



LA FABRIQUE MÉDIATIQUE À L'ÈRE D'EMMANUEL MACRON

La production de l'information
sociale et politique

Acteurs, pratiques & logiques d'interactions
avec le Pouvoir

2 MAI 2018

LA PROBLÉMATIQUE

Un an après l'arrivée d'Emmanuel Macron à l'Élysée, y a-t-il ou non « *disruption* » dans l'accès à l'information ?

LES ENJEUX



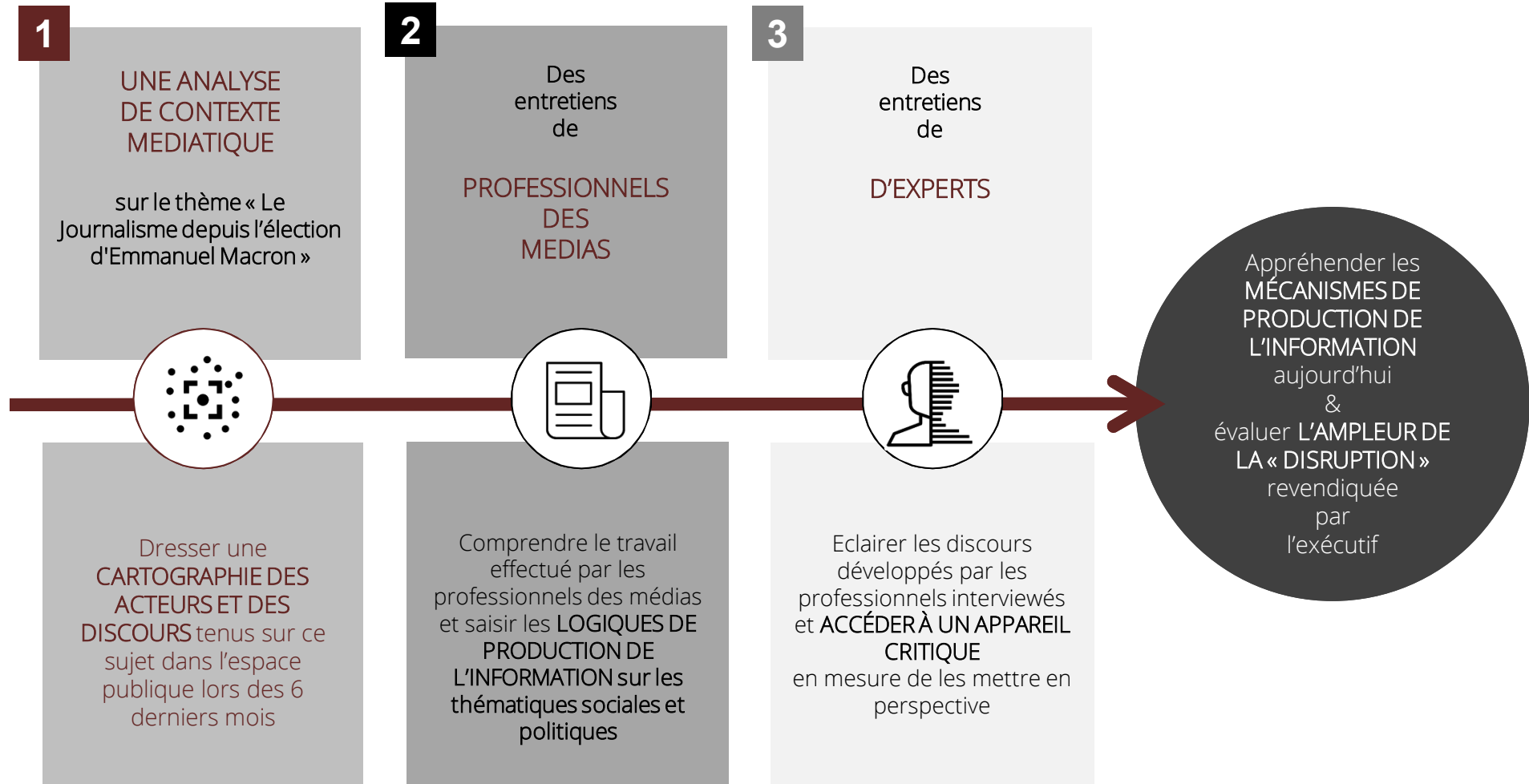
« Alors que rumeurs et prêt-à-penser circulent largement, nous avons cherché à comprendre de manière objective et non partisane la manière dont se construit l'information aujourd'hui.

