



OCTOBRE 2019

LA TÉLÉVISION CITOYENNE ET CIVIQUE

Sans même chercher à commenter une fois de plus le phénomène des gilets jaunes, il ne fait aucun doute que la France n'a plus rien à voir avec la nation une et indivisible qu'elle a été des décennies durant, structurée par un référentiel culturel commun. C'est à juste titre que Jérôme Fourquet évoque un « archipel français »¹. Dans ce contexte, il revient aux chaînes de télévision, et plus encore aux chaînes parlementaires que sont LCP-Assemblée nationale et Public Sénat, de se montrer créatrices de lien social.² Elles doivent être comme des ponts ou des passeurs. C'est même peut-être là la première mission devant être désormais dévolue aux médias relevant du service public. Ces médias deviennent ainsi une sorte de *soft power* ou les relais d'une démocratie représentative malmenée et qui n'arrive plus à se ressourcer.

LCP n'est pas une chaîne de retraités et encore moins d'enseignants à la retraite : la chaîne dispose d'une bonne audience sur les 35-49 ans et se situe dans la moyenne des 25-34 ans. En réalité même, sans aucune offre Jeunesse, son public (56 ans d'âge moyen) est 13 à 14 ans « plus jeune » que celui de France 5. Depuis la rentrée 2018 son audience a aussi progressé de 12 %. La chaîne compte en outre plus de 500 000 abonnés à son fil Twitter.

LE CHEMIN DES ÉTROITS

La TV citoyenne et civique doit refuser d'accompagner l'hystérisation ambiante et casser la grammaire des réseaux sociaux. Évidemment cette ambition fait face à deux écueils majeurs : en premier lieu, des moyens financiers limités puisque le budget annuel de LCP est de 16,5 millions d'euros alors même que les contenus exclusifs, indispensables à sa croissance, deviennent de plus en plus prohibitifs. Le deuxième écueil tient dans la ligne éditoriale : **LCP doit être une TV légitimiste sans figurer pour autant comme une TV institutionnelle.** Tout le monde en conviendra : le chemin de crête est étroit.

C'est pourtant le chemin emprunté régulièrement par la chaîne. Le 25 septembre 2017, elle a été la première à diffuser le documentaire de David Gendreau et Alexandre Leraître « Guerre fantôme, la vente d'Alstom à General Electric » justifiant l'ouverture, quelques semaines plus tard, d'une commission d'enquête parlementaire.³

¹ Jérôme Fourquet, *L'Archipel français. Naissance d'une nation multiple et divisée*, Éditions du Seuil (2019)

² Pour rappel, les deux chaînes sont nées en mars 2000, en période de cohabitation, d'un hiatus politique entre deux majorités disjointes.

³ Installée le 31 octobre 201, la « Commission d'enquête sur les décisions de l'État en matière de politique industrielle, notamment dans les cas d'Alstom, d'Alcatel et de STX » a rendu son rapport en avril 2018.

“ *Légitimiste mais non institutionnelle, LCP-AN emprunte tous le jours un chemin de crête.* ”

Le conseil d'administration de LCP-AN⁴ offre une représentation politique élargie, ce qui ne l'empêche pas de prendre la quasi-totalité de ses décisions à l'unanimité. Que ce soit lors de l'épisode de Rugby ou tout au long de l'affaire Benalla, la chaîne a ainsi pu préserver son indépendance et tenir son rôle d'information. Cela ne l'empêche pas d'être politique (mais pas au sens politicien) et au service de l'ensemble des parlementaires, a contrario de Public Sénat qui s'est placée au service de l'institution et des territoires (ce choix s'expliquant largement par l'histoire de la « chambre haute »).

À l'étranger, les chaînes parlementaires se répartissent de la même manière entre celles, d'une part, qui se mettent au service de leur institution en s'affranchissant quelque peu de la dimension citoyenne – c'est le cas par exemple de BBC Parliament –, et quelques autres plus enclines à répondre à un cahier des charges qu'elles souhaitent citoyen. Les premières deviennent rapidement des « robinets à commissions et sessions parlementaires » et l'on peut s'autoriser à penser que leur présence sur la TNT, alors ces chaînes pourraient se contenter d'un *streaming* sur Internet, est pour elles une option luxueuse. À l'inverse d'elles, quelques chaînes parlementaires cherchent plus ouvertement à affirmer une vocation citoyenne et civique. C'est donc le cas de LCP et aussi de la chaîne allemande Phoenix, qui réservent chacune au maximum 50 ou 55 % de leurs contenus à l'activité parlementaire. Le reste de leur programmation répond à un cahier des charges parfaitement citoyen. LCP a ainsi depuis longtemps développé un « guichet » documentaires performant. Cette programmation peut également englober des magazines, des « grands » entretiens ou autres.

