'espace médiatique afin de fédérer un maximum d'auditeurs. S'intégrant explicitement à la « circulation circulaire de l'information », les thèmes des « Grandes Gueules » ont pour caractéristique d'être déjà présents dans l'espace médiatique, et d'être en quelque sorte préconstitués en objets de débat public. Il ne s'agit pas de proposer une information nouvelle ou originale, ni de participer à la « course au *scoop* » mais de commenter certaines informations fortement publicisées qui font déjà partie du « socle informationnel commun ». L'émission n'a aucune prétention d'investigation, ce qui permet de limiter considérablement les coûts de production ; elle s'appuie sur le discours médiatique d'information pour en tirer des « variations » au sens musical du terme, tout en tentant d'apporter des éclairages particuliers sur la question (notamment à travers les entretiens téléphoniques avec les experts ou les prises de position des « Grandes Gueules »).

Les sujets sont choisis dans l'actualité du jour ou plus exactement, ils semblent « s'imposer d'eux-mêmes ». L'un des critères d'excellence du journaliste, qui finit par s'intégrer à son habitus, est le « sens de l'actualité », catégorie de sens pratique chez les journalistes pour qui l'actualité est justement « ce qui s'impose », notamment à travers un rapide coup d'oeil sur les médias concurrents : *Le Parisien* est ici particulièrement consulté, tout comme les journaux télévisés de la veille. Ce fonctionnement très peu autonome n'est pas vécu comme tel et s'appuie sur un déni de la nature socialement construite des informations. Ici, une triple validation vient légitimer les sujets d'actualité traités par l'émission : celle du système médiatique qui fonctionne comme une instance de sélection et de hiérarchisation des faits jugés remarquables par une société donnée, celle des attentes supposées des auditeurs des « Grandes Gueules » déduites des chiffres d'audience et des réactions par mèl des auditeurs aux émissions précédentes, celle de leur potentiel conversationnel auprès des « Grandes Gueules » présentes en studio. C'est surtout ce dernier critère qui est retenu en pratique, ce qui confirme la position centrale des « Grandes Gueules » dans le dispositif de co-énonciation de l'émission.

« Il n'y a pas de sujet tabou. On prend des sujets qui concernent les gens, enfin, on a l'impression. On prend des sujets qui intéressent les « Grandes Gueules », qui ont des choses à dire là-dessus... Après c'est un peu au pif... Des sujets qui font réagir. Il y a des sujets dont on sait très bien qu'ils ne vont pas provoquer beaucoup d'appels... Ce n'est pas pour ça qu'on les fait pas. »

Olivier Truchot (entretien du 24 octobre 2006).

Pour les mois d'octobre et novembre 2006, 150 sujets traités ont été archivés sur le site web de l'émission. Avec 55 sujets traités, la politique est le premier thème abordé par l'émission. Dans les 2/3 des cas, il est abordé au travers des personnalités politiques, y compris sous un angle « people ». Les questions sociales et fiscales viennent ensuite (32 sujets) reliées aux problèmes économiques et à la question des « réformes » (19 sujets) ou celle des syndicats (6 sujets). L'insécurité et la délinquance (21 sujets) forment un troisième grand ensemble, étroitement liées avec les thèmes des banlieues et de l'immigration (21 sujets également), ce qui facilite les amalgames. Les sujets sur l'étranger (une dizaine) concernent très majoritairement le monde arabo-musulman, participant de fait à une vision géopolitique en termes de « choc des civilisations ». Certains thèmes concernant la France (sa place dans le monde ou son « état d'esprit ») ont une tonalité fortement « identitaire », voire « souverainiste ». La rubrique « justice » (une dizaine de sujet également) regroupe des problématiques aussi différentes que la répression de la délinquance, l'euthanasie, les libertés individuelles (fichage ADN), la défense des consommateurs ou la question assez large de la « réforme de la justice ». Cette thématique manifeste une propension certaine à aborder les problèmes de société sous l'angle des « prétentions à la justice ». Enfin, les questions écologiques sont très peu présentes à l'antenne (3 sujets seulement en deux mois) et parfois abordées de façon négative, sous l'angle de l'alourdissement de la fiscalité.

Si le pouvoir politique et intellectuel suppose la manipulation à distance des choses, des êtres et des concepts, l'ethos populaire, on le sait<sup>19</sup>, préfère la proximité et la continuité physique (d'où l'importance du corps et de la famille dans la culture populaire). Ainsi, sans surprise, parmi les représentations de la réalité véhiculées par les médias d'informations, les « Grandes Gueules » privilégient les sujets qui sont directement reliés aux expériences des auditeurs ou qui entrent en résonance avec leur vécu : le permis à point, la violence à l'école, les impôts, le choix d'un candidat à la présidentielle, l'interdiction du tabac dans les lieux publics, l'assurance-chômage, le logement, le « patriotisme économique » et la défense des emplois, etc. La montée en généralité, le passage au discours politique s'appuient toujours sur des sujets concrets, identifiables, expérimentalement connus des auditeurs. Les réalités matérielles, proches, tangibles sont le point de départ de toute discussion, ce qui explique l'absence de sujets concernant l'international ou la culture légitime, très peu partagés par les auditeurs. Le propos de l'émission n'est pas de transmettre ou de vulgariser des connaissances mais d'offrir un espace de discussion sur des sujets déjà constitués à partir de « discours sociaux circulants » qui font partie de la « culture commune ».

Outre les sujets politiques, saisis à travers les faits et gestes ou déclarations des personnalités politiques, les « Grandes Gueules » s'intéressent donc surtout aux dysfonctionnements du monde économique et social. Comme l'a suggéré Elihu Katz, les journalistes développent leur activité à partir des désordres que vivent les autres membres de la société<sup>20</sup>. Les « Grandes Gueules » se présentent ainsi comme des spécialistes des dysfonctionnements que vivent leurs auditeurs et concitoyens, ce qui leur permet de s'en proclamer les porte-parole auprès des « pouvoirs publics » et de se présenter comme une force de proposition et de réforme. Cette posture, à la fois représentative et prescriptive, est une des clés de l'ajustement du programme à son public populaire.

---

<sup>19</sup> Voir par exemple HOGGART, 1970 ; SCHWARTZ, 1990 ; VERRET, 1996.

<sup>20</sup> KATZ, 2009.