Le métier de la communication est en constante mutation et ce type d'échange permet d'adapter nos stratégies et méthodes de travail pour plus d'efficacité »

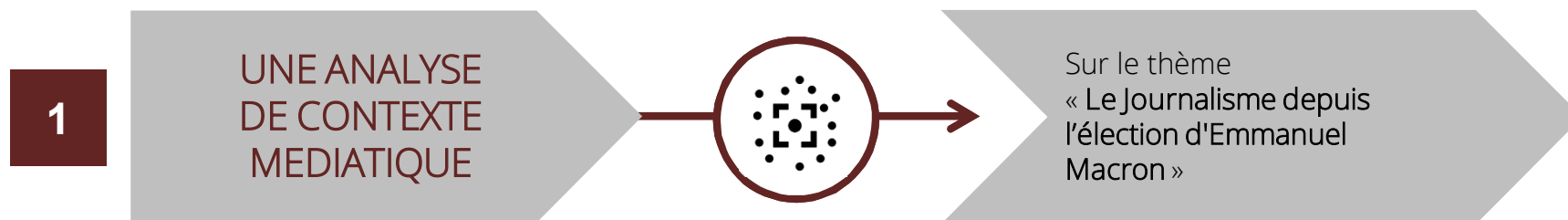
Le cabinet Frapier & Saab

LE PANOPTIQUE DE L'INTERVENTION 1/4

UN DISPOSITIF MÉTHODOLOGIQUE QUI REPOSE SUR TROIS ANGLES DE RECHERCHE



LE PANOPTIQUE DE L'INTERVENTION 2/4



Le Point

Europe 1

france
culture

l'exp
ress

L'OBS

THE
HUFFINGTON
POST

Marianne

Konbini

FRANCE
24

BFMTV
NEWS 24/7

SLATE

Le Monde

ouest
france

RT
RUSSIA TODAY

Challenge^s

Le Parisien

LCI

LE FIGARO

rtbf .be

BOULEVARD
Voltaire
LA LIBERTÉ GUIDE NOS PAS

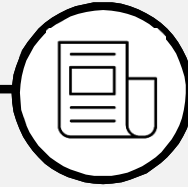
I'Humanité

Une 30aine D'ARTICLES sur le sujet,
issus d'une pluralité de titres
- TOUS MÉDIAS CONFONDUS -

LE PANOPTIQUE DE L'INTERVENTION 3/4

2

Des entretiens de
PROFESSIONNELS
des médias



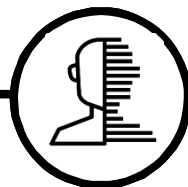
Saisir les LOGIQUES DE
PRODUCTION DE
L'INFORMATION sur les
thématiques sociales et
politiques

- 1 ACCROPOLIS.fr, **Jean Massiet**, fondateur
- 2 AEF, **Bénédicte Foucher**, rédaction en chef protection sociale
- 3 ASSOCIATION DE LA PRESSE PRÉSIDENTIELLE, **Elisabeth Pineau**, présidence, également journaliste chez REUTERS
- 4 EUROPE 1, **Olivier Samain**, rédaction en chef économie et société
- 5 FRANCE 2, **Françoise Vallet**, service économie
- 6 LA VOIX DU NORD, **Hervé Favre** direction du bureau de Paris
- 7 LCI/TF1, **Frédéric Delpech**, rédaction en chef service politique
- 8 LE PARISIEN, **Daniel Rosenweg**, service économie
- 9 SLATE.FR, **Hélène Decommer**, rédaction en chef

