



HAL
open science

L'idéologie dans *Yes Minister* et *The Thick of It* : la politique britannique revue et corrigée par la middle class

Anne-Claire Wanuffel

► To cite this version:

Anne-Claire Wanuffel. L'idéologie dans *Yes Minister* et *The Thick of It* : la politique britannique revue et corrigée par la middle class. *Science politique*. 2013. dumas-00987266

HAL Id: dumas-00987266

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-00987266>

Submitted on 5 May 2014

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Université Paris I Panthéon-Sorbonne

UFR de Science politique

Anne-Claire WANUFFEL

Mémoire de Science politique

sous la direction de Jacques Gerstlé

L'idéologie dans *Yes Minister* et *The Thick of It*

La politique britannique revue et corrigée par la *middle class*

Année universitaire 2012-2013

Table des matières

Introduction.....	4
<i>Yes Minister</i>	8
<i>The Thick of It</i>	9
L'explicite dans <i>Yes Minister</i> et <i>The Thick of It</i>	21
La figure de l'antihéros.....	21
Le parfait professionnel.....	22
L' <i>homo comunicans</i>	24
<i>Le Prince</i> de Westminster.....	26
Primus inter pares.....	28
Le commentateur de l'Histoire.....	32
Westminster : la politique dépolitisée.....	34
La théorie du jeu.....	35
L'ombre du complot.....	38
Un clivage partisan inexistant.....	38
« Nous » et « eux » : les vraies lignes de fracture.....	41
Les « amis » politiques.....	41
Les médias.....	44
Le peuple.....	46
Transmettre un message : la doxa et la communication persuasive.....	51
L'idéologie de <i>Yes, Minister</i> et <i>The Thick of It</i>	60
Des valeurs hiérarchisées.....	61
L'école des choix publics.....	67
La <i>doxa</i> de la middle class britannique.....	71

Qui est « <i>middle class</i> » ?	71
Une idéologie identitaire prégnante.....	75
La logique de la communication persuasive.....	78
L'acceptabilité du message.....	78
Redondance et consonance.....	80
Conclusion.....	84
Bibliographie.....	86

Introduction

« Je trouve que la télévision est très favorable à la culture. Chaque fois que quelqu'un l'allume chez moi, je vais dans la pièce d'à côté et je lis »¹.

Bien que Groucho Marx ne soit certainement pas le seul à s'être fendu d'un aphorisme au sujet de l'invention de John Logie Baird, le sien a l'avantage de résumer assez succinctement le point de vue de la majeure partie des ennemis et critiques de la télévision. Boîte à bruit, machine à abrutir, version moderne de la maxime romaine « du pain et des jeux », créature aliénante... Parce qu'elle est à la fois facile d'accès (contrairement au cinéma qui requiert de son public qu'il sorte de chez lui pour s'y exposer, ou à la littérature qui nécessite un niveau minimal d'alphabétisation pour être comprise), extrêmement populaire (la majorité des foyers possède désormais plus d'un poste de télévision) et expressément désireuse de voir ses contenus toucher le plus grand nombre, la télévision est largement perçue comme l'antithèse d'une certaine forme éminemment intellectuelle de culture.

Pourquoi, alors, chercher à en analyser les messages idéologiques ?

Précisément pour ces raisons. De la même manière que le monde académique a redécouvert et accepté la valeur testimoniale de la paralittérature, il se doit de voir la télévision comme l'espace dans lequel s'exprime des pensées et des identités populaires peu représentées dans les productions culturelles plus socialement et intellectuellement célébrées.

1 HALLIWELL L., *Halliwell's Filmgoer's Companion*, Harper Collins, 1978

Paralittérature et télévision, que l'on pourrait regrouper sous le terme de paraculture, ont en effet ceci de commun qu'en leur sein affleurent des systèmes de pensée et de valeurs mais aussi des *zeitgeists* et effets de mode que l'on serait en peine de trouver ailleurs. Parce qu'elles sont plus immédiates (du fait de la rapidité avec laquelle elles sont produites) que de nombreuses autres formes d'« art », littérature populaire et télévision sont éminemment sensibles au contexte social et politique et méritent donc de voir leur contenu idéologique identifié et analysé.

De plus, il convient de noter qu'en dépit de la concurrence grandissante d'internet, la télévision reste le média de prédilection de la majeure partie de la population occidentale. En 2011, les Français ont passé en moyenne 26 heures par semaine devant la télévision², les Britanniques s'y sont consacré 29 heures hebdomadaires³ et les Américains sont en tête avec 34 heures⁴ passées devant le petit écran chaque semaine. Dans pareil contexte de relation privilégiée et soutenue entre la télévision et ses consommateurs, d'aucun serait en peine de justifier la mise à l'écart de la production télévisuelle comme objet d'étude légitime.

Média dominant, la télévision remplit de fait sa mission telle que définie par John Reith pour la BBC au moment de sa création : éduquer, informer, divertir⁵. Qu'elle s'y efforce ou non, qu'elle satisfasse ou non les exigences de qualité et de rigueur de ses observateurs et critiques, la télévision demeure la première source d'information de ses spectateurs. Elle constitue le prisme au travers duquel la réalité sociale, culturelle et économique est perçue et interprétée. Cette prédominance justifie le corpus impressionnant d'analyses relatives à son contenu politique : de McCombs et Shaw⁶ à Iyengar⁷ en passant par Farnsworth et Lichter⁸, Gavin et Sanders ou Kaid et Gerstle⁹, tous se sont efforcés de déterminer l'existence, la nature, l'étendue et les modalités de l'influence de la télévision sur les degrés d'information et prises de position politiques des citoyens.

2 <http://www.statista.com/statistics/214353/average-daily-tv-viewing-time-per-person-in-selected-countries/>

3 Ibid

4 Ibid

5 Le leitmotiv « Educate, inform, entertain » est toujours inscrit au cahier des charges de la BBC.

6 MCCOMBS M.E., SHAW D.L., « The Agenda-setting Function of Mass Media », *Public Opinion Quarterly*, vol.36, 1972

7 IYENGAR S., *Is anyone responsible ? How TV frames political issues*, Chicago, Chicago University Press, 1991

8 FARNSWORTH S.J., LICHTER R.S., *The Mediated Presidency. Television news and presidential governance*, Lanham, Rowman and Littlefield Publishers, 2006

9 KAID L.L., GERSTLE J., SANDERS KR, eds, *Mediated Politics in Two Cultures – Presidential Campaigning in the United States and France*, NY, Praeger, 1991

Bien que quelque peu disparates et plus ou moins nuancés, tous leurs résultats pointent vers l'existence d'une telle influence et justifient donc la poursuite et l'approfondissement de ce type d'études.

Si la télévision en elle-même mérite les attentions du chercheur, il en va de même pour les fictions qu'elles produit et diffuse. Par leur forme, les séries se rapprochent de la littérature de feuilletons et des romans populaires des XVIII^e et XIX^e siècles. Elles installent le téléspectateur dans une relation de familiarité avec les personnages, renforcée par le caractère suivi, prolongé dans le temps, de l'œuvre¹⁰. Cette proximité émotionnelle est doublée, dans le cas de la télévision, par une proximité de fait : les personnages existent et évoluent au domicile des spectateurs, emprisonnés dans une « boîte » trônant souvent au milieu du salon. Ils font, si l'on nous pardonne l'expression, « partie des meubles ». La frontière entre eux et les téléspectateurs est ténue, le potentiel d'identification est maximal de même que le degré de connivence entre destinataire et destinataire du message, quel qu'il soit¹¹.

Du fait de leur mode de production et de diffusion (en de nombreux points similaires à celui de la paralittérature), les séries télévisées méritent l'attention du chercheur car elles se positionnent donc au carrefour entre discours politique et production artistique. Cette double appartenance est d'autant plus visible dans le cas des séries traitant directement de la politique sous quelque forme que cela soit, y compris humoristique.

Surtout humoristique pourrait-on ajouter, dans le cas britannique. En effet, la tradition de la satire politique au Royaume-Uni est particulièrement ancienne et vivace, produit des caractéristiques relativement uniques du pays qui l'a vu naître. La stabilité remarquable du système institutionnel britannique, dont les tenants n'ont que très peu évolué depuis la *Glorious Revolution* de 1689, associée aux avancées technologiques et à la prospérité propres à la Révolution industrielle de la fin du XVIII^e siècle ainsi qu'au développement précoce des moyens de transports

10 MORLEY D., *Television, Audiences and Cultural studies*, Londres, Routledge, 1992

11 DICKASON R., *La société britannique à travers ses fictions télévisuelles: le cas des soap operas et des sitcoms*, Ellipses, Paris, 2005

(surtout ferroviaires) facilitant l'unification rapide et durable du territoire, ont permis le développement d'une presse nationale dans le royaume et, avec elle, l'émergence et la distribution à grande échelle d'une satire graphique du pouvoir. Au travers des gravures de l'époque, ancêtres du *political cartoon* d'aujourd'hui, s'expriment la méfiance et la défiance populaires à l'égard des gouvernants, qu'ils soient membres de la famille royale ou du Parlement, Whig ou Tory. Au siècle d'Hogarth déjà, « on se presse aux devantures des *caricature shops* »¹² puis, quelque cinquante ans plus tard, s'achètent en masse les premiers tabloids dont les pages sont fréquemment couvertes de caricatures et autres dessins satirisant la société et les institutions politiques du pays. Des magazines entiers sont consacrés à la publication de cartoons tournant les dirigeants en dérision, à l'instar de *Punch* (ou *London Charivari* en hommage au *Charivari* de Charles Philipon) ou *Fun*. Les héritiers des caricaturistes n'ont depuis eu de cesse de s'implanter dans tous les nouveaux médias, au fur et à mesure de leur création.

Le cinéma devient ainsi le média de choix pour la satire à partir des années 1940 avec l'avènement des *Ealing comedies* telles que *Kind Hearts and Coronets* ou encore *The Lady Killers*. Les frères Boulting prennent rapidement le relais dans les années cinquante avec des films moquant tour à tour l'armée britannique, l'église anglicane, l'aristocratie et les membres du Parlement alors qu'en 1963, Stanley Kubrick signe *Dr Strangelove or How I Learnt to Stop Worrying and Love the Bomb*, satire de la guerre froide et de l'utilisation politique de la peur de l'arme nucléaire.

A la même époque, l'ouverture de la BBC à un discours moins policé permet la création de l'émission radiophonique *The Goon Show* mettant en scène Peter Sellers, Spike Milligan et Harry Secombe et, à la télévision, *That Was the Week That Was* de David Frost, émission tournant en dérision aussi bien l'élite sociale du pays que le premier ministre de l'époque (Harold Macmillan). Dudley Moore et Peter Cook prennent le relais avec *Not Only... But Also* au cours d'une période aujourd'hui surnommée le *satire boom* des années 1960.

La décennie suivante voit la finalisation de la « colonisation » de tous les médias par la satire politique avec le *Monty Python Flying Circus* et son ministère des *silly walks* à la télévision, la création des émissions d'information parodiques *Week Ending* (BBC Radio 4) et *The News*

12 MILLAT G., « Dérision du pouvoir, pouvoir de la dérision dans le dessin d'actualité politique britannique », *Revue Française de Civilisation Britannique*, vol. 17.1, p.78

Huddlines (BBC Radio 2), l'avènement du magazine satirique *Private Eye* (lancé en 1961) et, en 1979, la sortie cinématographique de *Monty Python's Life of Brian*, satire religieuse et politique. Les années 1980, 1990 et 2000 n'ont fait que continuer dans cette voie et confirmer toujours plus clairement la place centrale de la parodie, de la dérision dans l'éducation et l'expérience politiques des Britanniques.

Pareille tradition non seulement favorise mais aussi légitime l'existence de la satire. Elle lui confère une place de choix dans le discours politique audible et acceptable, un droit de cité particulier.

C'est en raison de cette légitimité exceptionnelle de l' « humour politique » au Royaume-Uni que nous avons choisi de concentrer notre étude sur deux séries satiriques britanniques : *Yes, Minister* (et sa suite, *Yes, Prime Minister*) et *The Thick of It*. Produites à une vingtaine d'années d'écart, toutes deux mettent scène les tribulations de la « faune » de Whitehall et de Westminster, et ont pour projet annoncé d'exposer les coulisses du pouvoir politique britannique, de mettre en exergue et tourner en ridicule les manquements et échecs (réels et/ou perçus) des gouvernants.