Des formules nouvelles pourraient renforcer cette vocation : par exemple, en s'attachant à concevoir et diffuser des supports d'information (MOOC), qui pourraient ultérieurement conduire à la mise en place de master class. D'autres formules, qui restent à imaginer, sont sûrement possibles, qui participeront, outre à l'information et la formation des citoyens, à leur émancipation.

RECRÉER DU COMMUN AVEC LA TÉLÉVISION COMME LIEU DE MÉMOIRE – 7 sur 7, 30 millions d'amis, Ushuaia ou Strip Tease mais encore *La grande nuit de l'Opéra* (le 19 décembre 1958 pour le premier récital de Maria Callas à Paris, retransmis en Eurovision), la *Mission Apollo* ou *À bout portant* (la tournée belge de Johnny Hallyday en septembre 1974), etc. : chaque dimanche, depuis un an, **REMBOB'INA** nous invite à une plongée dans l'histoire de notre pays au travers d'une incursion dans sa mémoire audiovisuelle. Fictions, documentaires, magazines d'actualité, émissions de divertissement, débats politiques, etc., la diffusion de ces pépites de l'INA est suivie d'un débat animé par Patrick Cohen avec des acteurs et témoins de l'époque. L'affaire n'a rien de parlementaire mais recrée avec succès du commun. La télévision comme lieu de mémoire collective.

⁴ Le CA est composé de 3 membres de droit : le président de l'Assemblée nationale (Richard Ferrand), le président de la chaîne (Bertrand Delais), le vice-président de l'AN, président de la délégation chargée de la communication et de la presse (Hugues Renon), plus 8 représentants de groupes : Florian Bachelier (LREM), Virginie Duby-Muller (LR) ; Isabelle Florennes (MODEM), Pierre-Yves Bournazel (UDI, Agir et Indépendants), Valérie Rabault (NG), Alexis Corbière (LFI), Marie-George Buffet (GDR) et Yannick Favennec Becot (Libertés et Territoires).



LCP versus Public Sénat et vice versa ?

Le budget de l'une est de 16,5 millions d'euros, celui de l'autre de 17 millions d'euros. Une chaîne commune serait souhaitable à bien des égards, même si les rédactions devront probablement rester distinctes pour respecter les spécificités et l'histoire de chacune des chambres.

EAU TIÈDE OU EAU CHAUDE ? Même parlementaire, une chaîne peut se montrer audacieuse dès lors que ses interlocuteurs ont le sentiment d'être traités de manière juste et équitable. Lors de l'affaire Benalla, LCP a réalisé un documentaire sur les ratés de la commission d'enquête parlementaire. La diffusion a été très suivie et la chaîne a été félicitée par quasiment tout le bureau de l'Assemblée. Ce traitement suppose de réaliser un travail journalistique qui ne soit pas conduit pour uniquement valider un a priori de départ.

INTÉRESSER LES CITOYENS À LA CITOYENNETÉ ? Le sujet est ardu : affichée à la télévision en tant que telle, la citoyenneté ne marche pas. Comme l'expliquait Jean-Marc Sauvé, vice-président du Conseil d'État,⁵ « la signification de [la notion de citoyenneté] dans la société française contemporaine est [...] problématique. De nos jours, la citoyenneté est de fait le plus souvent décrite au travers de la « crise » qu'elle traverserait et qui trouve sa source dans le dépérissement de l'évidence des principes républicains et de l'attachement à ces principes. Elle réside aussi dans l'insatisfaction des individus à l'égard du fonctionnement de la démocratie qui les conduit à s'interroger sur ses finalités et ses moyens. Les proclamations solennelles de la Constitution ou de la Déclaration des droits de l'homme cachent mal de nos jours la crainte d'une citoyenneté uniquement formelle et dépourvue de traduction concrète dans la vie quotidienne des personnes. » C'est bien là la question, mais probablement aussi la clé du problème : réanimer la notion de citoyenneté dans la vie quotidienne des gens, recréer du commun. Quels sont les événements sur lesquels peut s'exprimer un commun ? Les grands événements sportifs sûrement, il convient toutefois d'en trouver d'autres et, à la télévision, de les valoriser par exemple au travers de programmes courts. C'est notamment ce que prévoit de réaliser LCP en 2023 à l'occasion de la prochaine Coupe du monde de rugby, pour laquelle les organisateurs comptent assigner des missions citoyennes aux équipes en lice.