LE PANOPTIQUE DE L'INTERVENTION 4/4

3

Des entretiens de **D'EXPERTS**
des médias



ACCÉDER À UN APPAREIL
CRITIQUE en mesure d'évaluer
le discours des interviewés



Mariette DARRIGRAND

SÉMIOLOGUE
(Cabinet « DES FAITS, DES ACTES »)

Sujet d'expertise :
L'analyse des discours
médiatiques



Jean-Marie CHARON

SOCIOLOGUE
(CNRS & EHESS)

Sujet d'expertise :
Les médias, le journalisme et
l'information



Isabelle LE BRETON

MAÎTRE DE CONFÉRENCES
(CELSA & GRIPIC)

Sujet d'expertise :
Communication politique et
dynamiques institutionnelles


Résultats

de l'étude

Des modèles économiques en crise, des rédactions de plus en plus fragilisées

- Plusieurs facteurs, déjà anciens, mais qui se sont intensifiés ces dernières années, concourent à fragiliser les acteurs des médias :

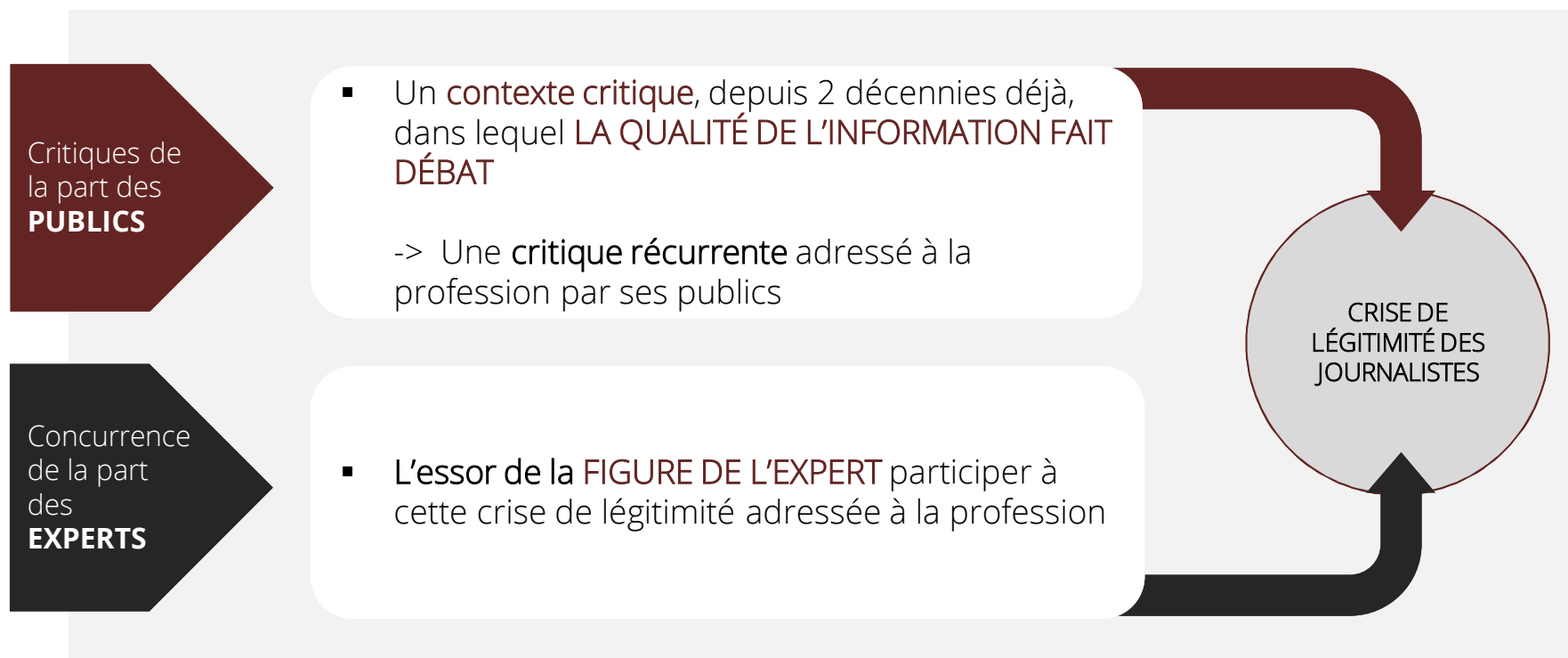
1. Fragilisation des modèles économiques
2. « Hémorragie » dans les rédactions
3. Précarisation des acteurs