Yes Minister

Créateurs : Antony Jay, Jonathan Lynn

Auteurs : Antony Jay, Jonathan Lynn

Nombre d'épisodes : 40

Années de diffusion : 1980-84 (*Yes Minister*) 1986-88 (*Yes Prime Minister*)

Chaîne de diffusion : BBC Two

Yes Minister et sa suite *Yes Prime Minister* mettent en scène la carrière politique de Jim Hacker, de candidat de l'opposition (fictive) à son entrée au ministère (fictif) des Affaires Administratives puis à son élection au poste de premier ministre britannique. Membre d'un parti

qui n'est jamais nommé à l'écran, peu qualifié, idéaliste mais craintif, Jim Hacker est régulièrement dépassé par les devoirs de sa fonction et repose énormément sur son entourage pour tenter de remplir son rôle de gouvernant. Autour de lui s'affairent Frank Weisel, son conseiller politique, plus tard remplacé par Dorothy Wainwright, de nombreux Chief Whips tels Vic Gould ou le plus simplement nommé « Geoffrey » ainsi que certains membres de sa famille.

La source de tension principale de la série tient à la relation entre Jim Hacker et son Secrétaire Permanent (puis Secrétaire de Cabinet) Sir Humphrey Appleby. Haut fonctionnaire talentueux et parfait technocrate, il est l'éminence grise du ministère et n'a que peu de respect pour le mandat démocratique de Jim Hacker. Il est le représentant de la fonction publique dans ce qu'elle a de plus réticente au changement et met tout en œuvre, souvent avec succès, pour faire échouer les politiques de « son » ministre quand il les juge trop révolutionnaires.

The Thick of It

Créateur : Armando Iannucci

Auteurs : Jesse Armstrong, Simon Blackwell, Roger Drew, Sean Grey, Armando Iannucci, Ian Martin, Will Smith, Tony Roche

Nombre d'épisodes : 23

Années de diffusion : 2005-12

Chaîne de diffusion : BBC Four (saisons 1 et 2); BBC Two (saisons 3 et 4)

The Thick of It concentre son attention sur les activités des agents du DoSAC (Department of Social Affairs and Citizenship), un « super-département » fictif dont la juridiction très large permet à la série de s'intéresser à des sujets très divers.

Les deux premières saisons mettent en scène Hugh Abbot, le nouveau ministre travailliste en charge du DoSAC. Bien que politicien de carrière, son influence au sein même de son parti n'a

jamais dépassé le stade de l'arrière-ban. Sa nomination surprise à un rang relativement élevé de la hiérarchie gouvernementale le place donc dans une situation difficile et met en exergue son absence de qualification pour le poste. Il est aidé dans ses tâches par son conseiller et ami Glenn Cullen, le fraîchement diplômé et ambitieux Ollie Reeder ainsi que Joanna Scanlan, attachée de presse fonctionnaire.

La troisième saison voit l'entrée en scène de Nicola Murray, une autre députée de l'arrière-ban venue remplacer Abbot à la suite d'un remaniement ministériel. Aussi peu qualifiée que son prédécesseur, elle a, en plus de ses problèmes professionnels, de nombreux soucis familiaux.

La quatrième saison reprend l'histoire trois ans après la fin de la précédente. Le gouvernement est désormais constitué d'une coalition entre conservateurs et libéraux-démocrates. Le DoSAC est dirigé par Peter Manning, un conservateur expérimenté mais blasé, entouré de conseillers opportunistes. Nicola Murray est entre-temps devenue chef de l'opposition et se révèle aussi douée dans ce rôle que dans sa position antérieure.

Aussi bien Abbot que Murray se voient contraints de composer avec Malcolm Tucker, *spin doctor* et éminence grise du parti dont le caractère difficile et l'attitude fort peu diplomatique sont légendaires auprès aussi bien des politiciens de Westminster que des fonctionnaires et des journalistes qui gravitent autour d'eux.

Les similitudes entre ces deux séries dépassent largement le cadre purement esthétique, voire même thématique. Elles sont le produit de la volonté expresse du créateur et principal scénariste de *The Thick of It*, Armando Iannucci, qui ne se cache en rien d'avoir cherché à émuler *Yes Minister* aussi bien dans l'esprit que dans le ton et ce pour des raisons clairement identifiées :

*« Yes Minister est l'avertissement le plus remarquable et le plus utile que nous ayons jamais reçu quant à notre capacité à demeurer convaincus que nous œuvrons dans une démocratie fonctionnant correctement alors qu'en **vérité** l'aveuglement et l'obstination de tous ceux qui détiennent un pouvoir quel qu'il soit conspirent maladroitement au dysfonctionnement de cette démocratie. Yes Minister fut une **révélation**. Il n'y avait pas de caméras de télévision à Westminster lors de la première diffusion, et ce fut donc pour le public la*

première vision réaliste du fonctionnement interne du Parlement et de l'administration [...] Nous avons l'impression de regarder un documentaire et pourtant cela nous faisait rire. C'est là précisément ce qui était dérangeant : la vérité était hilarante parce qu'elle était complètement absurde. »¹³
Armando Iannucci

MM. Lynn et Jay, bien que moins affirmatifs dans leurs déclarations et plus enclins à « trivialisent » leur œuvre en mettant en avant son caractère principalement comique, sont donc perçus, par M. Iannucci entre autres, comme détenteurs d'une autorité statutaire qui confère plus ou moins implicitement à leur série une dimension testimoniale qui dépasse de loin sa valeur purement artistique et humoristique. Tous deux anciens journalistes politiques pour la BBC, tous deux ayant côtoyé membres du Parlement et hauts fonctionnaires tant bien professionnellement que personnellement, leurs écrits sur Westminster et Whitehall, aussi couverts de fiction soient-ils, n'en demeurent pas moins perçus comme autant de révélations sur les fonctionnements réels de la machine gouvernementale et parlementaire britannique.

Ainsi, à l'inverse de nombre de scénaristes et autres auteurs de fiction qui préfèrent présenter leurs œuvres comme autant de mondes parallèles qui, s'ils semblent s'apparenter à une quelconque réalité connue de leurs publics, n'en demeurent pas moins purs produits de l'imagination de leurs créateurs, M. Iannucci revendique donc et s'inspire de ce qu'il considère comme un principe de réalisme (ou au moins de « réalisme », si l'on nous pardonne ce néologisme barbare) qui confère à sa série et à *Yes Minister* tout le poids d'un discours politique pleinement assumé en tant que tel.

Nous employons ici le terme « politique » non seulement pour décrire le thème choisi par les trois auteurs cités mais aussi pour qualifier la manière dont ils traitent ledit thème.

Yes Minister et *The Thick of It* ne sont donc pas que des séries sur la politique; elles sont des

13 « *Yes, Minister is the best, most useful warning we've ever had on how we can go on convincing ourselves we operate under a properly functioning democracy while the truth is that the blindnesses and obstinacies of those with any sort of power clumsily conspire to make that democracy dysfunctional. Yes, Minister was a revelation. There were no television cameras at Westminster when it first went on air, so it became the first realistic view the public had on the internal working of the Parliament and Whitehall. [...] What we were watching felt like a documentary, yet we laughed. This was the unsettling thing : we were laughing at the truth because the truth was so deadly absurd.* », IANUCCI A., *The Audacity of Hype : Bewilderment, Sleaze and Other tales of the 21st Century*, cité dans CASES I., « Les coulisses du pouvoir dans 'In the Loop » d'Armando Iannucci », *Revue Française de Civilisation Britannique*, vol.17.1, 2012, p.102

séries en elles-mêmes politiques :

- elles identifient un problème auquel la société dans son ensemble est prétendument confronté = un monde politique corrompu, incompetent et dysfonctionnel, un système démocratique ne respectant pas les valeurs censées être les siennes, un peuple « trahi » ou tout du moins bien mal servi par ses représentants, une absence tragique, voire absurde, de transparence et de compréhension des institutions politiques;

- elles esquissent, en creux, une solution audit problème = l'élimination des obstacles au bon fonctionnement démocratique du pays (politiciens et fonctionnaires incompetents, logiques purement partisans et/ou électorales) et un sursaut démocratique, produit d'une meilleure appréhension populaire des institutions, ;

- elles décrivent, souvent implicitement, un résultat souhaité = un débat politique rationnel et apaisé, débarrassé de toutes les scories bureaucratiques et institutionnelles précédemment identifiées comme néfastes.

Discours politiques sur la politique, les deux séries font le choix d'ironiser sur le fameux avertissement « Toute ressemblance avec des événements ou des personnes existant ou ayant existé ne serait que fortuite et pure coïncidence ». Dans leur cas, les ressemblances sont voulues et revendiquées afin de donner plus de poids à leur contenu.

Force est de constater le succès populaire de cette démarche.

En 2004, *Yes Minister/Yes Prime Minister* a été nommée sixième meilleure sitcom britannique de l'histoire par les participants à un sondage conduit par la BBC, loin devant des séries plus récentes, plus rediffusées et au succès international plus remarquable telles que *The Office* (25è) ou *Absolutely Fabulous* (17è).¹⁴

Quant à *The Thick of It* (créée en 2005 donc non intégrée au sondage précédemment cité), en dépit d'une tranche horaire de diffusion hautement compétitive (souvent programmée à la même heure que des émissions de télé-réalité ou de divertissement très populaires telles que *Strictly*

14 <http://www.bbc.co.uk/sitcom/>

Come Dancing, Casualty ou *The X Factor*), elle a attiré entre 750 000¹⁵ et 1,3 million¹⁶ de téléspectateurs au cours de ses quatre saisons.

Il est dès lors possible de penser que le(s) message(s) véhiculé(s) par les deux séries télévisées sujets de notre analyse est (sont) non seulement éminemment politique(s) mais aussi particulièrement populaires, donc capables de toucher un nombre important de citoyens britanniques.

Cependant, il convient de qualifier l'apparente attraction exercée par ces deux séries.

Bien qu'il n'existe malheureusement pas d'étude complète (ni même partielle) relative à la distribution démographique et socio-économique du (des) public(s) des programmes télévisés au Royaume-Uni, une analyse¹⁷ menée en 2009 par le sociologue Sam Friedman de l'université d'Édimbourg nous permet de nuancer ce qui pourrait apparaître, au premier abord, comme un succès d'audience général.

Conduite au cours du festival d'humour d'Édimbourg, l'étude porte sur les goûts et préférences des différents groupes sociaux britanniques en terme de comédie. Après avoir questionné un échantillon de 1000 personnes tant sur leurs prédilections humoristiques que sur leurs conditions de vie (et celles de leurs parents), situations économiques, niveaux d'éducation et sentiments d'appartenance à une *classe* sociale précise, Friedman identifie deux groupes sociologiques distincts aux préférences comiques diamétralement opposées :

- d'une part, les membres de la « *classe ouvrière* » (« *working class* ») déclarent privilégier le comique « gagesque » ou « *slapstick* » (humour reposant en partie sur l'emploi d'une violence physique exagérée) ainsi que la parodie de la vie quotidienne, renforcée par la répétition de « *catchphrases* » ou « micro-slogans »;
- de l'autre, les représentants de la « *classe moyenne* » (traduction quelque peu impropre de « *middle class* ») qui mettent en exergue leur prédilection pour un humour plus verbal, plus caustique, pour l'absurde, l'abstrait et le surréalisme ainsi que pour la satire du monde

15 <http://www.digitalspy.co.uk/tv/news/a434237/armando-iannuccis-the-thick-of-it-bows-out-with-750000.html>

16 <http://www.guardian.co.uk/media/2009/oct/26/the-thick-of-it-bbc>

17 FRIEDMAN S., « The Cultural Currency of a « Good » Sense of Humour : British Comedy and New Forms of Distinction », *The British Journal of Sociology*, Volume 62, #2, Juin 2011, pp. 347-370

professionnel, des institutions religieuses et politiques ou de la société dans son ensemble.

Si certains comiques et quelques séries trouvent grâce aux yeux des deux groupes (*Little Britain*, Eddie Izzard et Frank Skinner font partie de ce petit cercle), la majorité des auteurs, acteurs et œuvres comiques se voient fortement associés à un seul des deux « clans ».

