

## Le sens des réformes : entre communication et idéologie. Les mouvements sociaux de 1995 et 2003 vus par les médias<sup>2</sup>

N'étant pas spécialiste du discours syndical mais analyste des discours journalistiques relatifs aux mouvements sociaux, c'est en quelque sorte de l'extérieur que je me propose d'intervenir dans ce colloque. Mon papier traitera de la portée de « l'expression syndicale » lors de mouvements sociaux, et plus précisément de sa réception par les médias. Ainsi, je réduis volontairement « l'expression syndicale » au matériel utilisé et à l'image véhiculée dans les cortèges, laissant de côté les résolutions et les textes de fond. Ce n'est pas le discours syndical en lui-même qui m'intéresse mais sa *réception* par les médias.

### 1. Médias, syndicats : une interaction complexe

Définir rapidement la situation de communication de l'expression syndicale qui prévaut lors de mouvements sociaux me permettra d'exposer la problématique de cette communication. Il s'agit ici de caractériser les destinataires ainsi que les objectifs pragmatiques de cette expression, autrement dit la *visée* de ce discours afin de mieux comprendre la nature de l'interaction entre médias et syndicats.

Comme toute expression, l'expression syndicale vise explicitement certains destinataires directs tout en atteignant de façon indirecte un certain nombre d'autres destinataires, qu'on appellera indirects. Pour mieux me faire comprendre, j'utilise la métaphore des pronoms personnels *je, tu, il* et leur forme plurielle *nous, vous, ils*. Les destinataires directs de l'expression syndicale ressortissent à la fois des *je/nous* et des *tu/vous*.

L'expression syndicale parle au *je* en ce qu'elle est réflexive, en ce qu'elle s'adresse à elle-même ; elle vise alors, semble-t-il, au renforcement des convictions des militants et de la cohésion syndicale. Elle parle également au *nous* en ce qu'elle est la mise en forme d'un discours commun, en ce qu'elle constitue un locuteur collectif – « Je lutte donc nous sommes » écrivait A. Camus dans *L'homme révolté* –, en ce qu'elle interpelle, au sens althussérien, ceux qui lui ressemblent et ceux qui adhèrent à ce qui les rassemble. Le « tous ensemble ! », si scandé dans les cortèges, en est un bel exemple. Le but est ici le ralliement.

Les destinataires directs sont également *tu* et *vous* ; ce sont ceux contre lesquels on lutte, ceux que l'on désigne comme interlocuteurs par le *tu* (« Juppé t'es foutu, les cheminots sont dans la rue ! »),

---

<sup>1</sup> Centre universitaire de recherches sur l'action publique et le politique. Epistémologie et sciences sociales.

<sup>2</sup> Article remis le 30 novembre 2010 à l'Institut d'Histoire Sociale de la CGT suite à ma communication le 19 novembre 2009 au colloque « Propagande, information, communication. Cent ans d'expériences de la CGT, de 1895 à nos jours. » Revu légèrement le 5 juillet 2013.

ceux à qui l'on adresse les critiques et les revendications. Le but ici est de désigner les responsables et les adversaires et d'instaurer un rapport de force. Les destinataires directs sont donc le gouvernement et les ministres en charge de dossier concerné, le ou la Président(e) du Medef... Les destinataires indirects, quant à eux, sont représentés dans ma schématisation pronominale par le *il(s)*, ce sont les spectateurs de l'événement : les médias et le public.

Toutefois, la situation de communication de l'expression syndicale vers les médias, le pouvoir et l'opinion a largement évolué ces dernières décennies. Cette présentation traditionnelle masque une évolution relativement récente des relations à laquelle a dû s'adapter l'expression syndicale. Ainsi la réfraction ou la reprise en écho de l'expression par les destinataires indirects a une incidence sur les événements, même si les messages syndicaux ne leur sont pas, apparemment, destinés directement. Si les syndicats aujourd'hui, pas plus qu'autrefois, ne s'attendent à ce que les médias ou le public règlent leur contentieux avec les dominants, ils savent que leurs slogans sont susceptibles d'être repris, commentés, que l'événement en lui-même est porteur d'une signification, que les médias s'empresseront de la décrypter. L'importance actuelle de la communication, au sens large du terme, fait de la rue une scène de théâtre dans laquelle les différents acteurs des conflits jouent une partition dont l'objectif est d'influer à la fois sur les médias et sur le public. Si bien qu'on peut se demander s'ils n'en sont pas les véritables destinataires directs (critique de la réforme des retraites en 1995 comme en 2003 : « Un pas en avant, trois pas en arrière, c'est la politique du gouvernement ! »). Comme au théâtre, les différents acteurs interagissent mais l'ensemble de ce dispositif scénographique est dirigé exclusivement vers le public (via les médias).

On peut aller plus loin encore et avancer que le véritable enjeu de ces confrontations est bien leur *réception* par le public à travers ce qu'en disent les médias. Comme l'a montré Champagne (1990), certains mouvements savent utiliser les médias comme caisse de résonance de leurs revendications et de leurs difficultés ; les agriculteurs ou les pêcheurs réussissent apparemment à mettre en scène dans les médias leurs difficultés et leurs revendications avec plus de réussite que les fonctionnaires par exemple. Cette relative réussite vient-elle des formes utilisées ? Des préjugés et des habits de journalistes plus favorables à certaines catégories socioprofessionnelles ? C'est un sujet complexe que je ne traiterai pas ici.