- 
- Des moyens financiers de plus en plus limités pour creuser suffisamment l'information
 - Une évolution structurelle qui sape la capacité des journalistes à assurer aujourd'hui LE RÔLE DE VIGIE qui leur est traditionnellement dévolu



“
J'ai constaté une explosion des demandes de carte de presse pour des pigistes contraints, qui ont du mal à justifier plus de 500 euros de revenus par mois, ou alors qui doivent passer auto-entrepreneur, devenir des prestataires de services et perdre leur statut - et la protection qui va avec - de journaliste
”

Une profession soumise à la critique et à la concurrence, en quête d'une nouvelle légitimité



“

Ce n'est pas un phénomène nouveau, mais les experts ont pris de plus en plus de place au sein de l'espace médiatique. Auparavant ils étaient nos sources, aujourd'hui ils ont tendance à nous piquer notre place

”

Médias et politiques : des interactions depuis toujours vigoureuses mais qui se sont muées aujourd'hui en critiques souvent virulentes et adressées désormais au grand jour

Une habitude de la **classe politique**, depuis un moment déjà, à **surfer** sur la crise de confiance à l'égard des médias

MAIS AUJOURD'HUI, les politiques les stigmatisent de manière **OUVERTE, DÉCOMPLEXÉE ET GÉNÉRALISÉE**



“

Je les trouve plus hautains les mecs de cabinets aujourd'hui. Ils sont plus bruts. Moi ça ne me gêne pas, mais ils ont moins peur qu'avant, je trouve. C'est normal, c'est la contrepartie du trop-plein de caméra qu'on a pu voir, avec même parfois des bagarres ...

”