Fortement inspiré par Bourdieu¹⁸, Friedman voit dans cette distribution l'expression d'un processus de distinction au travers duquel les *classes* moyennes utilisent l'humour pour « asseoir leur supériorité » sociale et académique et réaffirmer leur position de détentrices du bon goût. Elles considèrent les types de comiques privilégiés par les *classes* ouvrières comme « vulgaires » (« *rude* ») et « imbéciles » (« *lowbrow* ») dans une dynamique que Friedman qualifie de « snobisme voilé » (« *veiled snobbery* »).

Parallèlement, les *classes* ouvrières, n'ayant pas été exposées à la « haute culture » (« *high culture* ») au cours de leur éducation, préfèrent ne pas être confrontés aux formes d'humour préférées des *classes* moyennes car elles leur donnent un sentiment d'« insécurité intellectuelle » (« *intellectually insecure* »). Ne se sentant pas « autorisés » (« *entitled* ») ni en adéquation avec le vocable employé par les auteurs de ce genre de comédie, les membres des *classes* ouvrières élisent d'en rester éloignés.

Dans son analyse, Friedman opère donc une séparation quasi-complète entre goûts « réels » (expression sincère d'une préférence individuelle, aussi conditionnée soit-elle par les circonstances socio-économiques et les niveaux scolaires) et goûts « choisis » (produit d'une mise en scène stratégique de soi), et choisit de centrer son interprétation uniquement sur ces derniers :

*« Loin d'illustrer une hiérarchie de classes en déclin, la popularité croissante de la comédie auprès des classes moyennes nous montre comment les privilégiés utilisent désormais leurs connaissances culturelles supérieures pour **se distinguer** dans leur appréciation de la culture populaire comme dans celle des arts nobles. [...] Des émissions comme Brass Eye et The Thick of It sont célébrées par la critique. Par conséquent, **articuler une préférence** pour ce qui est **considéré** comme le genre le plus « **valable** » de comédie est un **badge d'honneur**. [...] Cependant, il est nécessaire de posséder un certain capital culturel pour saisir la plupart des blagues; il se peut donc **qu'exprimer** de*

18 BOURDIEU P, *La Distinction*, Ed de Minuit, 1979

l'admiration pour ces émissions soit une manière d'exclure les membres des classes ouvrières »¹⁹

Dans cette perspective, les opinions exprimées par les représentants des *classes* moyennes sont donc moins le reflet sincère de préférences personnelles (ou de *classe*) que l'affirmation sociale d'une identité statutaire, une recherche de gloire par produit culturel interposé.

Si cette analyse a le mérite indéniable de souligner la dimension sociale du processus de sondage/d'entretien dans ce qu'il a de mise en scène de soi et de placer une emphase justifiée sur la fabrication éminemment communautaire de goûts et d'opinions généralement pensés comme individuels, elle perd de sa force dans son occultation de ce qui pourrait être appelé la « sincérité possible » des participants.

Les membres des *classes* moyennes n'expriment-ils vraiment une préférence pour un type d'humour plus « sophistiqué » et socialement valorisant que dans le but de donner une image flatteuse de leurs capitaux culturels et intellectuels ? Ou leur prédilection pour ce genre de comédie précède-t-elle le moment de l'entretien, de la confrontation avec un tiers qu'il s'agit alors d'impressionner ?

Est-il possible que les styles d'humour cités par les représentants des *classes* moyennes les séduisent pour des raisons autres que purement statutaires et que leur déclaration de préférence ne procède pas seulement d'une entreprise de réaffirmation de leur supériorité sociale et académique mais d'une expression sincère de goûts particuliers, produits d'une appartenance sociale spécifique ?

La question se pose tout particulièrement pour les deux séries choisies pour notre étude. Toutes deux sont citées par Sam Friedman comme ayant été adoptées et revendiquées par la *middle class* mais rejetées (ou tout du moins ignorées) par les *classes* populaires.

19 "Far from illustrating crumbling *class* hierarchies, the increasing popularity of comedy among the *middle classes* simply shows how the privileged are now using their superior cultural skills to distinguish themselves in pop culture as well as the high arts. [...] Shows like *Brass Eye* and *The Thick of It* are lauded by the critics, so to articulate a preference for what is regarded as the most valued comedy is a kind of badge of honour. [...] However, one has to possess a certain amount of cultural capital to get many of the jokes, so to revere these shows can be a way of excluding *working class* people."

Si l'on accorde du crédit aux préférences exprimées par les participants à l'étude de Friedman, doit-on conclure que la *classes* ouvrière est moins intéressée, ou trop intimidée, par la politique pour s'exposer à des fictions humoristiques dont Westminster est la toile de fond ? Ou devrions-nous plutôt envisager qu'au-delà de la thématique centrale de ces deux productions artistiques et de leurs formes, elles donnent à voir et à comprendre un monde selon une *idéologie* plus en adéquation avec la sensibilité et les traditions de la *middle class* ?

La notion d'idéologie est éminemment plastique et requiert donc d'être clairement définie afin que l'analyse puisse prétendre à un quelconque degré de pertinence. Nous avons, par souci à la fois de clarté et d'exhaustivité, choisi de nous baser sur la définition du concept donnée par E. Neveu dans *L'Idéologie dans le Roman d'Espionnage* :

« [1]les idéologies sont des systèmes concurrents de perceptions, d'appréciation et d'expression des réalités sociales. Elles fournissent aux individus et groupes -d'une façon qui n'est jamais totalement consciente- les moyens de légitimer des valeurs ou des intérêts caractéristiques d'une position particulière dans la structure sociale. [2]Elles conditionnent les comportements politiques et font à ce titre l'objet de lutte pour leur diffusion. »²⁰

[1]L'idéologie s'illustre au travers de différents mythes, « outils » selon Barthes²¹, qui facilitent sa propagation en opérant à un niveau qui dépasse le dénoté : le connoté.

Le mythe n'a pas pour objectif de rendre visible les systèmes de croyances qui lui ont donné naissance; il a pour fonction de les incarner sans pour autant les rendre explicites. Il est, en quelque sorte, preuve de ce qu'il affirme implicitement. Il réalise dans le discours ce qui appartient d'ordinaire au domaine de l'indicible ou, plutôt, du non-dit, à savoir l'ensemble de certitudes prérationnelles communes (ou supposées communes) à tous les membres d'un même groupe social. Il met en scène, allégoriquement, le contenu de la *doxa* locale et, ainsi, lui permet de se propager, se reproduire et survivre.

Nous avançons l'hypothèse que les deux séries étudiées au cours de cette analyse ont valeur de

20 NEVEU E., *L'Idéologie dans le roman d'espionnage*, Presse de Science Po, Paris, 1985, p.

21 BARTHES R., *Mythologies*, Le Seuil, Paris, 1970

mythes, qu'au travers des tribulations des personnages qui les habitent, elles incarnent et font vivre un ensemble plus ou moins homogène d'opinions (confuses ou non), de préjugés populaires parmi les membres de la *middle class*, de présuppositions généralement admises au sujet de la faune politique britannique.

[2] Cette mention faite au public et à l'importance de l'analyse de celui-ci nous force ici à revenir sur un point de la définition du terme « idéologies » donnée plus haut :

« Elles conditionnent les comportements politiques et font à ce titre l'objet de lutte pour leur diffusion »

Il ne s'agit évidemment pas pour nous (ni pour E. Neveu) de défendre la théorie de la seringue hypodermique (ou modèle linéaire) chère à Lasswell. Il n'est en aucun cas envisageable de définir le public comme un magma passif et obéissant, ultra-réceptif, tel le chien de Pavlov, à toute forme de conditionnement.

Les limites de cette notion ont été exposées d'abord par Lazarsfeld , qui a mis en exergue la sélectivité à la fois de l'exposition mais aussi de la mémorisation des messages auxquels les publics sont confrontés et a également démontré le travail de retraduction par des leaders d'opinion auquel est soumise toute information avant de parvenir à un groupe (*two-step flow of communication*). Les *cultural studies* ont, quant à elles, achevé de renverser le paradigme en mettant en avant les concepts de lecture négociée voire adversariale qui permettent au public de se défendre contre toute tentative réelle ou perçue de manipulation, soit en tournant le processus en ridicule soit en le combattant fermement et explicitement.

Il faut ici entendre le mot « conditionnement » dans son acception interactionnelle : le public peut être conditionné par un message parce que ce dernier remplit toutes les conditions d'acceptabilité propres au groupe. Le contenu idéologique est audible et absorbable par les récepteurs car ces derniers souhaitent qu'il le soit, se sentent en relative adéquation avec lui, sont confortés par lui (stratégie d'évitement de la dissonance cognitive).

Le conditionnement est donc un processus actif et réciproque qui ne s'exprime que dans les

limites posées pré-consciemment par les membres du public.

Cette série d'observations nous permet de formuler les hypothèses suivantes :

- Yes Minister/Yes Prime Minister et The Thick of It sont des séries porteuses d'une idéologie politique : au travers de l'incarnation d'une série de mythes, elles promeuvent une doxa cohérente, descriptive (en ce qu'elle expose la réalité telle qu'elle est perçue) et prescriptive (en ce qu'elle recommande, implicitement, des attitudes à suivre et des valeurs à défendre);
- Ladite idéologie est caractéristique de la *middle class* britannique : les croyances réalisées par le discours tenu dans les deux séries sont propres à un groupe social particulier au Royaume-Uni;
- Cette adéquation entre l'idéologie préalablement défendue par le public potentiel de ces séries et le contenu idéologique de ces dernières contribue à expliquer la préférence de la *middle class* pour ces programmes télévisés : au-delà d'une recherche de « distinction » sociale pure, l'exposition sélective de la *middle class* à ces séries relève d'un phénomène de renforcement par le biais d'une exposition sélective;
- S'il est impropre de parler d' « influence » directe des séries télévisées (et de leur(s) idéologie(s)) sur les comportements et attitudes politiques des citoyens et consommateurs de ces programmes, il est néanmoins justifié d'employer le terme de « contribution » à la construction de celles-ci : le terme de contribution est ici utilisable en ce qu'il suppose que :
 - l'idéologie défendue par ces programmes est similaire ou comparable à celle propre à leur public;
 - ledit public choisit librement de s'exposer au contenu idéologique de ces séries;
 - la valeur de ce contenu est renforcée par d'autres sources médiatiques, de fiction et journalistiques.

Pour tester ces hypothèses, nous centrerons notre analyses sur les épisodes de *Yes Minister/Yes Prime Minister* et *The Thick of It*. Nous soumettrons ces programmes à une analyse de contenu qui nous permettra d'interroger l'ensemble des données recueillies pour dresser un tableau :

- des représentations du monde véhiculées par ces deux séries;
- des thématiques qu'elles explorent;
- des constantes qui dominent leur discours;

Il nous faudra cependant garder à l'esprit les critiques exprimées par une partie des chercheurs en sciences sociales et politiques à l'endroit de notre sujet d'étude :

« La question même de « l'influence » de la télévision est en cause. Cette question est d'une complexité trop extrême, les « transversalités » sont trop nombreuses, les données actuelles sont trop partielles, ponctuelles, et situées dans des temps trop courts pour imaginer prouver que le télévision est à l'origine, ou participe de tel ou tel comportement humain, qu'elle agit sur nos pratiques les plus quotidiennes »²²

Pour nous prémunir contre la possibilité d'une extrapolation trop importante des résultats de notre enquête, nous ne chercherons pas à établir si oui ou non la télévision, et plus particulièrement les séries télévisées, a un effet mesurable sur les comportements politiques et/ou électoraux des téléspectateurs et restreindrons l'étude à une analyse de l'interaction supposée entre ces programmes et leur public au sein de la sphère médiatique sans tirer la moindre conclusion quant aux conséquences politiques, au sens étroit du terme, ou humaines qu'elle pourrait avoir.

Dans cette optique, nous consacrerons la première partie de ce mémoire à la description et l'analyse de l'explicite dans *Yes Minister* et *The Thick of It*, aux grandes constantes de la représentation fictive et satirique de la « faune » de Westminster et Whitehall, aux types de personnages mis en valeur et/ou ridiculisés par les scénaristes et aux valeurs expressément promues dans le cadre de la narration.

