

Fiche de Lecture

Pierre Bourdieu : Sur la télévision(1996)

« Si le sociologue dérange toujours un peu, c'est qu'il oblige à rendre conscientes des choses qu'on préfère laisser inconscientes. »

Sur la télévision est un [livre](#) de [Pierre Bourdieu](#) retranscrivant le contenu de deux émissions télévisées de [Gilles l'Hôte](#) : Sur la télévision et Le champ journalistique, réalisées et diffusées en [1996](#), dans le cadre d'une série de cours du [Collège de France](#). Sur la télévision est suivie d'un article reprenant les mêmes thèmes de façon plus théorique : L'emprise du journalisme.

L'ouvrage est composé de deux parties :

1. Le plateau et ses [coulisses](#)
2. La structure invisible et ses effets

Partie 1 : Le plateau et ses coulisses

Introduction :

- Les invités qui viennent sont là pour être vus vendre leur ouvrages qui sont d'ailleurs destinés à être vu à la télévision.
- Bourdieu ne refuse cependant pas toute intervention à la télévision mais cela doit être avec des conditions raisonnables (nous en déduiront ce qui est raisonnable par la suite en observant ce qu'il ne l'est pas).

1) La censure invisible :

- Le sujet est imposé, les conditions de communication sont imposées et la limitation du temps impose au discours des contraintes telles qu'il est peu probable que quelque chose puisse se dire.
- Censure également des journalistes : le nombre assez grand de chômeurs et la précarité de l'emploi dans les professions de la télévision et de la radio et du champ journalistique en général contribue à une certaine forme d'autocensure par le conformisme.

- Censure économique : Ex : NBC propriété de General Electric (remise en cause de l'énergie atomique illusoire) ABC celle de Disney ou encore, TF1 celle de Bouygues.
- Selon Bourdieu, les gens qui y participent sont manipulés autant que manipulateurs
- La télévision exerce une forme de violence symbolique. « **La violence symbolique est une violence qui s'exerce avec la complicité tacite de ceux qui la subissent et aussi, souvent, de ceux qui l'exercent dans la mesure où les uns et les autres sont inconscients de l'exercer ou de la subir.** »
- Cette violence symbolique se retrouve ainsi à travers **les faits divers ou les faits omnibus** (qui sont sans enjeu, qui ne doivent choquer personne, qui font le consensus mais qui ne touchent à rien d'important). Ces faits divers et omnibus occupent une place importante dans l'information, qui prend du temps, temps qui pourrait être employé à dire autre choses.
- Il en résulte une division entre une partie de la population entre ceux qui peuvent lire les quotidiens dits « sérieux » et la presse en générale (De moi : L'Express, Alternatives éco, Le Monde, Courrier international, Le Monde diplomatique...) et les autres qui ne s'informent que par la télévision, c.à.d. selon Bourdieu à peu près rien. Et ce manque d'information ne permet pas à cette catégorie de population d'exercer pleinement ses droits démocratiques.

II) Cacher en montrant :

- Les journalistes opèrent une sélection et une construction de ce qui est sélectionné pour l'information. Le **principe de sélection**, c'est la recherche du sensationnel, du spectaculaire. La télévision appelle à la **dramatisation**, au double sens : elle met en scène, en images, un événement et elle en exagère l'importance, la gravité, et le caractère dramatique, tragique. Les journalistes, pour saisir le public utilise des **mots extraordinaires** parce que ces mots font des choses, créent des fantasmes, des peurs, des phobies ou des représentations fausses de la réalité.
- La poursuite du scoop, la recherche d'exclusivité aboutit paradoxalement à l'uniformisation et à la banalisation.
- Bourdieu explique ce phénomène d'exagération (ex des banlieues) du fait qu'il n'y a rien de plus **difficile que de faire ressentir la réalité dans la banalité**.
- On en arrive à un phénomène de **construction sociale de la réalité** capable d'exercer des effets sociaux de mobilisation (ou de démobilisation). Bourdieu prend l'exemple de grève de lycéens : Ce

sont les journalistes qui veulent politisés l'événement en suscitant des portes paroles qu'on prend au sérieux et qui en retour vont ainsi se prendre au sérieux.