Je constate seulement, à la suite de Champagne, que les médias ne sont pas une simple courroie de transmission des revendications : « Ce qui s'exprime, dans ce mode de protestation [les manifestations], et ce qui est perçu, est en fait le produit d'une lutte complexe entre ceux qui manifestent, ceux qui les organisent, les journalistes qui en rendent compte, le public qui les regarde et le pouvoir. (...) Qu'il le veuille ou non tout groupe social qui manifeste produit une image publique de lui-même. » (Champagne 1990, 213). L'enjeu est donc bien d'imposer « *une vision de l'événement* » (*ibid.*, 1990, 224).

## 2. Le métalangage de la « communication » et l'« évidence des réformes »

Mon propos s'appuie sur ce constat tout en se situant à un autre niveau : celui de l'argumentation et de la rhétorique du discours politico-médiatique que les médias nomment « communication ». Il semble qu'il existe actuellement une autre lutte, une lutte souterraine, non perceptible au premier

abord : un discours idéologique qui cherche à imposer l'incontestabilité des réformes, c'est-à-dire à imposer l'impossibilité de les contester ; un discours qui vise à établir un consensus, à savoir l'inévitabilité des réformes.

Ainsi de la vaste mobilisation de novembre et décembre 1995 contre le « plan Juppé » : l'interprétation des commentateurs officiels à la Une des journaux écrits, radiophoniques ou télévisés fut que celle-ci était due à un lamentable « déficit de communication ». Avec plus de « pédagogie », les Français auraient accepté la réforme ; en d'autres termes, les opposants n'avaient pas « compris » ce qu'ils auraient dû comprendre. Il s'agissait d'une simple question d'« information » selon les médias qui avaient « compris », eux, la « nécessité » de cette réforme. Ainsi la topique de la « communication » se substituait-elle aux causes idéologiques du conflit social.

D'un point de vue sémiotique, cette vision de l'événement, proposée depuis à chaque grand mouvement social<sup>3</sup>, produit une nouvelle signification (médiatique) du conflit et des luttes sociales. Car il ne s'agit plus de lutter argument contre argument, idée contre idée (protection par l'Etat contre néolibéralisme), mais de désamorcer le conflit en le subsumant en quelque sorte, en utilisant pour le commenter le métalangage de la communication. Le conflit n'est plus alors qu'un malentendu : ce qui est postulé implicitement par ce métalangage de la communication, c'est que, par delà le conflit, le « consensus réformiste » existe, que les « réformes » vont dans le sens de l'Histoire, qu'« il n'y a pas d'alternative »<sup>4</sup>. Le conflit n'a donc pas lieu d'être, et n'ayant pas lieu d'être, la question de savoir qui a tort ou raison est par conséquent hors de propos<sup>5</sup> : à quoi bon discuter de « ce qui va de soi » ? Lorsque des lois et des calculs économiques s'imposent à tous, que reste-t-il à négocier ? Le véritable enjeu de cette forme de présentation journalistique semble donc de parvenir à imposer l'incontestabilité des « réformes », autrement dit leur « évidence ».

### 3. Le discours néolibéral et sa transmission médiatique

Ce discours de l'évidence est la version médiatique du discours économique actuel, le « discours néolibéral » (Guilbert 2007), dont la constitution est inédite dans l'Histoire : inédite par les moyens dont disposent les médias qui le relaient, tant en moyens financiers et techniques qu'en moyens humains et institutionnels. Ainsi ce discours participe de cette « mondialisation de l'information » qui est avant tout une américanisation, un processus que Bourdieu (2001, 31) décrit ainsi : « Ces agents et ces institutions [étasuniennes] inculquent des nouvelles catégories de pensée (...) et cela *avec la complicité des Européens* eux-mêmes, dans une logique qui n'est pas sans rappeler celle de la *colonisation*. »

Pour rendre compte de la réception du discours syndical par les médias, c'est-à-dire rendre compte de sa perception et de sa transmission par les médias à travers ce filtre idéologique, l'analyste du discours doit s'attacher aux mots employés qui constituent son matériau de recherche. On ne

---

<sup>3</sup> Mai-juin 2003, « crise du CPE » en 2006...

<sup>4</sup> « There is no alternative », phrase, connue sous l'acronyme TINA, que Margaret Thatcher, qui a imposé les prescriptions du néolibéralisme au Royaume Uni, aurait employé à plusieurs occasions officielles.

<sup>5</sup> Cette stratégie argumentative est relevée à la fois par Forrester (1996, 109) qui cite *La Tribune Desfossé* (30/05/1994) : « parler de contrepartie en ce domaine [diminuer les licenciements en contrepartie des subventions accordées] dénote une mauvaise compréhension de la réalité économique », et par Bourdieu (1998, 31) : « "les marchés financiers" (...) qui n'entendent pas négocier mais "expliquer" ».

s'intéressera pas aux idées véhiculées, c'est le travail des politistes, mais aux mots en tant qu'ils véhiculent des idées, des positionnements idéologiques, des visées argumentatives, etc. La mise en scène proposée aux médias devient donc une mise en mots.