Plus généralement, il revient aux chaînes parlementaires de traiter différemment des sujets-polémiques, ou pris comme tels par les autres médias, à l'instar des débats sur le voile, sur les minorités visibles, l'immigration ou autres. Enfin, il leur revient – et c'est d'ailleurs ce qu'elles font – de prendre le relais des chaînes publiques sur des émissions que ces dernières ont abandonné comme, par exemple, les programmes sur l'histoire française ou européenne.⁶ Toutefois les chaînes parlementaires ne seront jamais qu'un « allumeur » : un même programme diffusé sur LCP et sur une chaîne du service public va rencontrer sur ce dernier canal un public 10, 15 ou 20 fois plus important. C'est aussi de ce fait que la place des chaînes parlementaires nécessiterait d'être repensée, mais cela en rapport avec l'ensemble du dispositif audiovisuel public.

⁵ Conférence inaugurale du cycle de conférences sur la citoyenneté, Conseil d'État, octobre 2017.

⁶ L'affirmation serait à nuancer. Pour preuve, à l'occasion du 65^e anniversaire du début de la guerre d'Algérie, France 5 diffuse cet automne « Algérie, la guerre des appelés », un sublime documentaire en deux parties réalisé par Thierry Lestrade et Sylvie Gilman.



AU CŒUR DES BRUITS DU MONDE – Depuis le 30 septembre LCP est vêtue, d'ailleurs comme sa consœur sénatoriale, d'un nouvel habillage. Anne Caminade, directrice artistique chez SlooDesign, a eu pour mission de renforcer la marque LCP et réaffirmer son positionnement de chaîne parlementaire, politique et citoyenne à l'heure du média global et des réseaux sociaux. Si la baseline « Donnons du sens » n'a pas changé, le logo et ses déclinaisons ont bénéficié d'un lifting, tout en conservant les codes historiques de la marque. La chaîne a également modifié son habillage sonore, signé par Wax Tailor. Le compositeur, qui crée des musiques à partir de sons du monde, du cinéma et de refrains connus, reprend désormais cet habillage dans un disque et sur scène emportant ainsi la marque LCP dans d'autres lieux et vers d'autres publics, plus jeunes.

Les *Questions au Gouvernement* présentées par Brigitte Boucher les mardis après-midi proposent un nouveau séquençage avec des interviews, des duplex et des reportages. L'animatrice s'est vue également confier une nouvelle émission de 60 minutes : *Politiques, à table !*, qu'elle assure aux côtés de Jean-Pierre Montanay d'Europe 1. Enfin, un programme court : *Photo politique*, proposé par Ghislain Delaval et François Chevré, qui invite des photographes à raconter l'histoire d'un cliché.

Un des rôles majeurs de la télévision est aujourd'hui d'organiser le dialogue et les réseaux sociaux sont là pour l'aider à prendre appui dans cette mission. Une des déclinaisons de ce nouvel état de la télévision réside bien sûr dans la télé réalité mais pas seulement, bien heureusement. Certains se souviendront des premiers pas de la télévision dans l'interactivité : c'était le SVP 11 11 qui s'animait en seconde partie des *Dossiers de l'écran* présentés par Armand Jammot. Le téléspectateur pouvait téléphoner et donner son avis auprès de Guy Darbois, grand maître du standard, et ce devant la France entière ou presque. C'était tout de même quelque chose. D'ailleurs ce « devant la France entière », même Twitter et Instagram n'arrivent pas à le faire et ce n'est pas faute d'y déployer tous les efforts possibles.

Martine LE BEC
rédactrice en chef de la revue *Prospective Stratégique* – CEPS