22 BELLETANTE J, *Contributions des séries américaines de fiction à la formulation des jugements sur le politique*, thèse doctorale, 2008

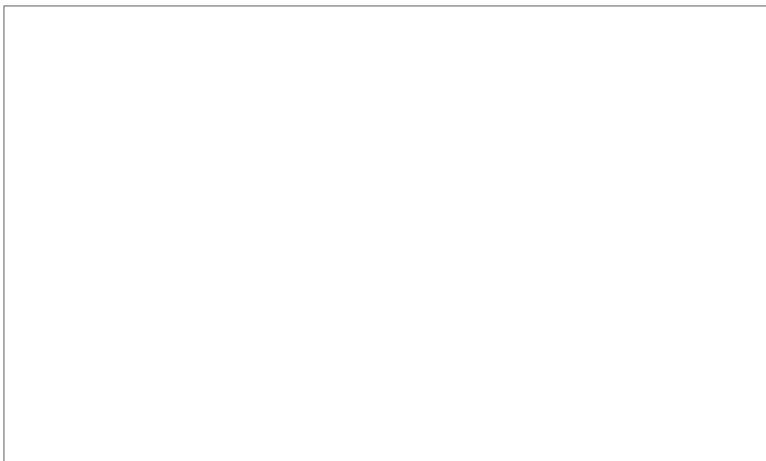
Le seconde partie sera quant à elle dédiée aux mécanismes de communication persuasive mis en place par ces séries. Il s'agira alors de mettre en exergue les piliers de la doxa incarnée par les œuvres choisies et d'expliquer comment et pourquoi cette idéologie a le potentiel de séduire tout particulièrement les membres de la *middle class* britannique et de renforcer leurs présupposés cognitifs.

L'explicite dans *Yes Minister* et *The Thick of It*

La figure de l'antihéros

Il convient ici de préciser ce que nous entendons par « héros ». Aussi bien *Yes Minister* que *The Thick of It* mettent en scène un nombre conséquent de personnages dont les « importances » respectives sont parfois difficilement quantifiables. Néanmoins se détachent dans les deux cas un duo d'agents que les scénarios successifs favorisent de manière notable : Jim Hacker et Sir Humphrey Appleby dans *Yes Minister* et Malcolm Tucker et Hugh Abbot (remplacée au commencement de la troisième saison par Nicola Murray) dans *The Thick of It*.

Selon l'acception stricte du schéma actanciel d'A.J. Greimas²³ :



les deux ministres (Hacker et Abbot/Murray) devraient être perçus comme les « héros » de la « quête », chargés qu'ils sont d'accomplir une tâche précise (gouverner un secteur particulier de l'administration et de la société britannique avec succès) par un « émetteur » (le peuple ou le Premier Ministre, selon les cas).

23 GREIMAS A.J., *Sémantique structurale : recherche et méthode*, Larousse, 1966

En l'espèce, Tucker et Appleby remplissent donc les fonctions, alternativement, d'« adjuvants » (aider les ministres dans leurs tâches fait partie de leurs obligations professionnelles) et d'« opposants » (ils se révèlent souvent peu enclins à offrir un quelconque soutien à ceux qu'ils sont pourtant chargés d'épauler, au point même d'agir dans le but expresse de nuire aux projets de leurs ministres).

Néanmoins, cette distribution des rôles se révèle peu satisfaisante au vu de la réalité des séries en question : s'ils ne sont pas des figures héroïques *classiques*, Appleby et Tucker n'en sont pas moins les moteurs essentiels de la narration. Leur fonction dépasse amplement le soutien simple ou la pure malveillance : ils sont personnellement motivés et ne sont pas uniquement définis par leur rapport aux ministres qu'ils assistent. De plus, la quasi-omniprésence qui est la leur à l'écran et, dans les rares scènes où ils ne figurent pas, dans les conversations des autres personnages leur confère un prestige narratif qui déborde des cadres définis par Greimas.

Plus qu'adjuvants ou opposants, ils sont les antithèses de leurs binômes respectifs. Ils sont des anti-héros, au sens strict du terme. Leur ombre plane au dessus des autres personnages, héros y compris, et cette prédominance leur confère un statut au moins égal à celui de leur alter egos.

Pour cette raison, nous avons choisi de concentrer principalement notre description et analyse sur leurs caractéristiques au détriment, relatif, des ministres mis en scène à leurs côtés.

Le parfait professionnel

L'anti-héros est une machine parfaitement pensée pour accomplir ses tâches. Idéalement calibré, il incarne plus qu'il ne pratique sa profession.

Présent à toute heure, y compris au milieu de la nuit, il semble vivre dans son bureau et n'exister qu'au travers du prisme de son statut professionnel. Bien qu'Appleby soit marié et que Tucker le soit peut-être (il porte une alliance à l'annulaire gauche), leurs épouses (réelles ou

présumées) sont invisibles, inaudibles, inexistantes.

Au-delà de cette quasi-absence de liens familiaux et d'obligations hors-travail, l'antihéros n'a pas non plus d'appartenance forte au-delà des murs de son groupe professionnel : ses origines aussi bien sociales que géographiques sont inconnues, son passé n'est presque jamais mentionné, sauf au détour de vagues anecdotes qui font presque figure de mythes inventés pour perpétuer la légende de cet homme-machine hyper efficace.

Sans famille, sans patrie, sans origine sociale, l'antihéros n'a d'allégeance que pour son travail qui prend vite l'air d'un sacerdoce, dont l'existence est presque indépendante de la volonté de son sujet :

« Est-ce que tu veux ce putain de boulot ? Oui, tu veux ce putain de boulot. Alors, tu vas devoir avaler toute cette putain de vie et la laisser grandir à l'intérieur de toi comme un parasite. Elle va devenir de plus en plus grosse jusqu'à ce qu'elle te bouffe de l'intérieur et te fixe droit dans les yeux et te dise ce que tu dois faire. »²⁴
Malcolm Tucker

Tucker, comme Appleby, sont corps et âme dévoués à leur office au point de disparaître dans son sein. Le caractère dévorant et aliénant de ce sacrifice est d'autant plus visible lorsqu'il est comparé aux difficultés que rencontrent les ministres, bien en peine de s'investir avec autant de passion dans leurs missions gouvernementales : à plusieurs reprises au cours des épisodes dans lesquels il apparaît, Abbot est vu endormi dans son fauteuil ou effondré sur un canapé, tentant désespérément de récupérer quelques heures d'un sommeil que ses doubles obligations (à l'égard de son poste et de sa famille) n'ont de cesse de lui rendre toujours plus impossible; Murray n'a pas beaucoup plus de chance, condamnée qu'elle est à faire des aller-retours incessants entre foyer et bureau, constamment prise entre discussions de stratégie partisane et appels téléphoniques paniqués au collège de sa fille délaissée, rebelle et agressive; quant à Hacker, quoiqu'un peu plus épargné que ses successeurs télévisuels, il n'en demeure pas moins pris en tenaille et perpétuellement dépassé par les tâches qui lui incombent et les horaires qu'elles impliquent.

Là où les ministres luttent, les antihéros triomphent. Infatigables et imperturbables, ils

²⁴ « *Do you want this job? Yes, you do fucking want this job. Then, you're going to have to fucking swallow this whole fucking life and let it grow inside you like a parasite. Getting bigger and bigger and bigger until it fucking eats your insides alive and it stares out of your eyes and tells you what to do.* » *The Thick of It*, saison 4, épisode 7

paraissent parfaitement aguerris aux exigences de leur mission qu'ils accomplissent avec un naturel désarmant. Parfois avec entrain et enthousiasme, parfois avec résilience, leurs opinions personnelles quant à la nature et à la validité des tâches dont ils sont chargés n'ont aucune importance à leurs yeux. Ils font leur travail, pour le meilleur et pour le pire :

« Oh, quelle idée extraordinaire ! J'ai servi 11 gouvernements en 30 ans. Si j'avais cru à toutes leurs politiques, j'aurais tout fait en mon pouvoir pour que nous restions à l'écart du Marché Commun, puis tout fait en mon pouvoir pour que nous l'intégrions. Je me serais voué corps et âme à la nationalisation du secteur de l'acier, puis à sa privatisation puis à sa renationalisation. La peine de mort ? J'aurais été son défenseur passionné et son fervent opposant. J'aurais été un Keynésien et un Friedmanien, un protecteur des grammar schools et leur pire détracteur, un obsédé de la nationalisation et un maniaque de la privatisation mais, surtout, j'aurais été un schizophrène dangereux ! »²⁵
Sir Humphrey

Grands prêtres de l'efficacité et de la dévotion à la tâche, s'ils n'ont pas nécessairement la foi, ils en ont tous les attributs. Machines à faire de la politique, de la communication ou de la bureaucratie, ils sont les parfaits représentants de leur corps de métier, les professionnels ultimes qui, bien que tour à tour craints, méprisés ou honnis, forcent l'admiration de leurs pairs pour leurs inépuisables ressources et leur superbe mécanique.

L' homo comunicans

Automates hyper efficaces, incarnations de leur profession, les antihéros sont aussi des êtres de parole. Leur emploi du verbe contribue à leur réputation et ajoute à la mystique qui les entoure.

Ici, les styles de Tucker et d'Appleby divergent de manière notable. Appleby se distingue par

²⁵ « Oh, what an extraordinary idea! I have served 11 governments in the past 30 years. If I'd believed in all their policies, I'd have been passionately committed to keeping out of the Common Market, and passionately committed to joining it. I'd have been utterly convinced of the rightness of nationalising steel and of denationalising it and renationalising it. Capital punishment? I'd have been a fervent retentionist and an ardent abolitionist. I'd have been a Keynesian and a Friedmanite, a grammar school preserver and destroyer, a nationalisation freak and a privatisation maniac, but above all, I would have been a stark-staring raving schizophrenic! » Yes, Minister, saison 3 épisode 6

son style de langue incroyablement châtié et ses gymnastiques syntaxiques :

« En dépit du fait que votre proposition pourrait entraîner des bénéfices marginalement et périphériquement importants, nous devrions prendre en considération des données d'une magnitude infiniment supérieure, relatives à votre complicité personnelle et criminalité par association. Conséquemment, l'opprobre causé par vos anciennes alliances et diversions pourrait, irrémédiablement et sans espoir de salvation, fragiliser votre position et conduire à des révélations et récriminations publiques au sujet d'un individu profondément honteux et ultimement indéfendable »²⁶

Sir Humphrey

Sir Humphrey est la bureaucratie et il la parle. Ses tirades et autres monologues, délivrés sans hésitation et sans respiration intempestive, font de lui un orateur génial qui domine avec aisance le ministre presque bègue pour lequel il est censé œuvrer.

Malcolm Tucker, quant à lui, est caractérisé par une grossièreté légendaire, une propension à l'insulte remarquable et un style à la limite du surréalisme :

« Il y a une demie heure, tu avais une chance. Maintenant, c'est une demie heure après ! On a voyagé dans le temps, OK ? On est dans un monde merveilleux et bizarre où tout est différent ! Peut-être que dehors, les calottes glaciaires ont fondu, peut-être qu'il y a des putains de robots qui se baladent et que Davina McCall est le nouveau pape. Peut-être qu'on peut télécharger du riz ! Là maintenant, je veux que tu penses à ton avenir, OK ? Pense à ce que tu vas faire ! Monte à bord du train direction Tomville, d'accord ? »²⁷

Malcolm Tucker

Il manie tour à tour la menace, l'hyperbole et l'absurde, l'humour la litote et la métaphore, lui aussi, comme Appleby , avec une facilité déconcertante et laisse pantois Abbot, Murray, leurs

26 « Notwithstanding the fact that your proposal could conceivably encompass certain concomitant benefits of a marginal and peripheral relevance, there is a countervailing consideration of infinitely superior magnitude involving your personal complicity and corroborative malfeasance, with a consequence that the taint and stigma of your former associations and diversions could irredeemably and irretrievably invalidate your position and culminate in public revelations and recriminations of a profoundly embarrassing and ultimately indefensible character. », *Yes, Prime Minister*, saison 1 épisode 3

27 « Well, half an hour you were in with a shot. This is half an hour hence! We've fucking time travelled, yes? We're in a weird and wonderful world where everything is different! Maybe, outside, the polar ice caps have melted, maybe there's fucking robots knocking about and Davina McCall's the new pope. Maybe you can download rice! I want you, right now, to think about your future, OK? Think about what you are doing! Get yourself back on the train to fucking Tomsville, yeah? » *The Thick of It*, épisode spécial, *Spinners and Losers*

conseillers, les fonctionnaires, les journalistes et même des juges et des avocats.