- Pour conclure sur cette sous partie, la télévision qui prétend être un instrument d'enregistrement devient **instrument de création de la réalité**.

III) La circulation circulaire de l'information :

- La concurrence qui pousse dans le monde « économique » à la différenciation incite dans le cas de la télévision et même dans celui des journaux (exception de quelque uns comme Le monde diplomatique par ex) à **l'homogénéisation**.
- Cela parce que personne ne lit autant les journaux que les journalistes eux même. Les journalistes se voient les uns les autres débattent ensemble. Les journalistes sont informés par d'autres informateurs qui sont le plus souvent les mêmes (ex de l'AFP).
- Les différences entre les journaux télévisés ou certains articles sont infimes et les journalistes y accordent une grande importance alors qu'elles passent totalement inaperçues aux yeux des spectateurs. De plus, ces derniers ne regardent pas simultanément plusieurs chaînes ou lisent plusieurs quotidiens dans la journée.
- Bourdieu dénonce en conclusion la mentalité de l'audimat qui peut aller au détriment de l'information et qui à défaut de répondre aux attentes du public, créent son propre public.

IV) L'urgence et le fast thinking

- Selon Bourdieu, l'audimat exerce sur la télévision un effet particulier : la pression de l'urgence qui se traduit par la recherche du scoop, d'une concurrence temporelle pour « être le premier ».
- Or, contradiction entre l'urgence et la pensée qui doit ne doit pas être soumis aux pressions du temps.
- La **pression de l'urgence** incite les journalistes à pensée à travers des **idées reçues** ou du moins la retranscrire afin que la majorité des auditeurs puissent la comprendre. Des idées qui, quand le téléspectateur les reçoit, sont des idées déjà reçues, de la sorte que le problème de la réception ne se pose pas. La question du journaliste est simple : « Est-ce que celui qui écoute à le code pour décoder ce que je suis en train de dire ? ». Quand vous émettez une « idée reçue », c'est comme si c'était fait, le problème est résolu. La

communication est instantanée, parce que, en un sens, elle n'est pas.

V) Des débats vraiment faux ou faussement vrais

- Débats vraiment faux : Les interlocuteurs se connaissent, déjeune et dînent ensemble et appartiennent ainsi tous deux aux mêmes milieux.
- Débats faussement vrais à travers de multiples opérations de censure. Celles-ci sont le plus souvent l'œuvre du présentateur. Il **impose** le sujet, la problématique, le temps de paroles, les règles du jeu en somme qui ne sont pas égales selon le prestige des invités (ministre ou académiciens face à un syndicaliste par exemple). Autre stratégie du présentateur, il **manipule l'urgence** ; il se sert du temps, de l'urgence de l'horloge, pour couper la parole, pour presser, pour interrompre...
- Certains codes, attitudes et façon de parler sont nécessaires pour passer à la télévision. Il faut faire un **travail d'assistance à la parole**. Et les présentateurs non seulement n'aident pas les « défavorisés culturellement » mais les enfoncent.
- La composition des plateaux joue sur l'attitude des invités. Dans certaines émissions (ex : parole de français avec Sarkozy), les questions et réponses sont connues à l'avance : il existe une sorte de scénarisation du débat.
- En conclusion, Bourdieu nous explique également que les journalistes ne posent pas les « bonnes questions » et cela résulte de leur vision de l'information que j'ai évoquée précédemment.

VI) Contradictions et tensions

- Sentiment de révoltes insatisfactions d'anxiété dans la profession des journalistes qui ont le sentiment « ne pas faire un métier comme les autres ».
- Contradictions avec le « message culturelle faible » que transmet la télévision et le haut niveau d'études et de formations des journalistes d'aujourd'hui.

Partie 2 : la structure invisible et ses effets :

I) Part de marché et concurrence :

- Ex de TF1 qui a accumulé un certains nombre de pouvoirs spécifiques en raison de son accaparament des parts de marché.
- Journalistes sont soumis à ce rapport de force entre les différents journaux tant sur le plan interne que externe (par rapport à la concurrence). Ainsi, on va pouvoir savoir ce que va écrire un journaliste par rapport à son poids spécifique dans un organe de presse et le poids relatif de ce dernier dans le monde journalistique en général.