A la question suivante : cette mise en mots syndicale est-elle reprise telle quelle par les médias ou bien les médias lui substituent-ils une autre mise en mots plus conforme à leur positionnement ? il est assez aisé de répondre, une étude scientifique n'a pas lieu d'être, il me semble, c'est la raison pour laquelle je postule que ces deux mises en mots ne coïncident pas. La question est alors de savoir comment s'opère cette substitution puis d'en saisir la signification. Ma recherche consiste donc à étudier comment, à travers quelques procédés, certains médias présentent un positionnement idéologique, le discours néolibéral, sous la forme d'un discours d'évidence afin de constituer la doxa (Guilbert, 2007).

L'un des moyens utilisés, on l'a vu, est la topique de la « communication » et de la « pédagogie », laquelle recouvre une autre topique, « la nécessité des réformes »<sup>6</sup>. Cette topique est souvent utilisée telle quelle : « la nécessaire réforme de », « une réforme nécessaire », ou puisée dans le même champ sémantique « inévitable », « indispensable »..., mais elle est également sous-entendue ou présupposée comme ici : « Rien ne peut être plus éloigné de la nécessité d'ajuster les comptes »<sup>7</sup> (*Libération*, 12/05/03). Un autre moyen consiste à se plier aux désirs de l'opinion publique, désirs ou pressions d'une opinion que l'on crée pour les besoins d'un discours donné (Landowski 1989).

On ne s'intéressera ici qu'à deux procédés discursifs, la personnalisation et l'abstraction, selon deux approches complémentaires : l'une qualitative et pragmatique, l'autre quantitative et statistique.

#### 4. Analyse du corpus

##### 4.1 Le corpus

Je reprends un corpus journalistique déjà étudié<sup>8</sup> (Guilbert 2007), mais outre qu'il rend compte de deux événements syndicaux importants et relativement récents, celui-ci est abordé ici sous un angle nouveau : celui des discours tenus à propos des syndicats. Ce corpus est composé de 184 articles dont l'objectif est de commenter l'actualité : les articles de commentaire. Il s'agit d'éditoriaux et de chroniques non spécialisées tirés des journaux et magazines suivants de la presse écrite française : *Le Monde*, *Libération*, *Le Point*, *L'Express*, *L'Humanité*, *Le Monde Diplomatique*, *L'Expansion*, *Le Figaro*, *Paris-Normandie* et *Le Nouvel Observateur*. Tous les articles retenus traitent des mouvements de novembre-décembre 1995 et de mai-juin 2003. Ces deux événements ont ceci de commun que ce sont des mouvements de contestation liés à des projets gouvernementaux (Juppé et Raffarin-Fillon respectivement) visant à « réformer » notamment les modalités de retraite des fonctionnaires et assimilés. Le genre article de commentaire est intéressant en ce qu'il autorise l'énonciateur à donner son point de vue. L'énonciateur ne fait pas que relater des faits, il est ainsi autorisé à dépasser le contrat d'objectivité lié à l'éthique du journalisme et à attribuer un sens à l'événement.

---

<sup>6</sup> Ce procédé est étudié in Guilbert (2008), je n'en donne ici que les éléments principaux.

<sup>7</sup> Extrait analysé plus loin : exemple 10.

<sup>8</sup> L'étude des positionnements des différents journaux a montré par exemple que les catégories journalistiques et les classements gauche/droite habituels sont dépassés. Tous les journaux, sauf *Le Monde diplomatique* et *L'Humanité*, ont un positionnement néolibéral. Sur ce sujet voir aussi Duval (2000).

## 4.2 La personnalisation des mouvements

L'objectif ici est double : vérifier de façon quantitative une intuition, la forte personnalisation des conflits sociaux lors de leur retransmission par les médias, et analyser de façon qualitative le fonctionnement de ce procédé discursif.

D'un point de vue quantitatif donc, je me suis intéressé au nombre de citations du nom des acteurs pour chaque conflit. Les comptages présentés sont réalisés à l'aide du logiciel *Hyperbase*. Pour des raisons techniques, liées à l'utilisation et aux possibilités de ce logiciel, les articles du journal *Paris-Normandie* ne sont pas pris en compte.

	1995		2003	
	Nom/Sigle	Nombre d'occurrences	Nom/Sigle	Nombre d'occurrences
<i>Personnalités politiques</i>	Chirac	73	Chirac	39
	Juppé	204 (« plan Juppé », 22)	Raffarin	129
	Barrot	15	Fillon	53
<i>Dirigeants syndicaux</i>	Viannet	12	Thibault	10
	Blondel	31	Blondel	8
	Notat	18	Chérèque	13
<i>Organisations syndicales</i>	Cgt	16	Cgt	25
	FO	16	FO	9
	Cfdt	16	Cfdt	28
	Cftc	1	Cftc	3
	Cnppf	4	Medef	20

Nombre d'occurrences des noms et des sigles des acteurs des conflits de 1995 et de 2003 (hors PN).