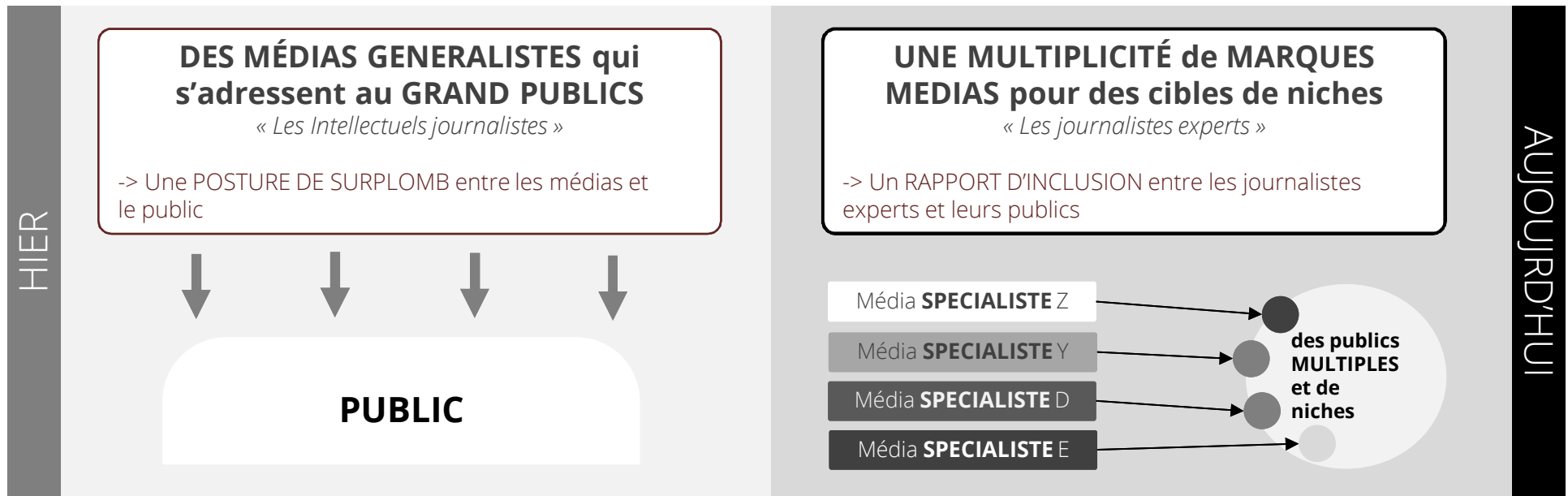
“

Pour avoir été dans un cabinet ministériel dans le passé et ne pas appartenir à cet univers-là, j'ai été frappé par la tension des politiques à l'égard des médias avec souvent des crispations et des critiques très fortes. Mais à l'époque, c'était des choses qui ne se disaient pas. Il fallait conserver une bonne entente avec les journalistes. Aujourd'hui ce n'est plus le cas. Et Emmanuel Macron ne fait pas exception à la règle

Jean-Marie CHARON, Sociologue

”

Une sphère médiatique éclatée, des publics désormais hyper-segmentés



- **Marketisation de l'offre médiatique** : des cibles de plus restreintes

-> **Mise en avant de la figure de l'expert**, pour répondre à cette hyper spécialisation des titres et des audiences

- L'expert a pris la place du journaliste
- Le journaliste n'occupe plus désormais la posture de surplomb et de connecteur, rassembleur

-> **La posture de surplomb est laissée vacante, le Président peut désormais l'occuper**

Partie 1

EMMANUEL MACRON & LES MÉDIAS

Entre prudence
et distance ?

Un rapport toujours AMBIVALENT entre le nouveau président et les médias 1/5

Un besoin revendiqué de DISCRÉTION

OU

Une forme exacerbée de VERROUILLAGE ?



LA POSITION D'EMMANUEL MACRON

Petit précis des relations entre l'Élysée et les médias

© 21 mai, le 19 mai 2017, modifié à 22h06, le 19 mai 2017



Europe 1

-> « Après un Hollande trop bavard, un Macron mutique inquiète les journalistes »
LE POINT

-> « Non-interview du 14 Juillet: Macron rompt-il définitivement avec la presse ? »
L'EXPRESS



LES REPROCHES FORMULÉS PAR LES MÉDIAS

Journalistes "choisis" lors de ses déplacements : Macron verrouille-t-il sa communication avec la presse ?

LCI

-> « Com' verrouillée, médias critiqués, Macron force les journalistes à « avaler leur chapeau » LCI

-> « Relations tendues entre Emmanuel Macron et la presse » RTBF

Un rapport toujours AMBIVALENT entre le nouveau président et les médias 2/5

Retrouver, après Hollande, une
« juste » DISTANCE

OU

Exercer une forme inédite
d'AUTORITÉ ?

- **Rupture** avec Hollande et Sarkozy, fin de « l'hyperprésident » et du « président normal »
- **Disparition de la pratique du « Off »** dans le rapport du Président à la Presse

- La Presse reproche à Emmanuel Macron un ton « **Professoral** »
- Un formalisme qui s'accompagne d'une certaine forme de **contrôle autant que de séduction**



Un rapport toujours AMBIVALENT entre le nouveau président et les médias 3/5

Se RAPPROCHER des Français
au-delà du filtre des médias

OU

ÉVINCER
les journalistes ?

Nouer un dialogue direct avec les citoyens



- **Omniprésence sur les RS**
- **Contournement des médias traditionnels : projet de création d'un média LREM**



Macron : de la connivence médiatique au « populisme » anti-journalistes



Par Amaud Benedetti | Publié le 11/07/2017 à 11:06



- **« Communication de Macron : une relation ambiguë avec la presse » Le Parisien**

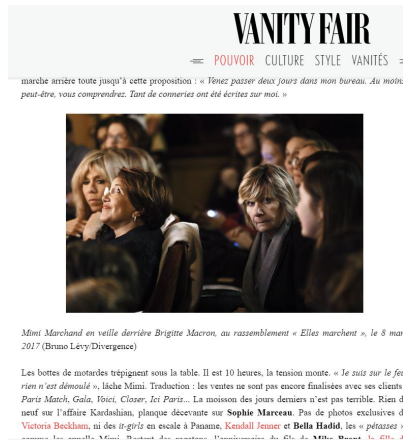
Un rapport toujours AMBIVALENT entre le nouveau président et les médias 4/5

Une mise en scène contemporaine
de la figure présidentielle

OU

Une peoplisation de
l'image présidentielle ?