### ***La recherche des « experts »***

Une autre façon de baliser le déroulement de l'émission et d'encadrer la parole des auditeurs est la sélection des « experts » ou « intervenants autorisés » par opposition aux interventions des simples auditeurs plutôt sollicités sur les registres de l'indignation et du témoignage<sup>21</sup>. Comme la recherche des sujets traités par l'émission, cette fonction est largement collectivisée, ce qui permet de dégager plus rapidement, une fois de plus, les intervenants qui « s'imposent » (ceux-ci peuvent être des responsables associatifs, des personnalités politiques ou syndicales, des spécialistes de la question déjà plus ou moins médiatisés, etc.). La prise de contact avec ces intervenants relève plus particulièrement de la responsabilité de Carine, la journaliste en *back office*. Pour elle comme pour le reste de l'équipe, le souci premier est de réussir l'émission, c'est-à-dire de lui donner un rythme allant, de susciter des phrases polémiques et drôles entre les « Grandes Gueules » en leur donnant du « grain à moudre », mais aussi d'apporter des éclairages complémentaires au débat, parfois sur le ton de la provocation. Idéalement, l'expert convié doit pouvoir adopter le ton des « Grandes Gueules » et jouer le jeu de l'interlocution familière ou, mieux encore, être lui-même durant le temps de son intervention, une « GG », selon le diminutif souvent employé à l'antenne. C'est à ce type d'intervenant que revient la charge d'éventuellement remettre en cause les idées reçues et de donner des éléments nouveaux qui seront ensuite soumis à la discussion des « Grandes Gueules » et des auditeurs.

Le temps de conversation donné à ces intervenants spécialisés (de 4 à 7 minutes) est bien supérieur à celui qui est attribué aux simples auditeurs (de 2 à 3 minutes). Globalement, et même s'ils sont moins nombreux, le temps total d'antenne de ces intervenants approche celui de l'ensemble des auditeurs (lecture des courriels à l'antenne compris). Mais ce sont ces derniers qui donnent, avec les « Grandes Gueules », la couleur radiophonique propre à l'émission.

### ***La sélection des auditeurs***

Si « les médias fabriquent en même temps leurs programmes et leurs publics », c'est, dans le cas des émissions interactives, principalement par le truchement des auditeurs qui interviennent à l'antenne. Ceux-ci ont une double fonction : ils sont tout à la fois des représentants des différents groupes sociaux qui écoutent les « Grandes Gueules » que des fragments, ou parcelles, de la figure globale de ce public considéré cette fois-ci comme une communauté. En ce sens, le dispositif de l'émission satisfait à la conception du politique d'Hannah Arendt selon laquelle « la pensée politique est représentative. » En donnant la parole à différents points de vue, l'émission réalise un travail de représentation politique et permet l'expression d'une opinion. « Je forme une opinion en considérant une question donnée à différents points de vue, en me rendant présente à l'esprit les positions de ceux qui sont absents ; c'est-à-dire que je les représente.<sup>22</sup> »

---

<sup>21</sup> Les simples auditeurs ne servent pas seulement de contrepoint ou de faire-valoir aux « paroles autorisées ». La radio joue sur les deux catégories d'intervenants qui s'opposent et se complètent, RMC se présentant tout autant comme le porte-voix des premiers que comme une tribune pour les seconds, ce qui lui permet de se présenter comme une véritable arène politique médiatique.

<sup>22</sup> ARENDT, 1972, p. 307.

Concrètement, le processus de sélection de ces représentants médiatiques et éphémères du « peuple » est assez proche de celui décrit par Dominique Cardon dans son étude de l'émission « Les auditeurs ont la parole » de RTL<sup>23</sup>. Deux standardistes reçoivent les appels et remplissent des fiches succinctes où sont indiqués le prénom de l'auditeur, son âge, sa profession et son département de résidence. La qualité de la liaison téléphonique, la capacité d'expression et l'implication de l'auditeur dans ce qu'il dit sont aussi évaluées. Après ce premier filtre, Carine, la journaliste qui travaille en régie, rappelle quelques auditeurs qui lui semblent intéressants pour « bavarder un peu avec eux » et tester leurs capacités interlocutives. Elle complète la fiche qu'elle envoie sur les écrans tactiles du studio et négocie avec les animateurs les passages à l'antenne. Elle « *briefe* » ensuite le candidat à l'expression publique en lui donnant, par exemple, la consigne de dire « Bonjour les Grandes Gueules » d'un air jovial ou encore de reposer clairement sa question sans faire référence au mèl ou à la discussion précédant son intervention à l'antenne. Les auditeurs jouent tous le jeu, ils endossent ainsi le costume d'une personne publique et deviennent une « Grande Gueule » le temps de leur appel.

Le bon auditeur n'est pas jugé sur ses connaissances ou la correction de son langage mais sur la vivacité de son expression, son acceptation des règles de l'émission et l'intérêt de son témoignage.

« Il faut une diversité de l'intelligence ; c'est-à-dire qu'il faut que le très bon auditeur, je n'ai pas besoin de lui parler longtemps, il pige tout de suite ce que j'attends de lui, il y en a même à qui je mets directement le marché en main, c'est-à-dire là, j'ai besoin que vous disiez ça et ça, je sens que vous en êtes capable, ou alors je l'induis, je l'implique et l'auditeur pige et est d'accord pour jouer le jeu parce qu'il aime l'émission et parce qu'il a compris que c'était aussi du show, du spectacle. Les critères, c'est cette espèce de vivacité, de réactivité de la part de l'auditeur. J'essaie sur certains sujets qui sont un peu pointus de poser plusieurs questions assez rapidement pour voir si la personne tient la route et est capable de suivre une discussion pendant 3 – 4 minutes.

[...] Dans ma tête, je sais déjà où je dois aller avec cet auditeur, ce que je veux entendre de l'auditeur. S'il le dit qu'à moitié, c'est à moi d'utiliser des moyens ouverts ou détournés pour que lui exprime ce que moi je veux entendre. [...] Il y en a que je provoque, que je mets en colère, que je chauffe avant de passer à l'antenne. Et il y en a, je leur dis carrément, on dirait que vous êtes triste comme les pierres aujourd'hui... Soit j'utilise la vexation, soit l'humour, soit la complicité, un petit peu de séduction pour certains aussi, ce qui m'arrive rarement, mais bon je mens parce que je veux obtenir une réaction en face et voilà, c'est une histoire de cuisson ou de température. Pour moi les auditeurs c'est un peu de glaise qu'on modèle comme ça et on met un soupçon de ça et de ça, on chauffe et on voit tout de suite à l'antenne, c'est chaud devant. C'est un peu ça. »

Carine, entretien du 24 octobre 2006.

Cet extrait d'entretien dit tout le travail préalable qui est effectué sur la parole des auditeurs avant le passage à l'antenne. Ce travail de mise en condition, voire de formatage de la parole des auditeurs, n'est pas le seul fait des émissions plutôt destinées aux publics

---

<sup>23</sup> CARDON, 1995.

populaires mais commun à toutes les émissions de rétroaction des publics<sup>24</sup>. Il ne s'agit pas de produire un échantillon représentatif de la population, ni de privilégier la « recherche de la vérité », mais de construire l'espace de discussion nécessaire au bon déroulement de l'émission. En ce sens, c'est moins le sens pratique du journaliste d'investigation qui est mobilisé que celui de l'animateur de débat qui compose le spectacle radiophonique en fonction du sujet traité et de la composition du studio.