Ces résultats montrent par exemple, qu'avec 204 occurrences en 1995, Juppé est cité en moyenne 2,3 fois par article<sup>9</sup>. On note également une différence de traitement significative entre les hommes politiques et les dirigeants syndicaux ; par ailleurs, en comparant les chiffres obtenus par les organisations et leurs dirigeants, on s'aperçoit que la personnalisation est plus forte en 1995 qu'en 2003.

Ces résultats globaux masquent de profondes disparités entre les journaux, *Hyperbase* livre pour le corpus 1995 le détail de cinq noms propres : Juppé, Chirac, Blondel, Viannet et Notat. Les résultats sont exprimés en valeur absolue puis en probabilité<sup>10</sup> afin de permettre une véritable comparaison entre les journaux<sup>11</sup>.

<sup>9</sup> On obtient 176 articles en soustrayant les articles de *Paris-Normandie*, soit 88 articles par mouvement.

<sup>10</sup> Ce coefficient permet de relever à la fois les mots les plus *improbables* et les mots les plus *représentatifs* d'un journal par rapport à l'ensemble du corpus. On considère généralement qu'un « écart réduit » est significatif à partir de la valeur 2 (valeur supérieure ou égale à 2 et inférieure ou égale à -2) et hautement significatif à partir de 2.5. Les écarts les plus significatifs apparaissent en caractères gras dans le tableau.

<sup>11</sup> Codes journaux : LP / Le Point ; LE / L'Expansion ; NO / Le Nouvel Observateur ; LM / Le Monde ; MD / Le Monde Diplomatique ; LI / Libération ; EX / L'Express ; LF / Le Figaro ; LH / L'Humanité.

Publications	LP	LE	NO	LM	MD	LI	EX	LF	LH
<i>Juppé</i>									
<i>Nb d'occurrences</i>	7	7	47	45	22	33	6	13	24
<i>Probabilité (écart réduit &gt; +/- 2)</i>	<b>-7</b>	-1	1	1	1	<b>+6</b>	<b>-2</b>	-1	<b>2</b>
<i>Chirac</i>									
<i>Nb d'occurrences</i>	1	/	26	22	3	1	7	1	12
<i>Probabilité (écart réduit &gt; +/- 2)</i>	<b>-4</b>	<b>-2</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	1	<b>-2</b>	1	<b>-2</b>	<b>2</b>
<i>Blondel</i>									
<i>Nb d'occurrences</i>	4	1	11	2	/	2	2	4	/
<i>Probabilité (écart réduit &gt; +/- 2)</i>	-1	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>-2</b>	<b>-2</b>	-1	-1	<b>2</b>	<b>-2</b>
<i>Viannet</i>									
<i>Nb d'occurrences</i>	/	1	4	2	/	1	/	4	/
<i>Probabilité (écart réduit &gt; +/- 2)</i>	-1	1	1	-1	<b>-2</b>	1	-1	<b>2</b>	-1
<i>Notat</i>									
<i>Nb d'occurrences</i>	3	/	7	/	1	2	5	/	/
<i>Probabilité (écart réduit &gt; +/- 2)</i>	1	-1	<b>2</b>	<b>-2</b>	-1	1	<b>3</b>	-1	-1

Nombres d'occurrences et fréquences spécifiques de « Juppé »,  
« Chirac », « Blondel », « Viannet », « Notat », par journal en 1995.

Si tous les journaux citent Juppé, il n'en va de même pour les différents dirigeants syndicaux. Ce sont *Libération* et, dans une moindre mesure, *L'Humanité* qui citent le plus souvent en fréquence spécifique « Juppé », ce qui signifie que l'écart entre la probabilité moyenne que ce mot apparaisse tant de fois dans un journal et les occurrences réelles dans ces deux journaux est le plus important. A l'inverse, la fréquence de Juppé est particulièrement faible dans *Le Point* et *L'Express*, ce qui signifie clairement une *volonté* de le citer le moins possible. Les valeurs relatives à Chirac sont semblables (hormis pour *L'Express* et *Libération*).

Blondel est le dirigeant syndical le plus cité en général et en valeur absolue, ce sont *L'Expansion*, *Le Nouvel Observateur* et *Le Figaro* qui le citent le plus souvent, alors que *L'Humanité*, *Le Monde* et *Le Monde Diplomatique* ignorent ou minorent volontairement ce nom. Les résultats sont sensiblement les mêmes pour Viannet. On constate donc une inversion des résultats : les journaux qui citent fortement Juppé-Chirac sont ceux qui citent le moins Blondel-Viannet et inversement. On obtient donc la répartition suivante :

- + Juppé-Chirac / - Blondel-Viannet : *Libération*, *L'Humanité*, *Le Monde*, *Le Monde Diplomatique*
- + Blondel-Viannet / (-Juppé-Chirac) : *L'Expansion*, *Le Figaro*
- + Blondel-Viannet / (+Juppé-Chirac) : *Le Nouvel Observateur*
- - Juppé-Chirac /(- Blondel-Viannet) : *Le Point*, *L'Express*

La répartition des citations montre que les deux premiers groupes s'opposent, ce qui semble correspondre assez bien à l'orientation politique « gauche/droite » de chaque journal. On constate que ces journaux ont une visée commune : ils désignent l'adversaire et taisent les proches. Reste *Le Nouvel Observateur* qui se situe, de ce point de vue, à la confluence des journaux conservateurs et des « journaux de gauche ». Cette place correspond à la fois à un journal qui joue énormément sur les personnalisations et aux résultats observés quant à son positionnement vis-à-vis des mouvements de 1995 et de 2003.

