

Municipales 2014 : une « iniquité médiatique » qui profite au Front National

Vincent Goulet

Publié sur le blog de *Médiapart* le 10 mars 2014

Dans bien des villes, « les médias » sont accusés de faire le deuxième tour avant même que les électeurs ne se soient déplacées pour le premier. L'accusation vient souvent de « petits candidats » ou de listes qui présentent une nouvelle configuration politique et ne peuvent s'appuyer sur des résultats antérieurs. Une mauvaise compréhension par les médias audiovisuels de la consigne d'équité imposée par le CSA entraîne la favorisation des listes présentées par le Front National au détriment d'un véritable pluralisme.

La liberté de la presse est un droit fondamental. Chaque rédaction est libre de traiter de l'actualité politique de la façon qui lui semble la plus juste, dans le respect des règles déontologiques de la profession. En période électorale, l'accès aux médias est particulièrement sensible dans la mesure où les électeurs doivent disposer d'éléments leur permettant de forger leur opinion. Si la « sphère publique de discussion généralisée » de Jürgen Habermas reste un idéal à atteindre, cela passe par la publicité et le pluralisme, conditions *sine qua non* de la démocratie.

L'équité selon le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel

Pour ce faire, le CSA impose aux médias télévisuels et radiophoniques qu'il conventionne un « traitement équitable » des listes en présence. Le terme, qui ne recouvre pas celui d'égalité, est interprété de manière très variable par les rédacteurs en chef. Nous allons en donner des exemples concrets à partir du cas de la campagne municipale à Mulhouse.

Rappelons auparavant comment le CSA a précisé cette notion d'équité, qui, pour lui, se fonde sur deux séries d'éléments :

- la représentativité des candidats qui prend en compte, en particulier, les résultats du candidat ou de la formation politique aux plus récentes élections ;
- la capacité à manifester concrètement son implication dans la campagne : organisation de réunions publiques, participation à des débats, désignation d'un

mandataire financier, et plus généralement toute initiative permettant de porter à la connaissance du public les éléments du programme du candidat.¹

Voilà pour la théorie. Comment cette règle de l'équité est-elle appliquée en pratique ? L'exemple de Mulhouse, ville ouvrière de 110 000 habitants où l'abstention est forte, permet d'observer le fonctionnement d'un champ médiatique local. Les informations suivantes sont de première main : en 4^e position de la liste du Front de Gauche, je m'occupe particulièrement des relations avec les médias. A Mulhouse, cinq listes sont en présence : UMP-Centristes, PS-Verts-Centristes, Front National, Front de Gauche, Lutte Ouvrière.

Le poids du cadrage de la presse quotidienne régionale

Dès 13 octobre 2013, *l'Alsace* annonce : « À Mulhouse, chronique d'une triangulaire annoncée : selon toute vraisemblance, gauche, droite et extrême-droite seront au second tour des municipales le 30 mars 2014 ». Depuis, le journal ne s'écarte pas de cette conviction. Chaque dimanche, le quotidien régional présente les propositions des candidats sur différents thèmes de campagne. En haut de page est retranscrit le débat organisé hebdomadairement entre les candidats PS, UMP et FN. Les autres candidats ont une tribune de 1500 signes en bas de page pour présenter leurs idées. Si le traitement apparaît du point de vue du nombre de signes relativement équilibré, la mise en scène du débat des trois candidats laisse supposer qu'ils sont les seuls à avoir des choses essentielles à dire et à se dire. Les autres candidats ne peuvent interpellier directement leurs adversaire, ni espérer entrer dans une controverse pour éclairer l'entendement des lecteurs. Pour la presse locale, l'arène du débat, comme espace d'expression mais surtout espace de lutte où les opinions sont mises à l'épreuve, n'est pas véritablement pluraliste.

L'effet de champ de l'adoubement médiatique

Alors que France 3 Alsace a organisé le 8 février un débat télévisé avec les quatre principaux candidats (LO ne s'était pas encore déclaré), un mois plus tard, début mars, France Bleu Alsace et Alsace 20, la chaîne télévisée locale, ont refusé d'inviter la tête de liste du Front de gauche à leurs débats respectifs pour Mulhouse qui, une fois de plus, ne réunissent que l'UMP, le PS et le FN.