« Je connais la personnalité, les positions des Grandes Gueules qui sont à l'antenne. Je sais, parce que ça fait 3 ans qu'on travaille ensemble, que des sujets il n'y en a pas des tonnes, il y a des sujets récurrents qui reviennent sur le devant de la scène à cause d'une actualité récurrente, les cycles (les 35 heures, les discriminations, le problème de logement, le pouvoir d'achat, le chômage). Donc, je sais comment vont se positionner mes Grandes Gueules et ce qu'elles vont exprimer. Maintenant, pour créer du débat il faut bien qu'en opposition, j'ai quelqu'un qui dise l'inverse au bon moment. [...] C'est par rapport à ce que j'entends à l'antenne que je vais choisir mes auditeurs. Soit c'est un témoignage qui va corroborer ce que disent les Grandes Gueules, donc il y aura une valeur ajoutée parce qu'on l'aura entendu en direct d'un témoin ou bien un témoignage qui va infirmer, créer de la polémique. »  
Carine.

Le lieu physique de RMC où se cristallise le public tel qu'il est audible sur les ondes est donc le seuil de la porte toujours ouverte qui sépare la régie, où se tient Sylvain, en permanence en contact avec Olivier Truchot et Alain Marschall et le couloir, où sont postés Carine et les standardistes. Le processus de production d'auditeurs à l'antenne consiste en une série d'opérations pendant laquelle l'ajustement de la parole de l'auditeur avec la pièce radiophonique en cours de représentation est constamment vérifié. Les standardistes n'écoutent pas l'émission et se contentent de remplir les fiches tout en faisant une première évaluation des compétences de leur interlocuteur ; Carine a sur son bureau une enceinte de *monitoring* qui lui permet de suivre l'émission mais elle la baisse lorsqu'elle rappelle les auditeurs ; Sylvain écoute l'émission tout en dialoguant avec Carine pour finaliser la sélection des auditeurs. Il fait des va-et-vient avec l'intérieur du studio ou, par la téléphonie interne, joue le rôle du souffleur de théâtre et demande aux animateurs de conclure avec un intervenant pour prendre tel ou tel auditeur dont il vante brièvement les mérites. Sylvain est l'ordonnateur caché du dispositif : à la fois dans et hors le studio, il cristallise sur sa personne toutes les relations entre les différents agents qui participent au dispositif : auditeurs, standardistes, journalistes, « Grandes Gueules », responsables de l'antenne.

Une boucle de rétroaction est ainsi mise en place, qui participe à la définition d'un contrat de lecture et d'un « auditeur institutionnel »<sup>25</sup>, le passage des auditeurs à l'antenne finissant par construire, pour les éventuels candidats à l'expression publique, un modèle qu'il faut imiter pour avoir une chance d'être sélectionné. Comme le note Dominique Cardon lors de sa recherche à RTL, cette sélection repose « moins sur les personnes et leurs capacités données une fois pour toute mais sur les propriétés de la situation d'énonciation »<sup>26</sup>. Pour tirer

---

<sup>24</sup> GOULET, 2004.

<sup>25</sup> Dans la mesure où c'est l'institution médiatique qui définit les normes de la communication publique et oblige son interlocuteur à interioriser celles-ci (ESQUENAZI, 1995). La norme est d'autant plus évidente et légitime que l'émission est diffusée depuis longtemps (ROUQUETTE, 2001, p. 18-19).

<sup>26</sup> CARDON, 1995, p. 146.

toutes les conséquences de cette proposition, il faut sans doute renoncer à toute analyse de ces émissions de rétroaction des publics en termes d'accès des auditeurs ou citoyens à « l'espace public » ou à l'espace médiatique mais en termes de construction de forme de discours médiatisés légitimes. Ainsi, une comparaison entre la structure de la population française, celle de l'auditoire de RMC et des Grandes Gueules, celle de l'ensemble des fiches établies puis celle des auditeurs passant effectivement à l'antenne n'aurait guère de sens. Que cela soit dans une perspective normative et idéaliste de « l'espace public » ou dans une perspective critique qui dénonce les inégalités sociales d'accès aux différents espaces médiatiques, ce type de comparaison tend à ignorer les mécanismes concrets de production de sens qui sont aussi des mécanismes de production des publics préajustés aux usages possibles des messages. Au contraire, les points de vue qui s'articulent progressivement à l'antenne prennent appui sur le va-et-vient du seuil de la régie et les interactions de Sylvain et Carine avec les standardistes et les animateurs journalistes, ce seuil étant l'« opérateur secret » dont parle Dominique Cardon dans son étude de RTL : « C'est ici, dans cet interstice du dispositif que se manifeste la structure sociale qui produit conjointement et simultanément l'information et sa pré-réception sous forme d'opinion publicisée » (*Ibid.*, p. 151). Cette configuration du socialement dicible pour les auditeurs de RMC relève non de la vérité de raison ou de la vérité de fait mais de la doxa, « imparfaite opinion qui oscille entre croyance et connaissance » (*Ibid.*, p. 146. Dominique Cardon suit ici Arendt (1972)). Le travail proprement politique des « Grandes Gueules » consiste à mettre en avant certaines compétences discursives plutôt que d'autres et à produire, au travers des « Grandes Gueules » présentes en studio ou des invitées à s'exprimer par téléphone, des figures idéales de « représentants du peuple ». Pour que l'émission fonctionne, c'est-à-dire séduise des auditeurs, « trouve son public », il faut qu'elle se présente selon des schèmes acceptables par ceux-ci, par le contenu de ce qui est dit mais surtout par la manière dont c'est dit, selon un régime d'intervention publique qui trouve un écho réel dans les catégories de perception et de jugement populaires.

Les « Grandes Gueules » sont souvent considérées comme « populistes ». Ce jugement d'ordre moral, qui révèle surtout un sociocentrisme qui n'a pas rompu avec le légitimisme politique et culturel, a l'inconvénient de gêner l'analyse des phénomènes proprement politiques que cette émission révèle. Or, l'analyse de la production ne dit pas tout du processus de communication. Si la « production de la réception » et la construction médiatique et politique de porte-parole largement auto-proclamés nous ont amenés à nous attarder sur le dispositif de l'émission et sur les propriétés sociales de ses participants, on ne peut en déduire pour autant l'ensemble des compétences politiques qui sont effectivement mobilisées par les auditeurs. Pour en avoir une idée plus précise et sans *a priori*, il est utile de relier les contenus et les formes de ce débat radiodiffusé à ce qu'en disent les auditeurs.

## **2. Compétences politiques populaires et production des opinions**

Les résultats présentés ici sont issus de l'analyse de contenu de l'émission et d'une série d'entretiens exploratoires avec cinq actifs masculins, âgés de 30 à 50 ans, auditeurs très réguliers des « Grandes Gueules ». Deux d'entre eux sont des artisans-commerçants, deux autres des employés, le dernier un enseignant vacataire d'origine étrangère en mobilité sociale ascendante. Si le public approché à travers ces entretiens n'est pas représentatif de l'ensemble

de l'auditoire, quelques éléments peuvent être avancés comme autant de pistes pour une recherche plus exhaustive à venir.