- Une mise en scène de l'image du Président centralisée, qui repose sur un NOMBRE RESTREINT D'ACTEURS, acteurs qui n'appartiennent pas au champ traditionnel de l'information politique et général :
 - « Mimi » MARCHAND, papesse de la presse people
 - Soazig de la MOISSONNIÈRE, photographe de l'Élysée à l'instar de Pete Souza pour Obama
 - et, plus récemment, la photographe des stars Annie LEIBOVITZ



Macron ou la maîtrise de l'image

Soazig De La Moissonnière, photographe officielle d'Emmanuel Macron suivi les pas du futur président pendant la campagne.

LE MONDE IDEES | 27.05.2017 à 07h41 - Mis à jour le 29.05.2017 à 14h37 |

Par Frédéric Joignot

Abonnez vous à partir de 1 € Réagir Ajouter Partager (769)



Un rapport toujours AMBIVALENT entre le nouveau président et les médias 5/5

La solennité Gaullo-Mitterrandienne
de l'homme providentiel

OU


L'anecdote populiste ?



- La solennité de l'homme d'Etat, **FIGURE PROVIDENTIEL DU DESTIN FRANÇAIS**



- La légèreté d'un **citoyen « comme les autres »**, qui prend part aux divertissements populaires



Une série de questions qui redéfinissent la place et la fonction des journalistes vis-à-vis de la communication présidentielle et révèlent un **Président insaisissable** :

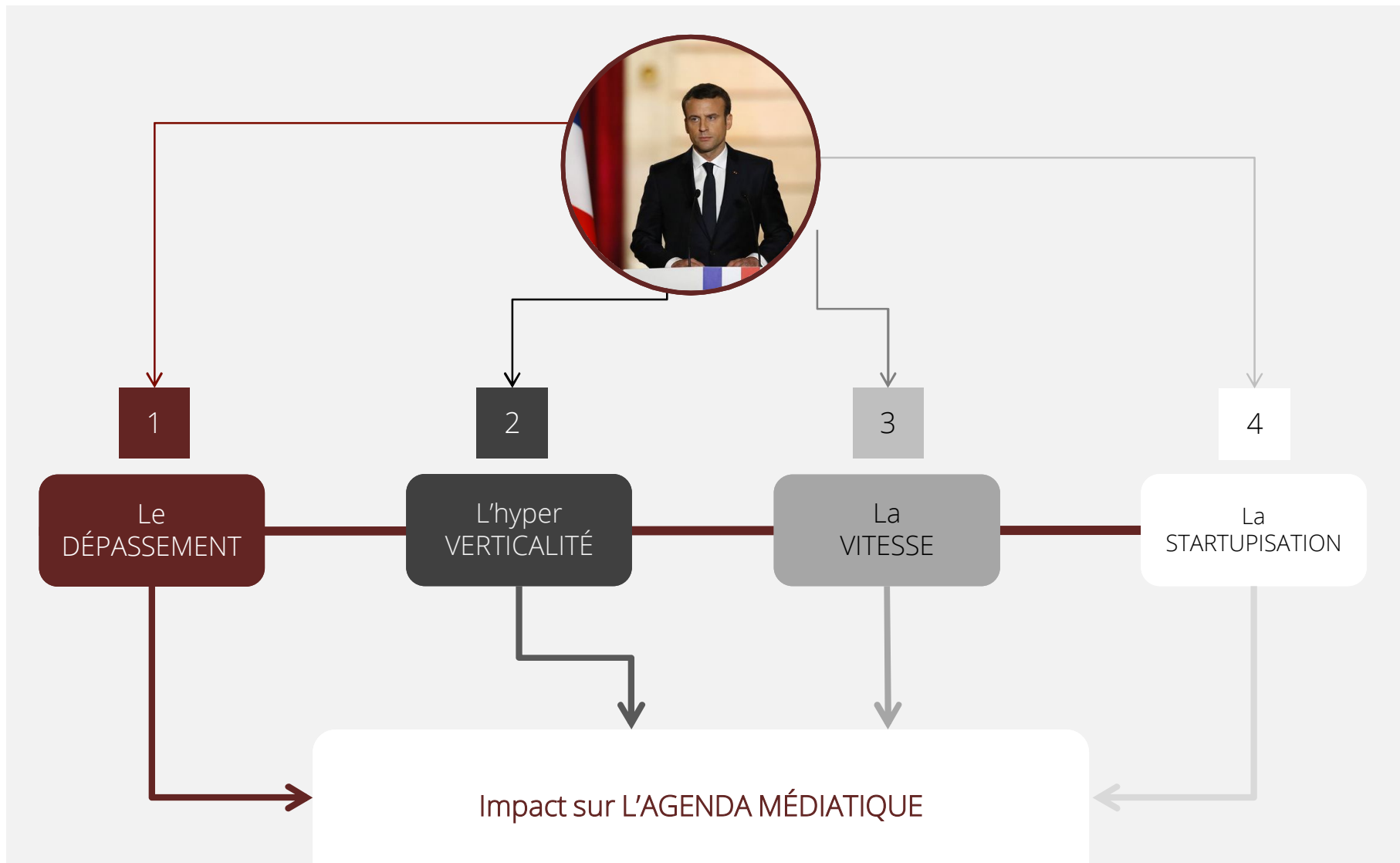
Emmanuel Macron est-il le président de la « disruption » médiatique ?