En ce qui concerne Notat les différences sont notables : on se souvient que le discours tenu par Nicole Notat, dirigeante de la CFDT, était beaucoup plus « réformiste » que celui des syndicats CGT et FO. Ce discours fut repris par les journalistes, d'où les différences statistiques : *Le Point* et surtout *L'Express*, peu « citants », ne sont plus en fréquence négative et *L'Expansion* et *Le Figaro* ne la citent pas alors qu'ils ont fortement cité les autres dirigeants syndicaux – est-elle perçue comme une non-adversaire, voire une alliée potentielle ? – ; par contre, le premier groupe (LM, LI, MD et LH) garde des fréquences négatives ; et *Le Nouvel Observateur* continue à personnaliser fortement.

D'un point de vue qualitatif, ce procédé discursif de la personnalisation est à la fois communicationnel, argumentatif et doxique. Communicationnel et doxique, car il consiste à communiquer en utilisant les schémas préexistants dans les savoirs partagés d'une communauté donnée. L'utilisation de ces schémas, cadres ou modèles (Goffman 1981 ; van Dijk 2006), appelée schématisation ou cadrage, a pour but d'attribuer un sens connu, identifiable et « englobant » (Hall 1959) à une situation particulière. Ce procédé, comme on le verra, permet à l'énonciateur de donner son point de vue de façon implicite, de dire sans dire.

En tant que procédé argumentatif, la personnalisation est une « substitution explicative » (Guilbert 2007), elle est utilisée constamment dans les médias en tant que procédé didactique. Comme l'écrit P. Leroux (1993), elle fonctionne comme « une substitution à une explication compliquée ou trop peu spectaculaire » ; « l'actualité est déréalisée » par le commentaire journalistique, la personnalisation est un « artifice d'écriture », une « théâtralisation du réel »<sup>12</sup>. G. Petiot (1992, 162 et 158) remarque également : « Très forte personnalisation qui semble bien être le trait dominant du traitement discursif médiatique » : il s'agit de « ramener à des positions d'hommes politiques nommément désignés les doctrines de leurs organisations ».

Le commentaire va ainsi « de métaphores en analogies » : « personnification des organismes ou des partis », « référence à des scènes de l'imagerie et du cinéma populaire », « les dirigeants politiques sont des membres éloignés de la famille », etc. (Leroux 1993, 56-61)<sup>13</sup>. Qu'en est-il de la personnalisation des dirigeants syndicaux ?

Exemple 1. *Le Point*, 02/12/95, éditorial, Claude Imbert

Enfin, il gémit sur la réforme (1) : « C'est une révolution » ! Pour tout fief conservateur (2), chaque réforme, en effet, paraît une insupportable révolution. Il est parfait, Blondel ! (3) Par chance, et face à ce syndicalisme de guerre froide (4), voici quelques lueurs : Nicole Notat (CFDT), peu complaisante pour le pouvoir, refuse néanmoins de lui opposer un « non » puéril et brutal. (5)

L'éditorialiste tente une explication individuelle et psychologisante, la prise en compte de l'état psychologique d'un individu s'inscrit ainsi dans une narration et cette théâtralisation a pour effet d'éviter l'essentiel : l'objet de la réforme.

---

<sup>12</sup> L'article et l'étude de Leroux portent sur le médium « télévision » et l'émission d'information hebdomadaire « 7 sur 7 ».

<sup>13</sup> C'est ainsi, pour prendre un exemple, que, lorsque Nicolas Sarkozy a pris ses fonctions de Ministre du budget et de l'économie en mai 2004, il a déclaré aux médias vouloir « gérer la France en bon père de famille », cette formule a été reprise à l'envi par la majorité des commentateurs.

Ici, le mode de personnalisation choisi consiste à forger une « icône » par la « typicalité du personnage » ou « l'archétype du... » (Gardin & Richard-Zappella 1993) : Marc Blondel est qualifié explicitement de *fieffé conservateur* (1) puis, implicitement, de /faible et geignard/ (1), de /communiste stalinien/ (4) et de *puéril et brutal* (5). La typicalité du personnage, représentant discursivement le « mouvement social », est soulignée par l'exclamation métadiscursive « Il est parfait, Blondel ! » (3) qui joue sur l'ironie et la doxa. Implicitement, le journaliste indique à ses lecteurs que les traits de l'icône Blondel sont ceux des personnes qu'il représente : s'« il est parfait », c'est en tant que représentant des opposants.

Une autre forme de personnalisation, cette fois plurielle mais tout aussi schématique, est à l'œuvre dans les médias :

Exemple 2. *Le Monde*, 20/05/03 Editorial

JEAN-PIERRE RAFFARIN et Bernard Thibault ont donné un bon coup de main au Parti socialiste pour réussir son congrès de Dijon.

La personnification « habituelle » d'un événement se présente « comme une scène de cinéma populaire » : l'événement national est réduit à deux hommes, deux chefs de clans, qui, en s'affrontant, font le bonheur d'un troisième. Ce cadre doxique est donné d'emblée puisqu'il s'agit de la première phrase du texte. Cette schématisation du réel permet à nouveau d'omettre les raisons de la confrontation.