### *Liberté d'expression et esprit de tolérance*

Très souvent mis en avant à l'antenne ou dans les propos des journalistes et responsables de RMC, la liberté d'expression est, pour les auditeurs, le premier fondement de leur engagement dans l'écoute des « Grandes Gueules ». Au contraire d'une compétence spécifique sanctionnée par un titre scolaire, d'un « droit à parler » acquis par des connaissances ou une position sociale particulières, la liberté d'expression est d'abord considérée comme un droit irrévocable d'où découle la possibilité de participer pleinement à l'émission. Le fait que des personnes ayant des caractères socioculturels en apparence proches des auditeurs prennent la parole est ressentie comme la preuve de l'ouverture à tous de cet espace de discussion publique et réalise ainsi, au moins formellement<sup>27</sup>, les conditions d'une discussion démocratique sur le modèle de l'universalité du droit de vote.

« Les « Grandes Gueules », j'aime bien parce que je me reconnais beaucoup dans certaines personnes qui appellent. Il y a des fois, il dit la chose, c'est tout juste si j'ai l'impression de m'entendre moi. Je me dis : « Merde, exactement, c'est moi. » » (Mohammed, chauffeur livreur en produits pétroliers)

Lorsque le 11 décembre 2008, une « GG », Pascal Perri, professeur d'économie et consultant en entreprise, s'interroge sur le prix élevé du pain « alors que le cours du blé a été divisé par deux », il semble mettre en cause les boulangers. Le sang d'Ivan, lui-même boulanger, ne fait qu'un tour : « Je travaille 12 h par jour, pour 1000 euros par mois. Alors quand j'aurai fini de rembourser mes crédits, j'aimerais pas qu'on vienne me dire que je suis un profiteur. Ça me brûlait d'appeler... mais un collègue s'en est chargé ! »

Cette possibilité d'expression personnelle, ou déléguée à des semblables, a pour corollaire l'ouverture à la diversité des points de vue. L'attachement à ce pluralisme et à la prise en compte du point de vue d'autrui n'est ainsi pas tant le résultat d'une posture morale que d'un intérêt concret à sauvegarder les conditions de sa propre expression.

Mohammed, qui est français de culture musulmane, relève ainsi qu'une des « GG », l'avocate Anna Salabi, est juive et ajoute : « C'est ça que j'aime bien aussi, il y a de tout. ». Il porte le même type de jugement sur la présidente d'Etic : « Sophie de Menthon, je l'aime bien. Bah, je ne suis pas toujours d'accord mais elle y va, quoi ! »

Daniel, en mobilité ascendante (né dans une famille pauvre du Congo-Brazaville, venu en France pour suivre des études d'économie, actuellement enseignant vacataire dans un lycée), note que « il y a toutes les sensibilités » ce qui lui permet de « prendre la tendance » de l'opinion.

Ivan, aux idées proches de Nicolas Sarkozy aime particulièrement Karim Zéribi, pourtant marqué à gauche, car avec lui, « c'est la diversité qui rentre dans la politique ».

---

<sup>27</sup> On a vu que le « droit d'accès » à l'antenne était tout théorique. Par ailleurs, malgré l'importance de l'audience, le standard de l'émission (2 ou 3 standardistes) n'est jamais débordé.



De ce fondement découle une tolérance de principe pour tout ce qui est exprimé à l'antenne, les propos diffusés étant d'autant plus acceptables qu'il est permis de ne pas y adhérer ou de prendre partie d'en rire.

Ainsi Daniel constate qu'il y a de nombreux débats sur la réforme de la fonction publique : « La fonction publique, généralement, la tendance, c'est « on tape dessus ». On tape sur les fonctionnaires, on tape sur les enseignants... ils sont tout le temps en vacances ! » Comme il travaille dans l'Education nationale et tente de se faire titulariser, je lui demande s'il n'est pas gêné par la tonalité générale de l'émission. « Non, pas particulièrement. Ça me fait rigoler, quand même. C'est les gens, justement, il y a une anecdote : il y a une dame, elle était prof, et puis il y avait un routier. Donc la femme s'était plainte des heures de travail, faut préparer les cours, corriger les copies, en même temps, on ne gagne pas beaucoup d'argent et puis justifier un peu pourquoi régulièrement on était en grève, et puis le routier qui appelle pour dire qu'il était scandalisé d'entendre quelqu'un de privilégié comme cette prof : « vous êtes tout le temps en vacances ». La prof, elle lui dit « vous savez ce que je fais aujourd'hui, là ? » « Non . » « Et bien justement c'est les vacances et je suis en train de corriger les copies du bac blanc. » « J'aimerais être à votre place en train de corriger les copies du bac blanc plutôt que de faire la route Barcelone - je ne sais où il partait. » La dame un peu excédée lui dit alors « vous n'avez qu'à faire le concours, faite le concours... » Non, en fait, il discute sur tous les problèmes : l'homophobie, le racisme, actuellement les sans-papiers, tous ces problèmes... »

Néanmoins, malgré la liberté de ton affichée, les propos tenus à l'antenne sont fortement contrôlés. Lorsque des auditeurs tiennent des discours racistes ou antisémites passibles d'enfreindre la loi Gayssot, les animateurs leur coupent la parole ; malgré la familiarité de leur expression, les « GG » elles-mêmes ont toutes des idées relativement consensuelles et ne s'écartent guère des limites du débat politique tel qu'on peut l'entendre au Parlement. La liberté de parole des « Grandes Gueules » réside bien plus dans la forme que dans le fond, les idées dérangeantes ou subversives n'étant guère assumables parce que justement trop étrangères au sens commun sur lequel repose la discussion en studio.

Ainsi, pour ses auditeurs, l'émission des « Grandes Gueules » réalise toutes les conditions d'une arène politique démocratique où tous les points de vue, à condition qu'ils n'enfreignent pas la loi républicaine, peuvent être défendus et où chacun peut prendre alternativement la position de discutant ou de témoin de la discussion. Les règles d'expression à l'antenne et la présence de l'auditoire, tout autant réel qu'imaginé, permettent de construire cet « autrui généralisé », cet instance universalisée qui donne valeur sociale à ce qui peut être publiquement soutenu et qui participe à la construction de « l'opinion commune ».

### ***Indignation, rapports de classes et sens de la justice***

Parce que les « Grandes Gueules » sont perçues comme un espace de discussion politique, elles sont aussi considérées comme une arène médiatique où se poursuit et se visibilise la lutte sociale telle qu'elle est vécue par les auditeurs dans leur vie professionnelle et personnelle. Ce positionnement dans la hiérarchie sociale et la façon de le revendiquer a une connotation fortement identitaire. Comme on vient de le voir dans les extraits d'entretiens précédents, où une enseignante s'opposait à un chauffeur routier ou lorsque le boulanger

contestait les propos de l'économiste, les rapports sociaux, voire les rapports de classe, structurent la discussion.

Au plaisir de la joute verbale et de l'échange d'arguments s'ajoute le plaisir de l'indignation qui permet de rassembler, au moins pour un temps, un groupe d'auditeurs dans lequel on s'inclut sur un mode imaginé autour d'un problème ou d'une injustice. En apparence, tout peut se dire aux « Grandes Gueules », le débat y est moins policé que dans les autres émissions politiques ou dans les journaux télévisés.