Partie 2

L'information à l'ère d'Emmanuel Macron

Véritable « disruption » ou rupture
en trompe l'œil ?

Les débuts de la Présidence dessinent un rapport aux médias marqué par 4 caractéristiques inédites



Un nécessaire dépassement de la posture présidentielle de ses prédécesseurs

- Afin d'ouvrir une troisième voie et d'incarner une nouvelle posture, le nouveau Président se doit **D'ÉVITER DEUX ÉCUEILS** :

ÉCUEIL n°1

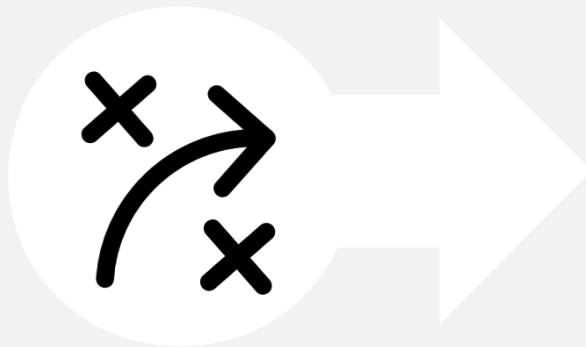


L'HYPERTROPHIE PRÉSIDENTIELLE et l'omniprésence médiatique développée par Nicolas Sarkozy

ÉCUEIL n°2



L'HYPER CONNIVENCE et le commentaire permanent de sa politique engagé par François Hollande pour expliquer sa politique



Après Sarkozy et Hollande, **UNE NÉCESSAIRE 3^{ÈME} VOIE**



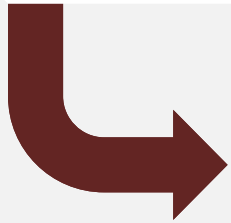
“ Emmanuel Macron incarne un mix entre Sarkozy et Hollande. Il se place au contraire de la dissolution narcissique dans le média de Sarkozy, mais il garde son dynamisme. Et il va à l'encontre de la complaisance de Hollande. Il a dessiné la figure présidentielle de manière très verticale, et pour les journalistes, ça, c'était nouveau

Mariette DARRIGRAND - Sémiologue

”

Mais une verticalité contradictoire avec l'horizontalité de l'écosystème médiatique désormais drivé par le digital et les réseaux sociaux