Voici un nouvel exemple du *Nouvel Observateur* qui, en 1995, on l'a vu, est le journal qui cite le plus les acteurs du mouvement :

Exemple 3. *Le Nouvel Observateur*, 07/12/95, chronique, Jacques Julliard

[...] un aspect (relativement) positif : les syndicats, les bons vieux syndicats de notre enfance, sont de retour. L'avez-vous remarqué? Ce ne sont pas cette fois les « coordinations », ces mouvements d'usagers des luttes, qui mènent le bal. C'est Blondel, c'est Viannet, c'est la France du guichet grillagé et de la clé à molette, la France éternelle en un mot. Car la France est le pays de la caisse d'épargne, de la retraite et de la pension d'invalidité ; tout conseiller général rural sait cela, mais apparemment pas le gouvernement! D'où la popularité des grèves actuelles : on ne peut être contre des gens qui luttent pour de vieux jours meilleurs.

On voit combien le commentaire s'inscrit également dans une narration censée livrer la signification profonde de l'événement. Si l'on s'en tient au champ lexical qui se rapporte aux syndicats et au mouvement – résumés une fois de plus à deux dirigeants, représentants « parfaits » des opposants puisque ce sont Blondel et Viannet qui « mènent le bal » – on relève : *bons vieux (syndicats), (France) du guichet grillagé et de la clé à molette, (France) éternelle, épargne, retraite, invalidité, (gens qui luttent pour de) vieux jours meilleurs*. Explicitement, la perception proposée paraît à la fois bienveillante et ironique mais, bien que le propos se présente comme une mise en lumière ou un simple constat d'évidence, il décrit une France de petits vieux frileux, agrippés à leurs souvenirs glorieux et à leurs acquis sociaux et vise implicitement à conférer aux syndicats et à leurs luttes un aspect suranné, archaïque, dépassé. Cette réception/transmission du discours syndical est semblable pour l'éditorialiste de *Libération* :



Exemple 4. *Libération*, 13/12/95, éditorial, Guillaume Malaurie

« La vaste rébellion qui s'exprime aujourd'hui est bien plus grave, plus profonde, que ne le traduisent avec des mots surannés les dirigeants syndicaux. »

D'ailleurs, même lorsqu'il se veut réellement neutre, voire positif, le commentaire qui cède à la personnalisation semble terriblement réducteur :

Exemple 5. *Le Nouvel Observateur*, 21/12/95, chronique, Jacques Julliard

Ensuite, que les luttes ont témoigné d'une grande aptitude à l'unité. Blondel a serré la main de Viannet, et la CFDT-cheminots était dans la lutte. La division syndicale, héritage d'un passé révolu, est un obstacle à l'économie du pays et à la prospérité des travailleurs. Unité MM. Viannet et Blondel! Unité Mme Notat!

Exemple 6. *Libération* 26/05/03 Editorial, Jean-Michel Helvig

« [...] répondre favorablement à une revendication des plus sensées émise hier par des syndicalistes : qu'enfin un débat télévisé sur les retraites soit organisé à une heure de grande écoute. Thibault, Blondel, Chérèque, face à Raffarin, Fillon et Delevoeye, on est prêt à parier pour un Audimat digne de Nation-place d'Italie. »

Exemple 7. *Le Nouvel Observateur*, 14/12/95, chronique, Laurent Joffrin

Faut-il, en frappant le secteur public, liquider les derniers bastions de l'héritage laïque, égalitaire, progressiste que forment les syndicats ouvriers, toutes tendances confondues? L'insupportable Blondel, le rude Viannet, la roide Notat sont comme un dernier carré: ils ont le mérite d'entraîner ce qu'il nous reste de la classe ouvrière. Qu'on les discrédite, et leurs troupes débandées risquent d'aller se réfugier chez Le Pen.

Ainsi, est-il difficile de trancher dans ce dernier exemple : les qualificatifs accolés aux noms des dirigeants (*insupportable, rude, roide*) sont-ils assumés ou non par le commentateur<sup>14</sup> ?

#### 4.3 Masquer par l'abstraction : la rationalité économique

Ces personnalisations permettent notamment de masquer les vrais enjeux du débat. Il était donc intéressant de questionner à nouveau le corpus sur le fond. Par exemple, la réforme des retraites de 1993<sup>15</sup> est très peu mobilisée alors que son rappel permet une mise en perspective didactique de la réforme engagée :

Mouvement de 1995		Mouvement de 2003	
1993	14	1993	6
Balladur	19	Balladur	10
		1995	38
		Juppé	25

*Nombre d'occurrences concernant le rappel des réformes des retraites précédentes*

<sup>14</sup> Aujourd'hui rédacteur en chef à *Libération*.

<sup>15</sup> En juillet 1993, E. Balladur, 1<sup>er</sup> ministre, fait passer une réforme : le calcul des pensions du secteur privé portera dorénavant sur les 25 dernières années.