Pour le rédacteur en chef d'Alsace 20, il n'y a pas d'antécédents électoraux qui montrent l'importance du Front de Gauche. Et pour cause, en 2008, le Front de gauche n'existait pas. Aucun autre élément n'est disponible pour évaluer le « poids électoral local de la liste » : le PCF ne s'est pas présenté de manière autonome à Mulhouse depuis 1995. Seul indicateur, les 10,7 % de Mélenchon en 2012, mais comme on le sait, une municipale n'est pas une présidentielle. Deuxième argument, « la trop petite taille du plateau ». Il ne tient pas : la semaine précédente ce même plateau avait réussi à accueillir les cinq candidats de Colmar ! Troisième argument, « j'ai déjà invité votre liste » : ce qui est vrai, en tout début

¹ <http://www.csa.fr/Television/Le-suivi-des-programmes/Le-pluralisme-politique-et-les-campagnes-electorales/Le-pluralisme-en-periode-electorale>

de campagne, lors d'une émission thématique, mais les autres listes ont aussi participé depuis à ce genre d'émission et ont donc été réinvitées. Quatrième et dernier argument, avancé par le rédacteur en chef, agacé de mon insistance : « vous n'êtes pas important car vous n'avez pas été invité au débat de France Bleu Alsace », ce qui signifie : « la valeur de ce que vous dite ne dépend pas de ce que vous dite mais de votre accès aux autres médias ». On ne peut dire mieux le fonctionnement de cet espace particulier de production culturelle, qui n'est pas fondé sur la lecture et l'analyse directe des productions langagières à commenter et mettre en perspective mais sur la reprise de ce que les autres (c'est-à-dire d'autres journalistes) en disent...

Le cadrage national des élections municipales

Comme plusieurs chercheurs en sociologie des médias l'ont constaté, la structuration du champ médiatique, comme celle de l'espace politique, est avant tout nationale. La prime au Front national est ici maximum, avec la prégnance du schéma de la triangulaire, « avec le FN comme arbitre ». La plupart des journalistes en oublie au passage l'existence de possibles quadrangulaires (15 en 2008, et très certainement beaucoup plus cette année).

Les récentes tensions entre partenaires de Front du Gauche, le choix du PCF de nouer des alliances avec le PS dès le premier tour pour sauvegarder certains de ses élus, ont bridé les capacités d'expression des porte-parole nationaux sur les listes qui avaient choisi l'autonomie vis-à-vis du PS. Mettant de côté les 11 % de Mélenchon en 2012 (qui avait eu l'imprudence de s'imposer en adversaire direct de Marine Le Pen, ce qui a transformé un véritable succès électoral en défaite politique), le cadrage journalistique reste focalisé sur la récente progression du FN d'élections en élections : 11,4 % en 2010 (régionales), 17,9 % et 13,6 % en 2012 (présidentielle et législatives).

Le manque de curiosité chronique du corps journalistique

Dès lors, le journaliste paresseux évalue le présent à l'aune du passé. Comme le comptable d'une entreprise, il cherche à déduire l'avenir des courbes dont il dispose sans voir les événements qui marquent la rupture. S'il n'est guère contestable que le FN puisse se maintenir au second tour dans bien des villes, la nouveauté de ce scrutin consiste en une recomposition au niveau local des réseaux militants à la gauche du PS. A Mulhouse, il y a six mois, rien n'indiquait qu'une liste Front de Gauche soit en capacité de se constituer (ce qui a poussé le candidat socialiste à s'allier dès le premier tour avec une partie du Modem). Dans 600 villes de plus de 20 000 habitants, des listes véritablement ancrés à gauche se sont formées ou ont tenté de le faire, ce qui est passé encore inaperçu.

Dès lors, pour reprendre les critères d'évaluation équitable du CSA, la simple présence d'une liste Front de Gauche aurait dû être un premier indice de sa représentativité. Le second critère est son « implication sur le terrain ». Avec moins de moyens financiers que leurs adversaires, la liste Front de Gauche colle des affiches, distribue des tracts, fait du porte à porte, organise des réunions publiques et des actions symboliques, etc. Certes, avec moins de personnes mobilisées que les listes de l'UMP et du PS, mais avec plus d'engagement sur le terrain que le FN, qui ne colle pas d'affiches et circonscrit le porte-à-porte à quelques quartiers.

La prime médiatique au Front National

Les analyses en terme de « gauchisme » ni même la remobilisation des segments conservateurs des classes populaires ne peuvent expliquer la disparition progressive de l'interdit qui pesait jusqu'alors sur le vote FN. La normalisation du discours frontiste associé au discrédit qui frappe les deux grands partis de gouvernement suffit à bien positionner le parti lepéniste sur l'échiquier électoral.

Le cadrage de la « triangulaire du deuxième tour » lui donne une prime médiatique supplémentaire en véhiculant un message implicite : la seule alternative au PS comme à l'UMP, c'est le FN. En restreignant l'accès de l'espace politique à d'autres courants idéologiques, le champ médiatique focalise le vote protestataire sur le Front national. Ce faisant, il pousse les jeunes peu diplômés, les relégués des cités populaires (issus de l'immigration ou non), les déclassés du monde du travail vers le vote des candidats de Marine Le Pen.

Au lieu de faire leur travail et d'interroger la société dans ses mouvements et contradictions, de mettre en perspective les propositions des uns et des autres, les journalistes se contentent de tendre le micro aux partis supposés dominants et d'attendre que dans la boîte noire des sondages ou celles de urnes soit révélée l'image incertaine de l'Opinion. Encore un peu, et ces conduites professionnelles routinières étoufferont cette fragile, précaire et nécessairement bancal construction sociale qu'est le pluralisme.