- Des nouveaux médias et de nouvelles écritures, dont le pouvoir n'a pas encore totalement pris la mesure
-> Une communication dont la modernité se révèle en trompe l'œil



- La dimension interactive et communautaire des réseaux sociaux n'est pas exploitée
- Pourtant surinvestis par le président, les réseaux sociaux sont réduits à de simples espaces de stockage et de diffusion, loin de la dynamique conversationnelle qui les définit

“

La notion de disruption est un peu surcotée, mais si on l'applique à Macron, je dirais : absolument pas, il est d'un classicisme ...

sa chaine YouTube n'est ni fait ni à faire, ces réseaux sociaux sont nuls ... YouTube doit avoir des contenus spécifiques à la plateforme où on s'adresse directement au public, on interagit lui, on a un comportement communautaire

*Je n'utiliserais pas le terme de disruption parce que pour moi, cela veut dire faire émerger un nouveau modèle mais en apportant de nouveaux éléments mais en fait **Macron n'apporte pas de nouveaux éléments.***

Le clip de son déplacement au Mali, ça a avait un côté un peu old school, un peu Barack Obama

”



Une accélération qui, combinée à la crise des médias, engendre un effet « ciseau » qui réduit le spectre de l'information produite

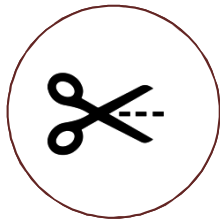
L'ÉQUATION PERDANTE :

- Baisse des effectifs dans la chaîne de l'information : dans les médias ET dans les cabinets ministériels

+

- Accélération du rythme de l'action politique et de l'information

=



=> Un EFFET CISEAU qui rend difficile le travail d'analyse précis et fouillé des enjeux de l'information

Une exigence de « complexité » souhaitée par le Président que les structures médiatiques n'ont plus toujours les moyens d'assumer

Une communication « startupisée » préformatée pour s'adresser à des publics ciblés et évincer les journalistes



I have a message for you guys.
#ScienceMarch



16:27 - 9 févr. 2017

Format du « **PITCH** » et logique du « **BOTTOM UP** »

-> Une forme de communication nouvelle qui allie **INNOVATION** et **PRAGMATISME**



- Une communication qui repose sur des signifiants simplifiés, calibrés pour les réseaux sociaux, qui ne nécessitent plus d'interprétants pour être transmis ni décodés

-> Quand le politique fait son pitch sur les réseaux sociaux, le journaliste n'a plus de raison d'être, il **perd sa fonction d'acteur de l'information** (à la fois décodeur et transmetteur de l'information) pour devenir **UN SIMPLE ROUAGE DE COMMUNICATION**



“

La France Start up est un croisement entre une logique managériale et impératif technocratique. **Mais est-ce lisible ou adapté ? On a là l'illustration de la limite de la transposabilité, dans la sphère politique et institutionnelle, des méthodes de la publicité.**

Les dynamiques démocratiques n'ont rien à voir avec les mécaniques marchandes

Isabelle LE BRETON, Maître de conférences en communication politique

”

Conclusion

Le « en même temps » macronien
ou
Les enjeux de l'ambivalence

Pour rendre compte de la complexité d'une pensée qui revendique
l'ambivalence et la complexité,
(« en même temps »)

il est nécessaire de créer des conditions de possibilités suffisamment
viabiles pour permettre aux entreprises médiatiques d'être à la hauteur
des enjeux démocratiques qu'elles assument



« Par la presse chacun de nous apprend l'histoire du présent et s'essaie à comprendre son temps (...). L'information est ainsi une des ripostes les plus ajustées à l'émiettement des techniques et des savoirs. Elle joue un rôle de suppléance dans l'immense domaine de l'incompétence de chacun (...). L'information seule peut faire des spectateurs intelligents et des citoyens actifs »

La Presse, le pouvoir et l'argent de Jean Schwoebel,
Préface de Paul Ricoeur
Editions du Seuil, 1968



ADJUVANCE

GENERATING RELEVANCE

Marketing strategy and research counselling

15, rue de Bellefond 75009 Paris
www.adjuvance.fr
adjuvance@adjuvance.fr