II) Une force de banalisation :

- Selon Bourdieu, plus un organe de presse ou un moyen d'expression quelconque veut atteindre un public étendu, plus il doit perdre ses aspérités, tout ce qui peut diviser, exclure, plus il ne doit s'attacher à « choquer personne », à ne jamais soulever des problèmes ou seulement des problèmes sans histoire. La logique de la concurrence pour **obtenir le plus de part de marché** impose cela.
- Bourdieu souligne également sur le pouvoir que peuvent acquérir les journalistes et présentateur télé de part leur accès à « espace public ». Ils peuvent imposer leurs points de vue, leurs visions du monde.
- D'autre part, au-delà des multiples points de vue existant entre les multiples journalistes (et champ journalistique en général), on remarque un certains nombre de « **présupposés et croyances partagées** ». Ceux-ci concernent le **mécanisme de sélection** qu'opèrent les journalistes entre les différents événements ou sujets susceptibles d'être traités à la télévision ou même dans les journaux. Ces derniers doivent entrer dans certaines « catégories ou grille de lecture » qui sont le plus généralement commune au champ journalistique.
- En dernier lieu, l'auteur nous explique le passage d'une télévision basée sur une politique d'action culturelle dans les années 1950 à une télévision dominée par le « spontanéisme populiste et la soumission démagogique aux goûts populaires »

III) Des luttes arbitrées par l'audimat :

- Importance de la culture propre à chaque organe de presse dans les prises de position du journaliste (ex : « c'est contraire à l'esprit du *Monde* »).
- **Rapport de domination** fort dans le champ journalistique :
« Actuellement, chez les journalistes de presse écrite, et en particulier chez ceux qui occupent une position de dominée à l'intérieur de cette presse, qui sont dans des petits journaux et dans des petites positions, on voit se développer un discours très critique à l'égard de la télévision. »
- **Recul du journalisme de presse écrite par rapport à la télévision** : le fait que la place du supplément télévision ne cesse d'augmenter dans tous les journaux, le fait que les journalistes accordent le plus grand prix au fait d'être repris par la télévision (ou d'y être vu ce qui leur donne une place plus importante dans le journal).
- Dans le processus de **circulation circulaire de l'information**, la télévision occupe une place centrale dans la mesure où s'il arrive un thème (affaire, débat) qui soit lancé par les journalistes de la presse écrite, il ne devient déterminant, central que s'il est repris, orchestré par la télévision.
- La logique de recherche de faits divers ou faits omnibus tend à s'imposer comme la seule stratégie possible pour l'ensemble du champ journalistique (quelques journaux comme *Le Monde*, les *Echos*, *Mediapart*, *Le Canard enchaîné*, *Le monde diplomatique*, *Boutique2mode* ...). Dans ces affaires, des « **philosophe de télévision** » sont là pour **redonner du sens** à l'accidentel, à l'occasionnel, à l'insignifiant pour les transformer en sujet de société (Débat sur la Burka, la laïcité, les roms...)
- Cela s'explique également du fait que le champ journalistique est soumis à la pression très forte de la demande, à la sanction du marché, peut être plus encore que le champ politique.
- Bourdieu dénonce en conclusion **l'inexistence de l'autocritique dans le camp journalistique** (à part des émissions satiriques comme les *guignols* mais qui ne sont selon lui que des embryons de la critique).

IV) L'emprise de la télévision :

- Dans cette sous partie, Bourdieu nous expose clairement sa vision de la sociologie en général. Il nous explique que le sociologue a pour vocation « d'éclairer » ceux qui composent la société (Ici le champ journalistique et le téléspectateur). Bourdieu énonce également ses « idées sociologiques » à travers les mécanismes de structure qui encadrent les individus de la société l'importance des rapports de force, de domination qu'exercent les différents champs les uns sur les autres. Il prend l'exemple du champ journalistique dominé par la **logique de l'audimat**, le poids qu'exerce la télévision sur le journaliste et en même temps le champ journalistique qui exerce une contrainte dans le domaine de la production culturelle, la politique, la stratégie d'une entreprise (ex de la médiatisation des délocalisations) ou de la justice (Affaire Chirac ou Michael Jackson).
- Les médias ne cessent d'intervenir pour énoncer des verdicts (bilan de la décennie, désigné les « dix grands intellectuels du mois »). Les intellectuels se servent selon lui des médias pour se faire créditer autant que les journaux se servent d'eux pour être crédibles.