Si leurs styles respectifs divergent, Tucker et Appleby n'en utilisent donc pas moins le langage pour la même raison et avec la même fin : l'intimidation. Leur maîtrise parfaite de la langue leur confère un avantage indéniable sur tous leurs interlocuteurs, lesquels restent souvent muets devant les diatribes, insultantes ou byzantines, dont les antihéros se fendent avec régularité et délectation.

A l'inverse, les ministres bafouillent, hésitent, béguaient, doutent, recommencent, se reprennent, font des fautes de langue, emploient un vocabulaire simple (voire limité)... Humains ordinaires et mal adaptés à leurs fonctions, ils sont inférieurs aux machines parfaitement huilées que sont les antihéros.

Cette prédilection pour l'intimidation verbale dont font preuve Tucker et Appleby couvre un paradoxe : ils utilisent le langage non pas tant pour communiquer que pour faire taire. Ils ne cherchent en rien à engager leurs interlocuteurs dans des discussions qu'ils jugent tous deux inutiles et stériles : ils ne daignent s'adresser à leurs inférieurs génétiques que pour leur signifier qu'il est temps pour eux (les « héros ») de s'effacer et de se soumettre. Hyper-verbaux, ils sont eux-mêmes sourds aux atermoiements de leurs supérieurs hiérarchiques auxquels ils mettent fin dès que la première opportunité se présente.

Le Prince de Westminster

S'ils n'écoutent pas ceux qui les entourent, c'est parce qu'ils n'ont rien à apprendre d'eux. Tout est déjà planifié, pensé, stratégisé dans leur esprit. Ils ont toujours deux, voire trois, coups d'avance et ont une connaissance parfaite du terrain dans lequel ils évoluent. Ils ont des théories sur presque tous les sujets, des hypothèses et des philosophies qu'il assèment avec toute la force de vérités générales

« Écoute, les gens aiment bien quand les politiques s'en vont un peu trop tôt ! Tu sais, la mâchoire serrée, le regard dans le lointain ! Avant que ça dégénère et qu'ils se retrouvent au comptoir pour dire « Oh, ce débile doit se barrer ! », tu les prends par surprise ! « C'est pas vrai, il est parti ! Je m'y attendais pas !

Il a démissionné ! C'est pas tous les jours qu'on voit ça, ces temps-ci ! Il est de la vieille école ! Respect ! Je l'aimais bien ce mec ! Il a été harcelé par la presse ! » Qu'est-ce que tu penses de ça, hein ? Ça, c'est une sortie de scène ! »

28

Malcolm Tucker

Leur capacité à penser à tout les mène à penser souvent au pire, et ce, sans sentimentalisme déplacé. Sans émotion, même. Sans aucune moralité. S'ils ne sont pas immoraux, ils sont certainement amoraux. Ils ne cherchent pas à faire le « mal » (ou le moralement répréhensible) mais sont tout à fait prêts à s'y essayer en cas de force majeure. La nécessité l'emporte toujours et s'exprime sous forme d'aphorismes froids et indifférents :

« Il est indispensable d'être derrière quelqu'un pour pouvoir le poignarder dans le dos »

Sir Humphrey

Tour à tour charmeur et menaçant, drôle et inquiétant, l'antihéros est le Prince voulu par Machiavel en ce qu'il « ne dévie pas de ce qui est bon quand cela est possible mais sait faire le mal quand cela est nécessaire »²⁹. Cet amoralisme détaché et assumé sert parfaitement Tucker et Appleby, qui ne croient pas plus en la valeur des politiciens qu'ils protègent et assistent que ceux-ci ne croient en eux-mêmes.

« J'ai des principes : j'aime savoir si je mens pour sauver la tête d'un abruti ou d'un débile »³⁰

Malcolm Tucker

Désabusés, leur seul principe est celui d'efficacité et ils mettent tout en œuvre pour respecter cette règle simple, avec un cynisme de circonstance.

Leurs collègues, bien que souvent victimes des machinations de leurs confrères, se voient dans

28 « *Look, people really like it when you go just a bit early! You know; steely jawed, faraway look in your eyes! Before you get to the point when they're sitting round in the pub saying "Oh, that fucker's got to go!", you surprise them! "Blimey, he's gone! I didn't expect that! Resigned? You don't see that much anymore! Old school! Respect! I rather liked the guy! He was hounded out by the fucking press!" How about that, eh? What a way to go!* » *The Thick of It*, saison 1, épisode 3

29 MACHIAVEL, *Le Prince*

30 « *I am a man of principle : I like to know if I am lying to save the skin of a tosser or a moron* », *The Thick of It*, saison épisode

l'obligation étrange d'admirer, si ce n'est la décence des antihéros (puisqu'ils n'en ont aucune), au moins leur rigueur et exactitude géniales.

« **Glen** : Bien joué, Malcolm.

Ollie : Il est impressionnant, hein ? Un peu comme le général Mao était assez impressionnant.

Glen : C'est ça qui est bien avec les êtres diaboliques - leur éthique de travail incroyable »³¹

Dans un environnement où seules la conquête et la conservation du pouvoir comptent, les tractations et manigances des antihéros font loi sans que personne ne s'en émeuve à outrance.

A l'inverse, les hommes et femmes politiques se révèlent particulièrement médiocres dans leurs tentatives de manipulation. Incapables d'émuler les préceptes de leurs éminences grises, ils commettent des erreurs stratégiques élémentaires, se fourvoient dans des complots de bas étages et des guerres microcholines et intestines qui desservent leurs intérêts et font preuve d'une naïveté dépassant parfois l'entendement. Ils sont peu ou mal adaptés à l'environnement qu'ils habitent et reposent sur les antihéros pour les aider à naviguer des eaux particulièrement dangereuses.

Primus inter pares

Machines de guerre, les antihéros doivent leur parfaite connaissance de leur milieu à une socialisation des plus sélectives. En effet, ils dédient la majeure partie de leur temps à converser avec leurs pairs dans un microcosme apparemment renfermé sur lui-même

Catégories des personnages avec lesquels le héros entre en contact	Pourcentage Sir Humphrey Appleby (nombre de scènes ³²)	Pourcentage Malcolm Tucker (nombre de scènes)
Membres de la fonction publique	46.33 (263)	14.98 (52)
Élus	32.26 (183)	17.98 (63)

31 « **Glen**: *Well done Malcolm.*

Ollie: *He is very impressive, isn't he? In the way that, you know, Chairman Mao was actually quite impressive.*

Glen: *Well, that's the thing about the evil, isn't it, their amazing work ethic.* » *The Thick of It*, saison 3, épisode 7

32 Nous employons ici le terme de « scènes » dans le sens défini par Jack M. Bickham dans *Scene and Structure : How to Construct Fiction with Scene-by-Scene Flow, Logic and Readability* à savoir : une scène est un segment d'histoire, caractérisé par l'annonce d'un but, l'introduction et le développement d'un conflit et l'échec du personnage à atteindre son but ultime.

Conseillers/Assistants parlementaires/Membres du parti	20.68 (117)	56.93 (199)
Famille	0.22 (1)	X
Journalistes	0.51 (3)	7.86 (27)
« Peuple »	X	2.25 (8)
Total	100 (567)	100 (349)

Sir Humphrey et Malcolm Tucker partagent leur temps d'écran avec leurs collègues les plus proches et les professionnels de leur branche (la fonction publique pour Appleby, l'appareil partisan pour Tucker). Leurs interactions avec ces pairs sont caractérisées par une inégalité paradoxale : bien qu'il ne soit pas toujours hiérarchiquement supérieur à ses interlocuteur, l'antihéros est inévitablement le dominant dans ses rapports avec son entourage. Cette asymétrie ne l'empêche cependant pas d'entretenir des rapports souvent pacifiques, parfois presque amicaux, avec les membres de « son » clan qui reconnaissent presque universellement sa supériorité de fait.

Occasionnellement, un concurrent direct³³ de l'antihéros fait son apparition : également doué, aussi machiavélique, connecté et « adapté » que son adversaire, il occupe la fonction d'ennemi (ou « opposant »). L'inimitié entre les deux personnages est présentée comme viscérale et ancienne, remontant à une époque qu'aucun autre personnage n'a connue. Initialement accueilli avec enthousiasme par les personnages secondaires qui voient en lui une forme d'antidote ou de substitut bénéfique à la vilénie de son opposant, il se révèle rapidement être « pire » que l'antihéros lui-même : plus fourbe, plus sournois, plus malhonnête, plus violent.

Paradoxalement, leur relation permet aux auteurs de mettre en avant la notion selon laquelle, l'antihéros, aussi amoral que soit-il, fait partie des « gentils », si l'on nous pardonne ce vocabulaire quelque peu infantile.

Cette prédominance du groupe professionnel de l'antihéros sert donc deux buts distincts mais complémentaires : d'une part, démontrer une fois de plus qu'il n'existe que par et pour son travail, qu'il le vit et le respire plus que tout autre; d'autre part, rappeler le caractère unique, exceptionnel, de l'antihéros qui, confronté à ses semblables, semble régner suprême intellectuellement, professionnellement, socialement et moralement.

33 Steve Fleming dans *The Thick of It*, Sir Frank Gordon dans *Yes Minister*.

Le deuxième groupe social le plus fréquenté par les antihéros est celui des élus, dont ils ont la charge. Souvent bien intentionnés mais toujours incapables, ils dépendent entièrement de l'expertise et du savoir-faire de Tucker et Appleby pour éviter un désastre qu'ils ont souvent provoqué. Politiciens de carrière (aussi courte soit-elle), ils se montrent invariablement incapables de gérer les crises auxquelles ils sont confrontés. Leurs scènes sont donc principalement autant d'exemples de leurs manquements et de l'absolue dépendance qui les lie aux antihéros.

La figure de l'élu ne bénéficie donc d'aucune aura, en dépit de son mandat démocratique et de l'influence supposément conférée par celui-ci. Le statut d'émissaire du peuple est dévalorisé et ne permet pas de se battre à armes égales avec ce professionnel consommé qu'est l'antihéros. Le politique, le ministre, l'élu occupe au mieux une place de spectateur (au pire celle de victime) mais il ne fait pas l'histoire (ou l'Histoire) : il la subit, dépourvu qu'il est de l'expertise des véritables agents, les Malcolm Tucker et Sir Humphrey de ce monde.

Le troisième groupe est celui de l'entourage ou cohorte hors-champ : membres de la machine partisane pour Sir Humphrey, hauts fonctionnaires pour Malcolm Tucker. Les interactions entre antihéros et entourage sont caractérisées au mieux par une indifférence prononcée (de celui-là à l'égard de celui-ci) et au pire par un mépris total et librement exprimé (toujours par l'antihéros à l'endroit de la cohorte). Les membres dudit entourage n'entrent en contact avec le personnage principal que du fait de leur association avec les élus : l'antihéros ne provoque ni n'encourage ses interactions avec eux mais les subit avec une patience toute relative.

Si le conflit n'est pas ouvert et ne dépasse jamais le stade de l'animosité vague et latente, il n'en reste pas moins que la cohorte est jugée par l'antihéros comme parfaitement inutile. Souvent réduites au statut de pures nuisances, les interventions de l'entourage sont régulièrement interrompues ou moquées par le personnage principal pour qui elles ne sont que des effets larsen.

Enfin, la dernière catégorie de co-acteurs est celle des *outsiders*. Regroupant journalistes,

familles et « peuple » (électeurs potentiels, manifestants, activistes ou simples citoyens rencontrés dans la rue ou au détour d'un couloir), ce groupe est celui que les antihéros font tout pour tenir à l'écart. Profanes, ils doivent leurs brèves incursions dans le monde politique à des séries d'accidents, à une négligence ou erreur de la part des gardiens du temple (antihéros et héros) ou à une nécessité momentanée.