De la même façon, une recherche a été menée également au sujet de quelques mots enjeux liés aux réformes des retraites :

<i>Mot</i>	cotisation	cotisations	cotiser	cotisant	cotisants	cotisent
<i>Nb occurrences</i>	5	20	2	1	2	1
<i>Mot</i>	allongement	annuités				
<i>Nb occurrences</i>	1	2				
<i>Mot</i>	anticipation	anticipé	anticipe	anticiper	préretraites	
<i>Nb occurrences</i>	3	1	3	1	1	
<i>Mot</i>	retraite	retraites	retraités			
<i>Nb occurrences</i>	41	14	10			

Nombre d'occurrences de mots-enjeux en 1995

<i>Mot</i>	cotisation	cotisations	cotiser	cotisants	cotisent
<i>Nb occurrences</i>	19	40	8	1	1
<i>Mot</i>	allongeant	allongement	allonger	annuités	
<i>Nb occurrences</i>	2	17	4	3	
<i>Mot</i>	anticipation	anticipé	anticipée	préretraite	préretraites
<i>Nb occurrences</i>	2	1	1	4	1
<i>Mot</i>	retraite	retraites	retraités	retraité	
<i>Nb occurrences</i>	84	204	22	5	

Nombre d'occurrences de mots-enjeux en 2003

En ce qui concerne la famille « cotis- », les journaux parlent principalement de « cotisation(s) », les « cotisants » et l'action de « cotiser » sont beaucoup moins employés. Il en va de même, d'une part, pour « allongement » (en 2003) et, d'autre part, le fait d'« allonger » et les « annuités » (terme peut-être trop spécialisé pour être employé dans un genre qui se veut didactique). On peut supposer que, dans les deux cas, le débat est posé de manière technique et abstraite : on parle du « système des retraites » et non de ceux qui l'utilisent ou y sont soumis.

La famille « anticip- » connaît également deux pôles pour la thématique « retraite » : le premier pôle comprend les mots *anticipation*, *anticiper*, *anticipe*, *anticipé*<sup>16</sup> relatif au pouvoir qui « anticipe les difficultés à venir », le second se résume au mot *anticipée*, relatif au problème concret de la « retraite anticipée » pourtant au cœur du débat lorsqu'il s'agit d'obliger les salariés à partir plus tard à retraite, qui ne semble pas traité en 1995 et une seule fois en 2003 et dans un sens ironique<sup>17</sup>. Ceci est confirmé par le score de « préretraite(s) ». Cependant, il s'agit d'une réforme concernant les retraites des fonctionnaires et assimilés, *a priori* moins touchés par ce problème.

La même distinction peut être constatée pour ce qui concerne d'une part « retraite(s) » et d'autre part « retraité(s) ». En cumul, on obtient 55 contre 10 en 1995, et 288 contre 27 en 2003. Dans les deux cas, « retraite(s) » est le terme générique qui désigne la « réforme » (ce dernier terme est surtout employé par *Le Monde* avec un écart réduit positif de 6). Dans le détail, le mot « retraites » est employé de façon inégale :

<sup>16</sup> *Libération*, 11-12/11/95, une seule occurrence de ce mot : « Le président de la République a somme toute *anticipé* le constat la semaine dernière » ; *Le Monde*, 13/05/03 : « A Matignon, on a sans doute *anticipé*... »

<sup>17</sup> « le Président de l'UMP s'empresse de prendre une retraite anticipée... » *L'Humanité*, 07/05/03.

Publications	LP	PN	NO	LM	MD	LI	EX	LF	LH
Nb d'occurrences	9	30	25	48	21	21	11	13	26
Probabilité (écart réduit > +/- 2)	-2	4	1	2	3	1	-2	-6	-1

Nombres d'occurrences et probabilité de « retraites » par journal en 2003.

Les valeurs sont très tranchées : si certains décident de l'employer le moins possible (LP, EX et surtout LF), d'autres (PN, LM, MD) le sur-emploi.

Le premier groupe préfère s'en tenir aux « principes » et aux « généralités », comme l'attestent les deux exemples suivants :

Exemple 8. *Le Figaro*, 30 mai 2003, chronique, Ivan Roufiol

Les Français vont subir, dès mardi, la montée en puissance prévisible de grèves menées par les nouveaux « aristos ». Ils sont décidés à défendre mordicus leurs privilèges, ces insultes à l'égalité devant le travail. Le but de cette « insurrection » mot testé cette semaine par Marc Blondel (FO) est de faire gagner la rue contre le gouvernement et le Parlement. Un putsch corporatiste, donc.

Exemple 9. *Le Figaro*, 12/05/03, chronique, Alain-Gérard Slama

En ce mois de mai inactif, dans l'attente des vacances prochaines, et aux approches d'une grève des syndicats acharnés à défendre un système de retraites condamné, la France est dans un état qu'on hésite à nommer : asthénique ? régressif ? éclaté ? moisi ? On cherche le mot.

A aucun moment le terme « retraite » n'est employé. Dans un journal comme *Libération* qui utilise pourtant le mot avec sobriété, on peut voir combien le problème soulevé *doit* être présenté, selon l'énonciateur, avec une abstraction mathématique conventionnelle (voir les mots soulignés) :

Exemple 10. *Libération* 12 mai 2003, éditorial, Gérard Dupuis

Globalement, les Français admettent que l'avenir du système actuel de retraite est compromis ; concrètement, ils approuvent pour l'essentiel un quasi-statu quo. A part l'alignement à la hausse de la durée de cotisation du public sur le privé, toutes les autres propositions du gouvernement sont rejetées et l'opposition syndicale est plébiscitée.