V) La collaboration :

- Bourdieu analyse dans un premier temps les mécanismes intrinsèques à toute forme de collaboration pour montrer le danger de l'intrusion de la télévision dans le champ intellectuel. Selon lui, plus les gens sont reconnus par leur pairs, plus ils sont portés à résister ; à l'inverse, plus ils sont hétéronomes dans leur pratique purement littéraires, c.à.d. attiré par le commercial, plus ils sont enclins à collaborer.
- « Un champ très autonome, celui des mathématiques par exemple, est un champ dans lequel les producteurs n'ont pour clients que leurs concurrents, ceux qui auraient pu faire à leur place la découverte qu'ils leur présentent ». Pour acquérir l'autonomie, les divers champs intellectuels doivent construire une sorte de « tour d'ivoire » à l'intérieur de laquelle on se juge mais en connaissance de cause avec des instruments scientifiques, des techniques, des méthodes.
- « A l'inverse, plus un producteur culturel destine ses produits au marché de grande production (essayistes, écrivains-journalistes, romanciers conformes) plus il est enclin à collaborer avec les pouvoirs externes, Etat, Eglise, Parti, et, aujourd'hui, journalisme et télévision, à se soumettre à leurs demandes ou à leurs commandes »
- Bourdieu accuse certains intellectuels qui ont intérêt à l'hétéronomie, à avoir le soutien des médias dans la mesure où ils

peuvent acquérir la notoriété qu'ils n'ont pas acquise dans leur propre discipline.

- En conclusion, Bourdieu généralise ses propos en montrant que **la télévision tend à faire perdre leur autonomie** dans divers champs comme la justice ou la politique par exemple. Les médias par leur capacité mobilisatrice conduisent à une forme perverse de la démocratie directe où la **pression de l'urgence s'impose au détriment de la logique de réflexion** qui prend nécessairement plus de temps. Bourdieu dénonce également le rôle que jouent les journalistes dans ce processus qui, selon lui, tend à faire monter les extrémismes comme le FN.

VI) Droit d'entrée et devoir de sortie :

- **La télévision consacre** des personnalités comme sociologue, philosophe, écrivain des gens qui ne sont même pas reconnus à l'intérieur de la profession dans la mesure où ils ne possèdent pas la qualification pour être considéré comme tel.
- Bourdieu veut renforcer les « droits d'entrée » à la télévision et dans l'ensemble des champs de production en général et en même temps établir des « devoirs de sortie » pour les « usurpateurs ».
- D'autre part, il faut « **exotériser l'ésotérique** » afin que l'ensemble de la population puisse avoir accès à une information plus « éclairée, rationnelle », indispensable pour pouvoir utiliser ses droits démocratiques. Cette démarche est réalisable selon lui si les « producteurs culturels » possèdent leurs propres moyens de diffusion par exemple. Ces derniers doivent également lutter, en liaison, avec les enseignants, les syndicats, les associations etc, pour que les récepteurs reçoivent une éducation visant à élever leur niveau de réception.

Pour en savoir plus :

- http://fr.wikipedia.org/wiki/Sur_la_t%C3%A9l%C3%A9vision
- <http://meshumeurs.20minutes-blogs.fr/archive/2006/03/26/sur-la-television-par-pierre-bourdieu.html>
- <http://video.google.com/videoplay?docid=-5238133730429562519#>
- <http://www.monde-diplomatique.fr/1996/04/BOURDIEU/2633.html>
- <http://www.exergue.com/h/2005-07/medias/faute02.html>

Biographie

- http://fr.wikipedia.org/wiki/Pierre_Bourdieu
- <http://www.homme-moderne.org/societe/socio/bourdieu/index.html>