Les journalistes, parfaitement évités par Sir Humphrey mais plus souvent rencontrés par Tucker (du fait de sa position de chef de la communication), sont présentés comme des nuisibles : loin de l'enthousiasme héroïque d'un Tintin, de la discrétion bienveillante d'un Clark Kent ou de l'engagement passionné d'un Albert Londres (figure aussi mythique que ses collègues fictifs), les journalistes mis en scène par *Yes Minister* et *The Thick of It* n'ont pas plus de sympathie pour le peuple qu'ils n'en ont pour les politiciens. L'intérêt général et les convictions politiques n'ont sur eux aucune prise; leur seul credo est celui du scoop et de l'accès. Prêts à presque toutes les manigances pour remplir ces deux impératifs, une histoire n'a pour eux que la valeur des ventes supplémentaires et du sursaut d'audience qu'elle pourrait provoquer si présentée en « une ». S'ils semblent tout savoir de la politique politicienne (*politics*) et des tractations mises en œuvre dans les couloirs et antichambres du pouvoir, leur connaissance des politiques publiques (*policies*) laisse à désirer. Ils ne cherchent pas à comprendre les subtilités ou nuances de celles-ci et préfèrent les présenter comme des blocs monolithiques, ne s'attachant qu'à leurs aspects les plus choquants ou sensationnels, quitte à trahir l'esprit des mesures en question.

Le peuple, profane par excellence, n'existe que dans sa capacité à nuire aux plans des politiciens. Ses brèves interventions servent deux fonctions : d'une part souligner son incapacité à comprendre les règles du jeu et de la bienséance politiques; d'autre part mettre en exergue la séparation de fait entre représentants et représentés et, par extension, la vacuité du mandat électoral. Le peuple ne suit pas le scénario préétabli : il interjette et interrompt, avec un sens de l'à-propos tout relatif, et ce faisant, met l'accent sur l'incapacité des élus à penser et réagir en-dehors des terrains (re)battus d'un discours électoral policé. Ironiquement, l'antihéros (ici Tucker; Sir Humphrey n'entrant jamais en contact direct avec un représentant du peuple) est le plus à même à entendre les plaintes et revendications des « gens normaux » : que cette attention soit sincère ou non, il est tout du moins capable de donner le change et répondre de manière appropriée aux interjections d'un peuple qui ne l'a pourtant pas élu.

Le commentateur de l'Histoire

Sa capacité à s'adapter à toutes les situations, à improviser s'il le faut, à pénétrer toutes les arcanes du pouvoir au cours d'une carrière longue et glorieuse, a doté de l'antihéros d'une propension à la philosophie.

Insider absolu, il n'en demeure pas moins capable de prendre la place de spectateur privilégié et de théoriser sur l'environnement qu'il domine. Sa pensée, faite d'expérience personnelle, de rationalisation de la pratique et de considérations larges portant tant sur le monde politique en particulier que sur la société et les êtres humains dans leur ensemble, s'égrène avec la force de la vérité scientifique, de la démonstration mathématique :

*« Il est typique de toutes les décisions et conversations collectives que tous les participants se souviennent parfaitement du déroulement des événements et que leurs souvenirs diffèrent radicalement les uns des autres. **Conséquemment**, par convention, nous considérons que ne sont officielles que les décisions qui ont été officiellement enregistrées dans les minutes par les officiels: il en découle tout naturellement que toute décision officiellement prise ne peut qu'avoir été enregistrées dans les minutes par les officiels et que toute décision qui n'a pas été enregistrée dans les minutes n'a pas été officiellement prise même si un ou plusieurs des participants à la conversation croient se souvenir qu'elle l'a été, donc dans ce cas si la décision avait été officiellement prise, elle aurait été officiellement enregistrée dans les minutes par les officiels. **Or** elle ne l'a pas été. **Donc** elle ne l'est pas. »³⁴*

Sir Humphrey

L'antihéros est un observateur principalement dépassionné, blasé par le monde qui l'entoure et qu'il connaît trop bien pour s'émerveiller de ses surprises ou s'énerver contre ses failles et faiblesses.

34 « *It is characteristic of all committee discussions and decisions that every member has a vivid recollection of them and that every member's recollection of them differs violently from every other member's recollection. Consequently, we accept the convention that the official decisions are those and only those which have been officially recorded in the minutes by the officials, from which it emerges with an elegant inevitability that any decision which has been officially reached will have been officially recorded in the minutes by the officials and any decision which is not recorded in the minutes has not been officially reached even if one or more members believe they can recollect it, so in this particular case, if the decision had been officially reached it would have been officially recorded in the minutes by the officials, and it isn't so it wasn't.* », *Yes Prime Minister*, saison 2 épisode 1

Contrairement aux élus parachutés dans un monde qu'ils pensent pouvoir altérer de manière radicale par la simple force de leur volonté et de leur enthousiasme initial, l'antihéros indigène de ce monde ne se fait aucune illusion quant à sa pratique du pouvoir; il sait qu'elle peut être jugée comme répréhensible. Lui-même n'en est pas particulièrement fier et n'est en aucun cas dupe de ses fonctions , attributions et actions :

*« Laissez moi vous dire un truc. La planète entière « fuite ». Tout le monde « fuite » ! Vous savez, les gens crachent leurs entrailles sur internet, publient leur statut amoureux, mettent des photos de leurs parties intimes en ligne. On en est arrivé à un point où il y a des gens, des millions de gens, qui sont prêts à vendre un de leurs reins pour passer à la télé. Ils sont prêts à montrer leurs culottes et après ils vont se plaindre à OK Magazine parce qu'on a violé leur intimité. L'échange d'informations, c'est ça qui booste l'économie. Mais vous vous en prenez à moi parce que vous ne pouvez pas arrêter toute une population, hein ? Vous ne pouvez pas passer les menottes à tout un pays. Vous ne pouvez pas lyncher ce mec là-bas, hein ? Mais vous avez décidé que vous pouvez vous asseoir là, que vous pouvez me mater comme une pin-up. Vous n'aimez pas ce que vous voyez, hein ? Et ben, vous ne vous aimez pas vous-mêmes. **Vous n'aimez pas votre espèce et vous savez quoi ? Moi non plus.** Mais comment osez-vous me rendre responsable de ça ? Comment osez-vous m'accuser de ça ? Ça, c'est la conséquence d'une classe politique qui a abandonné la moralité au profit de la popularité à tout prix. **Je suis vous et vous êtes moi.** »³⁵*

Malcolm Tucker

L'antihéros est avant-tout un pragmatiste qui s'accommode de ce qu'il perçoit comme la déliquescence des institutions et du monde qu'il habite. Misanthrope convaincu, il n'a de considération ou d'admiration pour rien ni personne, en-dehors de la sacro-sainte efficacité. Il ne croit pas plus dans les valeurs de l'environnement qu'il occupe et des personnes qu'il protège et ne se prive pas de professer cette absence de foi.

35 « Let me tell you this. The whole planet's leaking. Everybody's leaking! You know, everyone spewing up their guts onto the internet, putting up their relationship status, putting up photos of their Vajazzles. We've come to the point where there are people, millions of people, who are quite happy to trade a kidney in order to get on television! And to show people their knickers, to show people their skidmarks, and then complain to OK Magazine about a breach of privacy! The exchange of private information - that is what drives our economy. But, you come after me because you can't arrest a landmass, can you? You can't cuff a country. You can't lynch that guy there, can you? But you decide that you can sit there, that you can judge and can ogle me like a Page 3 girl. You don't like it? Well, you don't like yourself! You don't like your species, and you know what? Neither do I, but how dare you come and lay this at my door?! How dare you blame me for this?! Which is the result of a political class, which has given up on morality and simply pursues popularity at all costs. I am you and you are me. » *The Thick of It*, saison 4, épisode 6

Il se pose en théoricien de la médiocrité et érige le cynisme en valeur absolue.

Westminster : la politique dépolitisée

Parfait produit de son milieu, l'antihéros est la politique réelle faite homme. Il incarne plus qu'il ne représente le microcosme qui l'a vu naître. Il est donc normal que toutes ses caractéristiques individuelles se retrouvent sous une forme généralisée dans l'ADN même de Westminster et Whitehall, ses seules véritables patries.

Loin du mythe démocratique du gouvernement par, pour et avec le peuple, l'épicentre du pouvoir politique dans *Yes Minister* et *The Thick of It* n'est en rien régi par les tensions idéologiques ou les affrontements de valeur, le débat intellectuel et l'activité gouvernementale. Le centre névralgique du pouvoir se caractérise au contraire pas sa langueur entrecoupée de moments de chaos. Les élus n'accomplissent rien de véritablement significatif mais tuent le temps entre deux instants de frayeur, souvent causés par des incidents sans gravité ou importance :

*« Les politiciens aiment paniquer, ça les occupe. C'est un substitut pour un véritable accomplissement »³⁶
Sir Humphrey*

L'idée de ministres suprêmement occupés par les tâches herculéennes qui leur incombent, motivés par des objectifs nobles et des croyances sincères, est fréquemment ridiculisées par ceux qui les entourent :

« Il y avait un dicton qui disait qu'il y a deux types de chaises pour deux types de ministre : une qui se plie automatiquement; l'autre qui tourne en rond encore et encore. »³⁷

36 « *Politicians like to panic, they need activity. It is their substitute for achievement* » *Yes, Minister* saison 1 épisode 3

37 « *It used to be said there were two kinds of chairs to go with two kinds of Minister: one sort folds up instantly; the other sort goes round and round in circles.* » *Yes, Minister* saison 1 épisode 1

Bernard Woolley

Les hommes et femmes politiques sont des objets , des machines à faire des discours insipides qu'ils n'ont pas eux-mêmes rédigés, dont ils ignorent parfois le contenu jusqu'à la dernière minute. Ils sont transportés d'un lieu à un autre, lisent des *briefs* et apprennent par cœur des slogans et des mesures auxquels ils ne comprennent rien.

Tous, pourtant, commencent leur carrière pleins d'illusions et d'entrain, animés par la volonté de réformer la société et les institutions dont ils sont les représentants. Cependant, la réalité du pouvoir les rattrape et les corrompt : rapidement, ils sont plus préoccupés par les machinations nécessaires à leur maintien dans une position de pouvoir que par l'utilisation dudit pouvoir.

Westminster et Whitehall, dont l'air presque toxique oxyde et érode tout ce avec quoi il entre en contact, sont les endroits où les idéaux politiques viennent mourir.

La théorie du jeu

Les élus ne se désintéressent pas totalement de leurs électeurs. Ils continuent, même après avoir perdu leurs illusions, de se préoccuper de leurs opinions. Cependant, cette attention est différemment motivée. Là où les politiciens croyaient pouvoir changer la vie même du peuple qu'ils représentent, ils se contentent rapidement et uniquement de chercher à modifier leurs avis et attentes dans le but simple d'acquérir leurs voix pour la prochaine élection.

«Sir Humphrey : Si vous voulez être sûr que le Ministre ne prenne pas une décision, vous devez dire qu'elle est « courageuse ».

Bernard : Et c'est pire que « controversée » ?

Sir Humphrey : Oh oui ! « Controversée » ne veut dire que « ça vous fera perdre des voix ». « Courageux » veut dire « ça vous fera perdre les élections ! »³⁸

38 « **Sir Humphrey:** *If you want to be really sure that the Minister doesn't accept it, you must say the decision is "courageous".*

Bernard: *And that's worse than "controversial"?*

Sir Humphrey: *Oh, yes! "Controversial" only means "this will lose you votes". "Courageous" means "this will lose you the election"! » Yes, Minister; saison 1 épisode 6*

Dans ce contexte de campagne permanente, les politiques publiques font donc place aux opérations de communication, *photo ops* et élaborations de slogans vides de sens :

[Ollie, Nicola et Helen cherchent un nom pour qualifier les citoyens ordinaires parfois mis en avant dans la presse pour leurs bonnes actions désintéressées. Ils entendent mettre en exergue la bienveillance de ces individus afin d'encourager d'autres personnes à les prendre en exemple]

« **Ollie** : Vous savez, les gens qui s'occupent des petits trucs... hmm... Les Minipouss, les Minipouss honnêtes, les Minipouss du quotidien ?

[...]

Nicola : Hmm, les « réglos » -

Ollie : Non !

Nicola : Non, bien sûr, pardon.

Helen : Les champions des banlieues.

Nicola : Les usagers. Les usagers humains.

Ollie : Usagers humains ? Ça s'appelle des usagers. Hmm, les superstars du quotidien ? Les Britanniques Suprêmes ?

Malcolm : Ça sonne comme le nom d'un groupe raciste.

Nicola : Des gens ordinaires avec... avec... qui ont quelque chose de spécial. Comme un super pouvoir.