« Le « Pipeau de Maillot », ça change un peu. Ils disent les quatre vérités à tout le monde, c'est pas au 20 heures de TF1 qu'on entendra ça. Souvent Jacques Maillot dénonce les abus des politiques. » (Ivan .

Farid, gérant d'un pizzeria, apprécie le ton décalé et non conformiste des « Grandes Gueules » qu'il rapproche d'un média alternatif comme le Réseau Voltaire<sup>28</sup> lequel répond directement à son intérêt pour la question palestinienne et à sa sensibilité anti-américaine<sup>29</sup>.

En permettant d'actualiser concrètement la division de la société entre « eux » et « nous »<sup>30</sup>, entre « petits » et « gros »<sup>31</sup>, l'indignation est un opérateur qui permet d'articuler force du nombre et exigence de justice, deux catégories particulièrement prégnantes dans l'ethos populaire. De cette façon, les problèmes peuvent être appréhendés de la façon la plus élargie possible, les points de vue soutenus gagner en force, puisque « la confiance dans le nombre, qui est supposé entretenir les mêmes opinions, est à la base de la revendication de validité élevé par le sujet pour l'opinion qu'il soutient »<sup>32</sup>.

L'indignation qui repose sur l'expérience personnelle, est d'autant plus vive que les problèmes abordés touchent de près les préoccupations des auditeurs. Aussi, sans surprise, les thèmes de discussions les plus appréciés sont ceux qui peuvent s'appuyer sur les expériences concrètes des auditeurs sur lesquelles ils construisent leur « sens pratique », dans l'acceptation du terme qu'en a donné Pierre Bourdieu, « coïncidence des structures objectives et des structures incorporées qui provoque l'illusion de compréhension immédiate, caractéristique de l'expérience pratique de l'univers familier »<sup>33</sup>. Ce sens pratique peut ainsi s'appliquer à propos des enjeux de l'éducation des enfants, de la question du « respect » dans les relations sociales, de celle de l'équité, ou de tout ce qui touche l'argent et la fiscalité, dans un souci de trouver un « juste équilibre » entre rémunération de l'effort et la nécessaire redistribution.

### *Sens pratique et naturalisation*

Ce sens pratique qui est à la base du sens commun ne dérive pas uniquement de pratiques concrètes ou de préoccupations familiales, il peut être également l'objet d'une construction

---

<sup>28</sup> Animé par le journaliste Thierry Meyssan, ce site qui se présente comme un « réseau de presse non-aligné » est extrêmement critique envers les Etats-Unis. Il dénonce l'impérialisme atlantiste et remet en cause la thèse officielle de l'attentat islamiste le 11 septembre 2001 à New York.

<sup>29</sup> Les autres auditeurs interrogés ont des pratiques médiatiques plus conventionnelles. Ainsi, plutôt que les médias alternatifs comme *Indymédia*, *Backchich* ou le *Plan B*, le titre de presse le plus cité est *Marianne*, qui présente des caractères critiques et polémiques assez proches de cette émission.

<sup>30</sup> HOGGART, 1970.

<sup>31</sup> BIRNBAUM, 1979.

<sup>32</sup> QUÉRÉ, 1997, p. 404.

<sup>33</sup> BOURDIEU, 1980, p. 44.

préalable par les médias qui parviennent à l'imposer comme « allant de soi », notamment par des opérations d'amalgames et de liens de causalité directe. Ces modes de raisonnement, qu'ils soient fondés sur des expériences personnelles ou des expériences médiatiques, rendent compte des réalités sociales par la médiation des corps, si importante pour les milieux populaires, et donnent le primat à ce qui apparaît comme immédiatement visible<sup>34</sup>. La preuve de la pertinence de la conjonction ou de la causalité est donnée par l'observation, directe ou non, des régularités qui obtiennent ainsi le statut d'évidence. Ce sont donc des catégories cognitives proches de la rationalité scientifique qui sont mobilisées, même si elles n'ont pas la rigueur dans la construction du corpus et des éléments d'objectivation. Cette parenté de démarche explique à quel point il est facile, pour l'individu ordinaire comme pour le scientifique, de passer de la discussion experte, informée et rigoureusement contrôlée, à la « discussion de café » où s'échangent des impressions et des opinions, glissement qu'opèrent en permanence les « Grandes Gueules » de RMC. L'opinion commune, ou la doxa, n'est ainsi ni une croyance, ni une forme provisoire de connaissance<sup>35</sup> mais « une abstraction incertaine, une sorte d'amalgame produit par une pratique rituelle qui fait entrer un même symbole dans des relations différentes et vice versa, notamment en jouant sur les rapports d'opposition structurants et les dichotomies fondamentales »<sup>36</sup>.

Les « banlieues », thème très souvent abordé par les « Grandes Gueules », est un bon exemple de ce travail de naturalisation des régularités qui produit des « abstractions incertaines », notamment au travers de l'usage de certains mots dont l'acceptation en apparence partagée vient recouvrir des conceptions différentes de phénomènes par ailleurs complexes. Sans entrer dans les détails de la construction sociale et médiatique de cette réalité spécifique, aujourd'hui étudiée par de nombreux chercheurs<sup>37</sup>, on peut en souligner la force d'attraction pour un large public. Les « banlieues » sont en effet un sujet de conversation commun sans être consensuel, un « topic » où chacun pourra apporter sa vision des choses et la confronter avec d'autres positions déjà suffisamment identifiées pour être facilement désamorçables, où les arguments peuvent s'échanger comme lors d'un affrontement plus ou moins ritualisé sur un terrain suffisamment large pour supporter toutes les contradictions et rester ouvert au débat. Les événements spectaculaires dont elles sont régulièrement le cadre, les multiples initiatives gouvernementales pour tenter d'en « traiter les problèmes », donnent enfin un caractère de feuilleton à ce sujet. En ce sens, il s'agit d'un thème « fédérateur », d'autant plus qu'il permet de mettre en scène plusieurs dimensions constitutives de l'être social comme la question de l'identité (nationale et/ou communautaire), du rapport à la loi et à la règle, de la redistribution et de la justice sociale, du rapport entre responsabilité individuelle et contrainte sociale (jusqu'au peut-on prendre en compte les « handicaps sociaux » pour justifier les conduites individuelles ?), de la définition de la violence légitime, de la socialisation familiale et collective des adolescents, etc.

L'émission du 26 novembre 2006 peut montrer une des façons de créer du « sens commun » sur ce sujet à partir d'éléments disparates. Alors que « l'anniversaire des émeutes en banlieue » approche, des jeunes gens brûlent des bus dans des quartiers périphériques. C'est « l'actualité du jour », qui s'impose par l'effet de date anniversaire. Le discours commun des « Grandes Gueules » (B. Delcroix, D. Rémy, J.

---

<sup>34</sup> Sur le primat des schèmes corporels et l'ordonnement du social à travers les corps, voir BOURDIEU, 1980, p. 115 et 116.

<sup>35</sup> Sur ces points, voir QUÉRÉ, 1997, qui discute H. Arendt et O. Ducrot.