Pour le gouvernement, la réforme possède une clarté mathématique : il s'agit d'équilibrer un budget en faisant la part des encaisses et des débours. Il suffit de relever les unes (cotisations plus longues) et de baisser les autres (retraites plus faibles et plus tardives).

[...]

Les syndicats ont beau jeu d'opposer à cela le « vécu » des futurs retraités, leur usure et la portion congrue qui attend beaucoup d'entre eux. En conséquence, Bernard Thibault parle même d'« améliorer le niveau des retraites ». Rien ne peut être plus éloigné de la nécessité d'ajuster les comptes.

[...]

Théoriquement, Raffarin a les moyens politiques d'imposer sa réforme. Mais il est Premier ministre d'un président qui se fait fort d'être des deux côtés de la « fracture ». Et la témérité n'est pas une vertu poitevine.

Comme on a pu le voir, l'éditorialiste oppose justement cette vision mathématique présentée comme rationnelle à une perception affective du vécu des retraités (troisième paragraphe). On remarquera au passage les usages de l'opinion, aussi bien dans les exemples du *Figaro* que de

*Libération*, l'énonciateur se fait porte-parole de la France et des Français : en parlant au nom de l'opinion, il tente d'infléchir les opinions individuelles (Guilbert 2007). A ces deux procédés, il faut ajouter les formes discursives de l'évidence : « il suffit de », « rien ne peut être plus x que y », « la nécessité de ». De plus, quand les syndicats tentent de rappeler l'aspect concret du problème soulevé, le message est transmis bien qu'aussitôt mêlé au procédé de la personnalisation (Thibaut puis Raffarin), c'est-à-dire la disqualification rationnelle /Thibaut ne veut pas voir les nécessités/, et à la topique de la communication et de la pédagogie, topique chère à *Libération* :

Exemple 11. *Libération*, le 14 mai 2003, éditorial, Jean-Michel Helvig

Un slogan résumait, hier, le refus de cette évolution : « *La retraite oui, mais avant de mourir.* » le Premier ministre a un énorme problème pour convaincre du bien fondé de sa démarche : il a oublié de rendre attractif et crédible le rab de travail qu'il réclame aux vieux.

## Conclusion

Même s'il n'en a pas la forme, et parce qu'il n'en a pas la forme, ce type de méta-commentaire éditorial est le plus fort des discrédits pour l'expression syndicale : puisqu'il n'y a pas d'autre politique possible, puisque cette réforme des retraites est inéluctable, la question, pour l'éditorialiste, n'est plus alors que de s'intéresser à la stratégie de communication apte à convaincre ceux qui « refusent » cette « évolution ». Ce déplacement sémiotique de la signification de l'événement par et vers le métalangage de la communication procède du discours néolibéral ; ce discours de « l'évidence » met hors-jeu les mouvements sociaux et leurs acteurs en indiquant implicitement la vacuité et l'inanité de tout conflit social.

## Eléments bibliographiques

- Bourdieu, P., 1998. *Contre-feux, propos pour servir à la résistance contre l'invasion néolibérale*. Paris : Liber-Raisons d'agir.
- Bourdieu, P., 2001. *Contre-feux 2, pour un mouvement social européen*. Paris : Liber-Raisons d'agir.
- Champagne, P., 1990. *Faire l'opinion*. Paris : Minuit.
- Duval, J., 2000. Concessions et conversions à l'économie. *Actes de la Recherche en Sciences Sociales* n° 131-132, pp. 56-75.
- Forrester, V., 1999 [1996]. *L'horreur économique*. Paris : Livre de Poche.
- Gardin, B. & Richard-Zappella, J., 1993. Parcours linguistiques de discours spécialisés. *Colloque de la Sorbonne* 23-25 septembre 1992. Peter Lang, pp. 2-13.
- Goffman, E., [1974] 1981. *Les cadres de l'expérience*. Paris : Minuit.
- Guilbert T., 2007. *Le discours idéologique ou la force de l'évidence*. Paris : L'Harmattan, coll. Logiques sociales.
- Guilbert, T., 2008. Conflits sociaux et médias : l'invisibilité de l'évidence. *Actes électroniques du 4<sup>ème</sup> Congrès de l'Association Belge des Sciences Politiques-Communauté française (ABSP-CF)*, Louvain-la-Neuve, (<http://www.absp-cf.be>).
- Hall, E. T., 1984 [1959]. *Le langage silencieux*. Paris : Seuil, Points.

Landowski, E., 1989. *La société réfléchie*. Paris : Seuil.

Leroux, P., 1993. Le résumé de la semaine dans l'émission « 7 sur 7 », digest de l'actualité ou actualité digeste ? *Mots* n° 37, pp. 48-63.

Petiot, G., 1992 . Néologisme et discours médiatiques. *Carnets du Cediscor* n°2, « Discours d'enseignement et discours médiatiques », pp. 153-165.

Van Dijk, T., 2006. Politique, idéologie et discours. *SEMEN*, n° 21, p. 74-102.