Ollie : Je t'en prie, ne dis pas « spécial ». Ne dis pas « spécial ».

Nicola : Non mais, tu sais, comme des.. des gens comme des super héros.

Ollie : Les gens d'acier... Spider-gens -

Nicola : Ce sont juste des citoyens ordinaires mais ils ont ce.. - ce truc en plus qui fait qu'ils sont un peu comme Batman, les Bat-gens, hmm... Les chauve-souris tranquilles. »³⁹

Conscients de l'appétit insatiable des médias pour les *catchphrases* et autres expressions

39 « **Ollie** : You know, the people who deal with the little stuff... um... Wombles, Honest Wombles. Everyday Wombles?

[...]

Nicola : Um, 'straights' -

Ollie: No!

Nicola: No... no, of course, sorry.

Helen: Commuting champions.

Nicola: Interrailers, human interrailers.

Ollie: Human interrailers? That's interrailers. Uh, everyday superstars, all... all British supremes -

Malcolm: That sounds like a racist tribute band.

Nicola: Ordinary people, with s-... with... something special about them. With a special power.

Ollie: Please don't say special. Don't say special.

Nicola: No but - you know, but like sup... uh... people as superheroes.

Ollie: Iron People... Spider People -

Nicola: They're just regular citizens, but they have this... p - that one special quality that makes them like Batman, Batpeople. Um... Quiet Batpeople. » *The Thick of It*, saison 4, épisode 2

lapidaires et toutes faites, ils ne s'aperçoivent pas de la vacuité de l'exercice auquel ils se prêtent. Aucune attention ne se porte sur les politiques publiques mises en place par le gouvernement : elles ne sont que les accessoires d'une communication calibrée et réfléchie :

« **Godfrey** : Vous porterez vos lunettes ?

Hacker : Oh, qu'est-ce que vous en pensez ?

Godfrey : Et bien, c'est votre choix, bien sûr. Avec, vous **avez l'air sérieux et impressionnant**; sans, vous **semblez honnête et ouvert**. Qu'est-ce que vous voulez ?

Hacker : En réalité, j'aimerais **avoir l'air sérieux et honnête**.

Godfrey : C'est l'un ou l'autre, en fait.

Hacker : Et si je commençais sans et les mettais quand je commence à parler ?

Godfrey : Ça vous **donnera l'air indécis**.

Hacker : Je vois.

Bernard : Pourquoi pas un monocle ? »⁴⁰

Au-delà de toute considération idéologique, le pouvoir politique est un spectacle mis en scène dans le but de récolter un maximum de soutiens populaires. Leur image est le principal capital dont dispose les agents du gouvernement. C'est elle qu'il présente à l'électorat : ils vendent (le vocabulaire mercantile semble ici approprié) une représentation d'eux-mêmes de laquelle leurs opinions, idéaux et ambitions politiques (au sens de *policy*) sont totalement détachées.

La manipulation de l'opinion publique et des adversaires partisans est le seul objectif véritablement poursuivi par les élus. Leurs interactions et échanges n'ont de valeur que dans ce qu'ils permettent aux hommes et femmes politiques de prouver qu'ils sont les meilleurs acteurs dans leurs rôles respectifs :

« **Sir Humphrey** : Vous avez posé toutes les questions que j'espérais personne

40 « **Godfrey**: Will you be wearing those glasses?

Hacker: Oh, well, what do you think?

Godfrey: Well, it's up to you, obviously. With them on, you look authoritative and commanding; with them off, you look honest and open. Which do you want?

Hacker: Well, really, I want to look authoritative and honest.

Godfrey: It's one or the other, really.

Hacker: What about starting with them off, and then just putting them on when I talk?

Godfrey: That just looks indecisive.

Hacker: I see.

Bernard: What about a monocle? » Yes, Prime Minister, saison 1, épisode 2

ne poserait.

Hacker : *Vous savez, l'opposition se doit de poser des questions embarrassantes.*

Sir Humphrey : *Et le gouvernement se doit de ne pas y répondre.*

Hacker : *Et bien, vous avez répondu aux miennes.*

Sir Humphrey : *Je suis ravi que vous l'ayez cru, M. le Ministre »*⁴¹

Faire paraître et faire semblant sont les deux obligations auxquelles les élus se soumettent, pilotés par des éminences grises convaincues de la supériorité de la forme sur le fond dans la lutte à l'élection.

L'ombre du complot

Si les politiciens de *Yes Minister* et de *The Thick of It* sont les fervents défenseurs de la primauté de l'image et de son contrôle, c'est aussi parce qu'ils ont quelque chose à cacher. La réalité de l'exercice du pouvoir et du processus décisionnaire politique est à ce point douteuse qu'elle doit à tout prix être dissimulée, tenue éloignée des yeux d'un public auquel il faut vendre le rêve de l'idéal démocratique.

Dans les deux séries ici étudiées, les parlementaires ne sont jamais représentés à la Chambre des Communs (à l'exception d'un enregistrement audio d'un discours de Hacker -*Yes Minister*- devant la Chambre dans *The Compassionate Society*). Cette exclusion est volontaire et constitue l'un des tenants de la perception du politique par les scénaristes : les décisions importantes ne sont pas, à leurs yeux, prises au Parlement mais dans les bureaux, dans les alcôves, les couloirs, les ascenseurs et les toilettes des bâtiments officiels. Les voitures de fonction, les antichambres et les escaliers sont les vrais lieux du pouvoir dans lesquels les stratégies sont élaborées et les pactes signés. Les deux séries sont donc filmées dans ces cadres-ci, et non pas dans un hémicycle où priment les talents d'acteur et les styles oratoires.

41 « **Sir Humphrey**: "You came up with all of the questions I hoped nobody would ask."

Jim Hacker: "Well, opposition is about asking awkward questions."

Sir Humphrey: "And government is about not answering them."

Jim Hacker: "Well, you answered all mine anyway."

Sir Humphrey: "I'm glad you thought so, Minister." » *Yes, Minister*, saison 1 épisode 1

La transparence, principe ayant motivé la décision de retransmettre les débats parlementaires à la télévision et la radio, n'est qu'une illusion et le pouvoir n'a de cesse de fuir le regard du public, de trouver toujours de nouveaux endroits à coloniser pour mener à « bien » ses activités.

Transparence et exercice du pouvoir politique sont jugés, par les agents de celui-ci, comme antithétiques :

« **Bernard** : *Et bien, oui, monsieur... Je veux dire, c'est [le gouvernement ouvert] la politique du ministre, après tout.*

Sir Arnold : *Mon cher garçon, c'est une oxymore : on peut être ouvert ou on peut avoir un gouvernement »*⁴²

Tel souci du secret et de la dissimulation alimente implicitement l'idée d'un complot qu'il est indispensable de cacher au public afin qu'il puisse être exécuté. Cette opacité généralisée et choisie semble orchestrée pour rendre invisible l'ombre de la machination et de l'illégalité :

« *On ne publie pas une clarification pour être plus clair mais pour être moins incarcérable »*⁴³

Sir Humphrey

Les représentants politiques et leur entourage sont conscients du caractère limite de leurs agissements et souhaitent pouvoir continuer en paix, loin des regards indiscrets du public, lesquels ne seraient qu'un prélude à des investigations policières et de possibles condamnations.

Un clivage partisan inexistant

Vide de sens quand elle est présentée au public, malhonnête voire criminelle quant elle est dissimulée dans les arcanes, la politique apparaît dès lors bien éloignée de ses objectifs supposés : l'identification de problèmes touchant la société, la formulation de solutions concurrentes visant à

42 « **Bernard** : "Well, yes, Sir...I mean, it [open government] is the Minister's policy after all."

Sir Arnold: "My dear boy, it is a contradiction in terms: you can be open or you can have government." » Yes, Minister saison 1 épisode 1

43 « *A clarification is not to make oneself clear; it is to put oneself in the clear.* » Yes, Prime Minister, saison 2épisode 8

réduire ou éliminer lesdits problèmes et la sélection d'un remède par le biais de débats rationnels et apaisés entre tenants de différentes écoles idéologiques et partisans représentant les tendances divergentes présentes dans la société .

De sa théorie, la démocratie telle qu'elle se pratique dans *The Thick of It* et *Yes Minister* n'a gardé que les apparats : des débats parlementaires fréquents (mais au cours desquels ne se prennent pas de décisions importantes), des élections tenues à intervalles réguliers (dont les hommes et femmes politiques espèrent influencer les résultats en mettant en place des stratégies communicationnelles efficaces en lieu et place de programmes de politiques publiques fortes) et des institutions partisans en lutte apparente pour la conquête et la conservation du pouvoir.

Cependant, dans un environnement où seul le jeu politique domine et où les enjeux ont disparu ou presque, les partis n'ont de fonction qu'en période électorale, occasion au cours de laquelle ils servent de raccourcis cognitifs aux électeurs et de source de financement aux les politiciens. Désormais dénués de toute base idéologique, ils sont autant de vaisseaux vides sans autre intérêt que d'exister pour maintenir l'illusion et faciliter la compétition électorale.

Ainsi, le parti auquel appartient Jim Hacker, le ministre éponyme de *Yes Minister*, n'est jamais mentionné et appartient, de fait, à la fiction : dans les premières minutes du premier épisode de la série, Hacker apparaît au balcon d'un bureau de vote d'où sa victoire est annoncée. Il porte à sa boutonnière une rosette blanche, couleur associée à aucun parti politique britannique existant. Parallèlement, dans *The Thick of It*, si les partis politiques (travailliste pour Tucker, Murray, Abbot, Olie et Helen; conservateur pour Mannion et ses collègues, libéral-démocrate pour Cullen dans la quatrième saison) des personnages sont bels et bien réels et fréquemment cités, ils ne semblent avoir aucune importance dans la conduite de leurs activités. Les politiques publiques, aussi rares soient-elles, défendues par les personnages ne portent pas la « marque » d'une idéologie quelconque, qu'elle soit de droite, de gauche ou du centre.

Cette absence de tension entre les lignes politiques prétendument défendues par les personnages permet des alliances et rapprochements théoriquement impensables : Jim Hacker demande ainsi à son prédécesseur d'un autre parti des conseils pour mieux gérer les problèmes que lui causent les hauts fonctionnaires de son ministère; Mannion offre à Murray de garder sous

silence des informations qui pourraient être fatales à sa carrière (celle de Murray) et ce, sans demander de contrepartie...

La compétition politique et l'affrontement entre les partis sont donc, comme le reste de Westminster et Whitehall, des mises en scène visant à donner l'apparence d'un débat démocratique vivace et pérenne, des inimitiés de façade dissimulant les similitudes profondes qui rendent de fait les distinctions partisans inopérantes :

« **Hacker** : Chérie, l'opposition n'est pas l'opposition.

Annie : Non, bien sûr. Je suis idiote. Ils ne font que s'appeler l'opposition.

Hacker : Ils ne sont que l'opposition en exil. La fonction publique est l'opposition à domicile »⁴⁴

Les adversaires politiques sont installés dans une solidarité statutaire et naturelle qui les unit contre leurs véritables ennemis.

« Nous » et « eux » : les vraies lignes de fracture

Si les appartenances partisans ne sont que des différences illusoires qui n'empêchent pas les hommes et femmes politiques de bords divers et leurs entourages d'élaborer ensemble des stratégies et de collaborer fréquemment sans heurts, ce n'est pas parce que la vie politique est débarrassée de conflits. C'est plutôt parce que les lignes de fracture se sont déplacées et définissent d'autres espaces de lutte et d'autres ennemis à combattre.

Les « amis » politiques

44 « **Hacker**: Darling, the opposition aren't the opposition.

Annie: No of course not silly of me they're just called the opposition.

Hacker: They're only the opposition in exile, the civil service are the opposition in residence » Yes, Minister; saison 1 épisode 4

Les premiers adversaires, et les plus dangereux, sont ceux qui occupent le même hémisphère au sein du Parlement et défendent les mêmes couleurs aux élections. La guerre entre eux est civile et les affrontements sont sourds.