<sup>36</sup> BOURDIEU, 1980, p. 146 et 147.

<sup>37</sup> Voir par exemple CHAMPAGNE, 1993 et SEDEL, 2009.

Maillot, K. Zéribi, un plateau qui, pour une fois, penche plutôt « à gauche ») veut éviter les généralisations abusives : tout le monde n'est pas délinquant en banlieue, c'est juste une « minorité dangereuse », qualifiée comme « une poignée de fous furieux », un « noyau dur ». La majorité des habitants de ces quartiers sont des gens modestes, qui « ont besoin de leur voiture ou du bus pour aller bosser ». En affirmant refuser l'amalgame dépréciatif sur les banlieusards dans leur ensemble, les interventions finissent par construire une autre opposition, celle entre les honnêtes gens des quartiers et contre la minorité de jeunes gens (souvent d'origine maghrébine ou africaine) qui met le désordre et qu'il faut « traiter comme un cancer ». Dès lors, les précautions sémantiques ayant été prises, le discours bascule dans des considérations communes d'ordre sécuritaire : « On a fait dans ces quartiers preuve de laxisme », « il faut d'abord restaurer l'ordre », etc., tout en reconnaissant qu'il faudra bien « résoudre les problèmes de fond qui minent ces quartiers » et en premier lieu celui du chômage. Un point d'équilibre proprement politique est maintenu entre la position répressive et la position préventive (c'est-à-dire entre les « réalistes » et les « angélistes » selon une terminologie qui s'est imposée dans le métadiscours médiatique). De fait, une corrélation est objectivement posée par les « Grandes Gueules » entre délinquance, banlieues et islam, avec en toile de fond et de manière implicite une lecture en terme de « choc des civilisations » que l'on peut également percevoir à travers l'omniprésence du monde arabe et des conflits qui le traverse dans les rares séquences d'actualité internationale traitées par l'émission.

### *La question politique de la responsabilité individuelle*

Plus que le clivage politique droite/gauche, la principale opposition structurante qui organise l'auditoire de l'émission comme les « GG » elles-mêmes, est l'affrontement entre une conception individualiste de la société, considérée comme la somme d'individus libres et responsables de leur propre destin, et une conception plus « collectiviste » ou holiste, où les effets de structures sont prédominants et où les individus sont d'abord le produit de leurs conditions objectives d'existence. Ce vieux débat entre déterminisme et liberté est âprement discuté chaque jour dans le studio des « Grandes Gueules ». Principal ressort de l'émission, il est également central dans les propos des auditeurs rencontrés.

Ainsi Mohammed, chauffeur-livreur, constate qu'il a du mal se faire des amis masculins, qui lui semblent plus enclins « à faire des combines qu'à se prendre en main » : « [Les filles] veulent s'en sortir. Elles veulent s'en sortir... Elles sont beaucoup plus... Elles cherchent. »

Ivan, qui vient d'acheter il y a trois ans sa première boulangerie, insiste sur son désir de réussite : « Quand j'aime quelque chose, je le fais à fond. Quand j'aime quelque chose, je m'en donne les moyens, il n'y a personne d'autre qui me l'apportera. Le sport ou le boulot, c'est pareil. J'avais pas l'intention de rester ouvrier et de me faire commander toute ma vie. » Ayant vécu deux ans aux Antilles, Ivan aime bien le discours volontariste de Gaston Kelman : « Il faut que l'Afrique se bouge, arrête les subventions, il faut qu'elle aille vers l'avenir. Ils ont encore le traumatisme de l'esclavage, il y a en a qui se croient encore esclaves. »

Cette conception individualiste de la société n'est pas incompatible avec une vision nationaliste de la communauté qui se traduit par des formes de ressentiments envers les travailleurs étrangers qui seraient mieux traités que les nationaux<sup>38</sup> ou qui ruineraient par leur nombre toute tentative d'améliorer ses conditions de négociation sur le marché de l'emploi (le syndrome du « plombier polonais » que l'on retrouve dans les propos de Mohammed ou Patrick, conducteur de car, qui est « contre l'Europe » : « Cela m'a écoeuré qu'on ait payé pour les Espagnols, les Portugais et les Grecs, les Italiens aussi, et maintenant il faut payer pour les Roumains, les Tchèques, les Hongrois ! »). Cet apparent paradoxe est levé dans la mesure où, pour ces personnes, l'Etat-Nation reste - ou devrait rester – le lieu et le garant du plein exercice d'une liberté individuelle responsable aux yeux des autres citoyens. Au contraire, toute ouverture à des forces économiques ou culturelles extérieures est ressentie comme une menace dans leur recherche de conditions de vie optimales. Les conceptions « individualistes et subjectivistes du discours social moderne, celui dans lequel nos sociétés formulent leur compréhension et leur interprétation d'elles-mêmes »<sup>39</sup>, déjà présentes dans le milieu des professions indépendantes manuelles dont on connaît les proximités de valeurs avec le monde ouvrier, se sont diffusées dans les milieux populaires alors que le cadre général de pensée politique est resté celui de l'Etat-Nation républicain. De ces transformations découlent certaines prises de position qui peuvent sembler contradictoires ou ambivalentes et que l'on pourrait qualifier d'un « libéral-républicanisme » plus ou moins autoritaire.

Toute analyse politique, rappelle Daniel Gaxie, doit « non seulement décrire les prises de position mais aussi s'interroger sur les conditions à leur adhésion »<sup>40</sup>. Or, sous l'effet des transformations économiques et sociales, les idéologies politiques traditionnelles se trouvent en porte-à-faux, si bien que les prises de position populaires peuvent apparaître très ambivalentes au regard des catégories d'opposition jusqu'alors constituées par la science politique. Elles n'en ont pas moins leur cohérence, comme façon de se mettre en conformité, au moindre coût, avec les structures objectives.

### ***Ambivalence des opinions ou reformulation politique ?***

Dans le domaine politique, il ne se discute pas des vérités, qu'elles soient de raison ou de fait, mais des opinions qui peuvent être ou prétendre à devenir communes, c'est-à-dire soutenables devant autrui avec une chance de succès<sup>41</sup>. L'enjeu de la lutte argumentaire est *in fine* cette conquête d'une opinion partageable et partagée, la constitution d'un « sens commun », d'une « doxa ». Que l'argumentation s'appuie sur des faits objectifs et vérifiés, sur des processus logiques (vérité de raison ou rigueur rhétorique) ou d'autres catégories morales et politiques comme le droit à la « liberté d'expression » ou l'exigence de « sécurité », elle cherche toujours à s'imposer par la force du nombre ou celle de l'évidence. Si « la discussion constitue l'essence même de la vie politique »<sup>42</sup>, tout l'enjeu de la lutte politique est justement de rendre indiscutables certaines valeurs et visions du monde. Dans la société réelle, il n'est

---

<sup>38</sup> Ce sont les propos de Farid lorsqu'il explique pourquoi il a quitté la Marine marchande algérienne : « Ça m'a déçu comme travail, parce que nous n'étions pas assez payés par rapport à la main d'oeuvre étrangère, et moins considérés. Ce qui m'a le plus déçu... Il y a beaucoup de détails. Par exemple, nous, les Algériens, il fallait rejoindre le bateau à nos dépens. Pas les étrangers. Un chauffeur venait les prendre à l'aéroport. Ils étaient logés dans les meilleurs hôtels d'Alger. »

<sup>39</sup> QUÉRÉ, 1997, p. 391.

<sup>40</sup> GAXIE, 2002, p. 148.

<sup>41</sup> « L'opinion et non la vérité est une base de tout pouvoir », rappelle Hannah Arendt (1972, p. 296).

<sup>42</sup> ARENDT, 1972, p. 307.

plus question d'une « discussion désintéressée », mais, au contraire, d'une discussion armée de tous les moyens, de tous les pouvoirs de séduction et de contrainte possibles. Bref, d'une discussion proprement politique. Plutôt que juger les registres acceptables de la prise de position politique en démocratie, il faut donc simplement considérer la « compétence politique » comme une capacité d' « universaliser ses intérêts particuliers » par quelque moyen que ce soit, le travail politique étant justement la retraduction de ses préoccupations propres dans le langage de l'intérêt général.

Sur ce plan, les vives discussions des « Grandes Gueules » présentent pour leurs auditeurs tous les attributs de l'authentique et sincère discussion politique, c'est-à-dire d'un processus public qui permet de trancher entre intérêts antagonistes. Ivan remarque que « les avis différents permettent de progresser sur ses idées, ça permet de trouver des arguments, des raisons, d'y réfléchir un peu plus avant de parler. » Mohammed apprécie que les « GG » changent parfois de point de vue durant la discussion. Ivan, bien que « du même bord » que Sophie de Menton « la trouve un peu borné, avec des points de vue trop arrêtés par rapport à ce qu'elle pense. Aujourd'hui, ce qui est bien, c'est de pouvoir changer de point de vue, elle, son amour pour Nicolas Sarkozy est trop fort ! » En revanche, Farid, qui a une bonne mémoire, apprécie moins les changements de position des « GG » d'une émission à l'autre. Si changer d'opinion au cours d'une discussion est une preuve d'ouverture d'esprit, tenir des opinions divergentes à des moments différents est considéré comme de l'incohérence ou de l'opportunisme.

Cette ouverture à l'avis d'autrui est concomitante avec une activité constante de réassurance identitaire où les individus cherchent à renforcer leurs convictions tout en gérant leurs contradictions. Cette double injonction explique que les propos politiques des auditeurs des « Grandes Gueules » interrogés (qui représentent, rappelons-le, la fraction des classes populaires la plus en affinité avec les valeurs et aspirations des professions manuelles indépendantes et des artisans commerçants) peuvent apparaître particulièrement ambivalents : mélange d'opinions et de prises de position plutôt à gauche, quand il s'agit de se situer sur l'échelle sociale et de dénoncer les inégalités, et de propos franchement à droite quand il s'agit de défendre le travail, le mérite et la responsabilité individuelle opposés au laxisme et à l'assistanat.

Ainsi, Patrick, conducteur de car pour Kéolis en Vendée, est syndiqué à FO et tient un discours offensif contre son chef de service, « un gars très bien, parfait, hormis son total manque d'humanité. » Il raconte que, durant le renouvellement de la délégation de service public, son chef finissait à 2 heures du matin et dormait sur place ou dans sa voiture pour reprendre le lendemain à 7 heures. Et ce durant 3 semaines. « C'est un vrai malade qui ne vit que pour sa boîte et sa carrière ». Il dénonce l'hypocrisie des NAO (négociations salariales annuelles obligatoires), l'attitude de l'Etat, le principal actionnaire de Kéolis *via* la SNCF, et prédit une grève des chauffeurs : « Les conducteurs ont tout avalé, mais cela va gronder, ils vont se rendre compte du pouvoir qu'ils ont, plus que les routiers. Eux, c'est les marchandises, nous, c'est les gens, les voyageurs ! » En revanche, il ne remet absolument pas au cause le système capitaliste : « Moi, que l'entreprise fasse des bénéfices, ça ne me dérange pas. Il faut des actionnaires, il faut que les gens investissent. Mais il faut partager les bénéfices. Sarkozy a dit « la règle des trois tiers », mais moi j'attends toujours de voir venir. Il n'y a pas de loi là-dessus, rien. »

Alors qu'il a voté de Villiers lors de la dernière élection présidentielle, il ne peut s'empêcher de communiquer son admiration pour François Mitterand et sa capacité à « emboucaner » son monde, mentir, dissimuler, retourner sa veste. Il évoque sa phrase « dans les yeux, je vous le dis ». Cela le fait beaucoup rire : « C'était quelqu'un, il avait de l'aplomb, du culot. »

Cette ambivalence, souvent très marquée dans les milieux populaires, est autant explicable par des trajectoires professionnelles cahotiques entre secteur protégé et précaire, entr des statuts de salarié ou d'indépendant que par le brouillage des discours politiques.

Mohammed affirme ainsi qu'il peut se reconnaître dans beaucoup de monde : « Je peux me reconnaître sur un patron qui va se plaindre parce que, par exemple, il a trop de charges ou un truc comme ça, comme on dit mais moi je ne suis pas patron, je suis ouvrier et... Je peux me reconnaître dans la femme divorcée avec des enfants, il y a beaucoup de choses dans lesquelles je peux me reconnaître. Je tranche pas. Aux dernières élections, c'est vrai que je ne savais pas quoi voter. J'ai hésité entre Ségolène et Sarkozy. Carrément les extrêmes. Au premier tour, j'ai voté Ségolène et au deuxième tour Sarkozy.

*Q. Vous avez fait ça ? Ha ouais ? Le débat, ça ne vous a pas convaincu ?*

Non j'avais mon... C'est pas un débat qui m'a... Au soir du premier tour, je savais déjà que j'allais voter Sarkozy au deuxième.

*Q. Vous avez hésité avec d'autres candidats au premier tour ?*

Non, sans hésiter. Non c'était Ségolène parce que toute ma famille a voté comme ça, j'ai voté aussi, mais je savais qu'elle ne passerait pas, et au deuxième tour, comme on dit, au premier on choisit, au deuxième on élimine (rires). Au deuxième, j'ai pris Sarkozy et puis voilà. J'en connais plein qui m'ont dit « t'es fou », mais non, je ne suis pas fou, pourquoi je serais fou ? »

Ces deux extraits d'entretien illustrent clairement comment, sur le long terme, le discours libéral a pu devenir hégémonique en s'appuyant sur les transformations des régulations économiques au niveau européen et sur une rupture du discours politique de gauche avec ses fondamentaux marxistes et collectivistes à partir des années 1983. Une fraction importante de l'électorat populaire a ainsi pu être séduite par le discours « libéral-républicain » de Nicolas Sarkozy, où la justice se confond avec l'ordre, le mérite avec les inégalités sociales et où l'exigence républicaine de règles communes pour tous est sans cesse nuancée par l'admiration envers ceux qui parviennent à habilement les contourner pour « tirer leur épingle du jeu ». Il reste à savoir si cette nouvelle vision populaire du monde, individualiste et autoritaire à la fois, est un effet d'un affaiblissement conjoncturel des partis de gauche ou si c'est une tendance à long terme. Plusieurs initiatives politiques s'appuient en tout cas sur celle-ci, comme le positionnement à la fois républicain et souverainiste de Jean-Pierre Chevènement qui a tenté durant la campagne présidentielle de 2002 de placer au-delà du clivage entre droite et gauche ou encore les tentatives de décloisonnement politique du président Sarkozy lorsqu'il a nommé au gouvernement des personnalités dont le passé ou le nom symbolisent une vision socialiste du monde.

## Conclusion

Si les « Grandes Gueules » ne peuvent prétendre représenter l'ensemble des catégories populaires, le succès de ce dispositif de représentation médiatique du peuple invite à penser qu'une partie des schèmes de perception politique populaire s'est déplacé vers une vision du monde individualiste et entrepreneuriale tout en gardant un fort attachement aux valeurs républicaines. En ce sens, on assisterait à une forme de « moyennisation » du prolétariat qui aspirerait de plus en plus aux standards de vie de la petite bourgeoisie et partagerait de manière croissante leur idéologie. En articulant la défense des « petits » avec les thèmes de la « réforme » et de la « modernisation de l'Etat », l'émission participative de RMC parviendrait ainsi à définir un espace médiatique où peuvent se retrouver plusieurs classes sociales, y compris, comme on l'a vu, les catégories supérieures, plus directement intéressées à une conduite libérale des affaires publiques.

Les « Grandes Gueules », qui tiennent un discours général hybride entre libéralisme et républicanisme proche de celui la droite sarkozienne, ne doivent pas leur succès à un quelconque suivisme idéologique ou à la simple imitation des techniques de communication de l'actuel président de la République. Plus profondément, cette émission s'appuie sur des conceptions du politique proches de celles qui ont permis à Nicolas Sarkozy d'accéder au pouvoir : une façon décomplexée et familière de mener la discussion politique ajustée au capital culturel et aux modes d'argumentation des milieux populaires ; une vision du monde social compatible avec les transformations structurelle de l'économie et qui vient se substituer aux anciennes idéologies politiques (qu'elles soient social-démocrates ou chrétiennes-démocrates) ; une capacité de représentation du peuple par un dispositif discursif pluriel et relativement polysémique qui permet de dépasser certains clivages constitutifs de la société française et d'en imposer d'autres, largement irréels et fantasmés, mais efficaces pour créer des communautés imaginées. L'émission des « Grandes Gueules » est un dispositif médiatique qui, en organisant le débat entre des « personnalités issues de la société civile » et en encadrant la parole des auditeurs, propose ainsi une représentation politique du « peuple » particulièrement adaptée aux conditions contemporaines de possibilité d'adhésion à un discours idéologique lui-même reformulé.

Cette redistribution des valeurs politiques et morales s'inscrit dans le mouvement plus vaste d'une forme de « moyennisation » de la culture majoritaire, où la distance entre catégories sociales instruites et peu instruites tend à s'estomper sous l'effet d'une conception moins élitiste de la culture<sup>43</sup>. Plusieurs raisons ont été avancées pour expliquer ce phénomène observable depuis le deuxième tiers du XX<sup>e</sup> siècle parmi lesquelles la massification scolaire et l'augmentation du nombre de diplômés du supérieur, la mobilité sociale ascendante qui entraînerait une plus forte hétérogénéité des catégories sociales intermédiaires et supérieures, l'emprise croissante des industries culturelles et de leur logique commerciale sur le domaine culturel. Ces facteurs peuvent expliquer que les « Grandes Gueules », émission au ton éminemment populaire, puisse recruter une part de son audience dans les catégories intermédiaires et supérieures. Cependant, cet élargissement du public n'est possible qu'au travers d'un travail de reformulation idéologique et politique qui est congruent avec les transformations structurelles contemporaines des Français et de leurs pratiques culturelles médiatiques.

---

<sup>43</sup> VAN EIJCK & KNULST, 2005.



### **Références bibliographiques**

- ARENDR H. (1972), « Vérité et politique », in *La crise de la culture*, Paris, Gallimard.
- BIRNBAUM P. (1979), *Le peuple et les gros. Histoire d'un mythe*, Paris, Grasset & Fasquelle.
- BOURDIEU P. (1980), *Le Sens pratique*, Paris, Editions de Minuit.
- CARDON C.(1995), « Comment se faire entendre ? Les prises de paroles des auditeurs de RTL », *Politix*, n° 31.
- CHAMPAGNE P. (1993), « La vision médiatique », in BOURDIEU *et alii*, *La misère du monde*, Paris, Seuil.
- ESQUENAZI J.-P. (1995), « Le téléspectateur institutionnel », in *La télévision et ses téléspectateurs*, Paris, L'Harmattan, p.203-217.
- GAXIE D. (2002), « Appréhensions du politique et mobilisations des expériences sociales », *Revue française de science politique*, Volume 52, Numéro 2, p. 145-178.
- GLEVAREC H. (2005), *Libre antenne. La réception de la radio par les adolescents*, Paris, Ina/Armand Colin.
- GOULET V. (2004), « Le médiateur de la rédaction de France 2. L'institutionnalisation d'un public idéal », *Questions de Communication*, n° 5, Universités de Metz et Nancy.
- HOGGART R. (1970), *La culture du pauvre*, Paris, Ed. de Minuit, (1ère édition en langue anglaise : 1957).
- KATZ E. (2009), « Les journalistes comme scientifiques. Notes pour une classification professionnelle », *Questions de Communication*, n° 16, Universités de Metz et Nancy [traduction de « Journalists as Scientists. Notes Toward an Occupational Classification », *The American Behavioral Scientist*, vol. 33, 2, 1989, pp. 238-246].
- MEADEL C. (1986), *Publics et mesures, une sociologie de la radio*, Rapport CSI-CNRS.
- PETERSON R. (2004), « Le passage à es goûts omnivores : notions, faits et perspectives, *Sociologie et Sociétés*, vol. 36, n° 1, p. 145-164.
- QUERE L. (1997), « L'opinion : l'économie du vraisemblable », *Réseaux (Reader)*, p. 391-411.
- ROUQUETTE S. (2001), *L'impopulaire télévision populaire. Logiques sociales, professionnelles et normatives des palabres télévisés (1958-2000)*, Paris, L'Harmattan.
- SCHWARTZ O. (1990), *Le monde privé des ouvriers*, Paris, PUF.
- SEDEL J. (2009), *Les médias et la banlieue*, Paris et Bordeaux, INA/BDL.
- VAN EIJCK K. et KNULST W. (2005), « No More Need for Snobbism : Highbrow Cultural Participation on a Taste Democracy » *European Sociological Review*, vol. 21, Décembre 2005, p. 513-528.
- VERRET M. ( 1996), *La culture ouvrière*, Paris, L'Harmattan [1<sup>er</sup> édition 1988].