Loin des grandes déclarations et des attaques frontales des compétitions électorales au cours desquelles s'opposent des candidats en tout point quasi-identiques, les luttes fratricides sont elles faites de petites phrases et de trahisons masquées. Pour se voir attribuer la paternité d'une mesure populaire ou pour faire endosser à un autre la responsabilité d'une politique controversée, pour obtenir un portefeuille important ou pour prendre la tête du parti, les hommes et femmes politiques mentent, conspirent et chuchotent. Ils cachent des informations à leurs collègues et s'en servent comme de munitions pour prendre la main dans la maîtrise de l'agenda politique et public :

*« Il est souvent difficile d'expliquer aux ministres qu'un gouvernement ouvert signifie informer aussi bien leurs collègues du Cabinet que leurs amis de la presse »⁴⁵
Sir Arnold*

Les épithètes entre eux fusent (toute une section du parti travailliste est ainsi qualifiée de « cinglés »⁴⁶ par Malcolm Tucker)

Mais ils ne sont pas seuls à prendre part à la bataille. A l'instar de Sir Humphrey, les hauts fonctionnaires, jaloux de leur place et de leur influence, sabotent les plans des politiciens qu'ils sont censés épauler et font de la résistance passive et du boycott leurs armes de choix. Ils ne reculent devant aucune fourberie pour maintenir la pérennité de leur fonction. Par attachement à la tradition et souci d'efficacité dans le cas Sir Humphrey, par paresse et confiance dans la sécurité de son emploi pour Terri Coverley (*The Thick of It*), ils abandonnent volontiers « leur » ministre si la nécessité se fait sentir.

Les conseillers et assistants parlementaires sont eux aussi directement concernés : ils prennent part à toutes les manigances, redistribuent entre eux les fruits de leurs associations avec des élus dominants et fuient ceux qui, au détour d'un scrutin malheureux ou d'un sondage peu favorable, se voient marginalisés et affaiblis. Leurs allégeances ressemblent plus à des paris hippiques : il s'agit

45 « *It is sometimes difficult to explain to Ministers that open government can sometimes mean informing their Cabinet colleagues as well as their friends in Fleet Street.* » *Yes, Minister*, saison 1 épisode 1

46 « Nutters » dans le texte

pour eux de miser sur le « bon cheval », celui qui ira loin et leur permettra, par association, d'atteindre les hautes sphères des appareils partisan et gouvernemental.

Dans cet environnement nocif, les alliances et amitiés ne durent que tant qu'elles sont mutuellement profitables.

« Écoute, ne t'en fais pas. Le premier ministre ne va pas te virer au bout d'une semaine. Virée au bout d'un an, on dirait que tu t'es plantée. Virée au bout d'une semaine, on dirait qu'il s'est planté »⁴⁷
Malcolm Tucker

Tucker assure par là que le soutien du premier ministre est entièrement dépendant de la perception du public et du qu'en-dira-t-on. Y compris au plus haut rang donc, la solidarité est une notion à géométrie variable, dotée d'une date de péremption.

Les politiciens, hauts fonctionnaires et conseillers voient leurs relations comme des comptes-à-rebours au terme desquels se produit invariablement une trahison. Le but de leur carrière n'est pas de promouvoir l'intérêt général mais tout simplement de survivre au coupe-gorge dans lequel ils sont plongés.

Ces luttes utérines prennent alors des allures darwiniennes. Le pouvoir décisionnaire et les postes d'influence sont des ressources vitales mais limitées : ne peuvent s'en saisir que les individus les mieux adaptés à leur environnement. Dans cet écosystème particulier, les traits « génétiques » à posséder sont ceux de la sournoiserie, de la dissimulation, de l'efficacité à la tâche et de la mise en scène de soi. Gentillesse, égard, fidélité, loyauté et croyance politique sincère ne présentent aucun avantage, ne favorisent pas la survie et ont par conséquent disparu, sont devenues vestigiales, comme autant d'anomalies anatomiques qui ne resurgissent qu'occasionnellement, à la plus grande surprise (parfois même à l'horreur) des intéressés. Le processus de sélection est féroce et ne subsistent que les individus les plus proches de l'idéal d'adaptation.

L'antihéros, dans pareille circonstance, est évidemment avantagé : il est lui-même une créature de son milieu et constitue le spécimen parfait de l'animal politique. Ce surdoué génétique doit sa

⁴⁷ « Look, don't worry. The PM is not going to sack you after a week. Sacked after twelve months, looks like you've fucked up. Sacked after a week, looks like he's fucked up. » *The Thick of It*, saison 3 épisode 2

longévité à sa constitution hors-norme : il incarne à la perfection sa fonction et se fond dans un écosystème dont il est le maître.

Sir Humphrey, représentant de la bureaucratie dans tout ce qu'elle a de pompeux et de technocratique, est un quinquagénaire affable et impeccablement mis, à la prononciation admirable et au calme surhumain. Sa froideur impersonnelle le pose en « administration faite homme ».

De la même manière, la frénésie et l'hyper agressivité de Malcolm Tucker font écho au chaos des salles de rédaction et à la brutalité des tabloïds britanniques, qu'il connaît mieux que quiconque du fait de sa position de chef de la communication. Il est la communication politique dans tout ce qu'elle a de plus agonistique et s'appuie sur cette consubstantialité pour survivre dans un environnement éminemment hostile.

Les médias

Si les alliés politiques sont dignes de méfiance, traîtres en devenir qu'ils sont, il en va de même pour les journalistes.

Nous l'avons vu précédemment : les reporters mis en scène par les deux séries ici traitées sont loin des modèles déontologiques promus par la profession. Sournois et intellectuellement malhonnêtes, ils ne vivent que pour et par le scandale, quitte à le fabriquer de toute pièce s'il y a raison de croire que pareille entreprise pourrait leur être économiquement ou socialement profitable. Plus intéressés par la vie privée des politiques que par leurs mesures, aussi rares soient-elles, journalistes politiques et reporters de la presse en scandale ne se distinguent donc que par leurs titres et non par leurs pratiques.

L'acharnement et la voracité qui les caractérisent font d'eux des croques-mitaines pour politiciens inexpérimentés :

« Sir Humphrey : Bernard, les ministres ne devraient jamais savoir plus que ce qui leur est strictement indispensable. Comme ça, ils ne peuvent rien dire à qui que ce soit. Comme des agents secrets; ils pourraient être capturés et torturés.

Bernard : Par des terroristes ?

*Sir Humphrey : Par la BBC, Bernard. »*⁴⁸

Devant pareille attaque, les habitants de Westminster et Whitehall oscillent entre deux mécanismes de défense : la collaboration contrôlée et la menace.

La collaboration contrôlée consiste en une série de dons-contre dons entre politiques et journalistes qui permet aux deux groupes d'obtenir satisfaction. Cette forme d'interaction a la préférence de tous les participants en ce qu'elle permet de renforcer les liens d'interdépendance et garantit la coexistence pacifique de pôles pourtant motivés par une inimitié profonde.

Les modalités de la collaboration reposent tant sur des relations interpersonnelles fortes que sur des liens faibles. Ces derniers sont le produit d'une socialisation permanente et d'une proximité de fait entre agents de l'histoire et témoin de celle-ci. Les conseillers en communication et fonctionnaires chargés des relations avec la presse ont dans leur carnets d'adresse tous les noms des journalistes qu'ils fréquentent régulièrement et auxquels ils peuvent aussi bien autoriser l'accès aux conférences de presse des politiques que faire passer du « *off* » dans un but stratégique.

Les relations interpersonnelles fortes, quant à elles, sont tissées à l'occasion de rencontres fréquentes et de mécanismes de séduction mutuelle. Dans *The Thick of It*, Ollie se voit chargé de recontacter une ancienne petite amie journaliste et de s'assurer de ses bonnes grâces. Par tous les moyens possibles... Parallèlement, le rédacteur en chef de ladite petite amie l'invite elle aussi à mettre à profit son accès privé à Ollie afin de bénéficier d'informations de choix non communiquées aux autres médias.

Bien que la collaboration soit le mode de relation préféré des deux pôles, la menace se révèle néanmoins nécessaire pour calmer les ambitions de certains reporters jugés trop curieux ou trop pressés de se faire un nom dans leur milieu. Dans pareils cas, les politiques ont dans leur arsenal une arme de choix : l'isolement. Puisqu'il leur incombe de distribuer les accréditations et de réguler

48 « *Sir Humphrey*: Bernard, *Ministers should never know more than they need to know. Then they can't tell anyone. Like secret agents; they could be captured and tortured.*

Bernard: You mean by terrorists?

Sir Humphrey: By the BBC, Bernard. » Yes, Minister, saison 1 épisode 7

les voies d'accès à l'information officielle et institutionnelle, ils peuvent faire peser sur leurs ennemis de la presse l'ombre de la marginalisation.

Plus sournoisement, il est également possible pour les membres de la sphère politique de s'assurer de la « coopération » d'ennemis potentiels en les menaçant de détruire tout simplement leur carrière, en faisant jouer les membres de leur réseaux étendus de contacts :

« Oh, attend une minute ! Je sais pourquoi elle ne devrait pas [une journaliste entend écrire un article sur les pratiques de Malcolm Tucker] ! Parce que, tu sais, si elle le faisait, elle serait morte. A mes yeux, aux yeux de ce département, de ce gouvernement. Et elle n'aurait plus aucun accès, pas même l'ombre d'un accès, pour tout le temps où elle trainera sa sale tête autour de Westminster parce que j'appellerais tous les éditeurs que je connais – et bien sûr, je les connais tous- et je leur dirais d'effacer son nom de leurs carnets d'adresses et elle ne trouverait plus de boulot, pas même sur une radio locale, là où est sa place »⁴⁹
Malcolm Tucker

Cette tactique est éminemment risquée puisqu'elle laisse entr'apercevoir à un outsider (ou presque) l'étendue des collusions dans lesquelles sont pris politiques et responsables d'organes médiatiques. Néanmoins, elle se révèle efficace et assure la pérennité des activités du groupe.

Le peuple

Le dernier ennemi du cercle politique est le peuple. Comme nous l'avons mentionné plus haut, le commun des mortels n'a pas sa place dans les tribulations des agents gouvernementaux et parlementaires. Leur ignorance des règles du jeu, leur défiance ou méfiance à l'égard des politiciens et de leur entourage, leur appétit pour le scandale (alimenté par la presse) font d'eux des opposants à la « bonne marche » du gouvernement, défini par ses acteurs.

Le peuple est une menace et est traité comme tel. Il est mis à l'écart et fui, dès que l'opportunité

⁴⁹ « Oh, wait a minute! I know why she shouldn't! Because , you know, if she did that, she'd be dead. To me, to this department, to the government. And she'll never get another story, or even a fucking whiff of a story as long as she kept her sorry, hack bitch face lingering around Westminster; because I would call every editor I know - which, obviously, that's all of them - and I'd tell them to gouge her name out of their address books so she'd never even get a job on hospital radio where the sad sack belongs. » *The Thick of It*, saison 1, épisode 2

se présente. Hugh Abbot (*The Thick of It*) en vient à se cacher dans un des couloirs de l'entreprise qu'il est venu visiter afin de ne pas être confronté à une femme venue expressément pour lui demander de résoudre le problème qu'elle rencontre avec les services sociaux qui refusent de prendre en charge sa mère impotente.

La masse des citoyens est dans son ensemble jugée incompétente et incapable de comprendre les subtilités de l'art politique et doit, pour cette raison, être maintenu à l'écart de toute forme de pouvoir effectif :

« **Sir Humphrey** : *Bernard, si les bonnes personnes n'ont pas le pouvoir, vous savez ce qui se passe ? Les mauvaises personnes ont le pouvoir : les hommes politiques, les conseillers, les électeurs ordinaires !*

Bernard : *Est-ce que ce n'est pas censé être comme ça ? Dans une démocratie ?*

Sir Humphrey : *Nous vivons dans une démocratie britannique, Bernard ! »*⁵⁰

Le « demos » de démocratie n'a pas voie au chapitre. Son statut de profane le lui interdit, tout du moins aux yeux des experts et des professionnels qui n'ont pour lui, et pour sa quête de connaissances, que le plus grand mépris :

« **Hacker** : *Ne me parlez pas de la presse. Je sais exactement qui lit les journaux : le Daily Mirror est lu par des gens qui pensent qu'ils dirigent le pays; le Guardian est lu par ceux qui pensent qu'ils devraient le diriger; le Times est lu par les gens qui dirigent effectivement le pays; le Daily Mail est lu par les épouses de ceux qui dirigent le pays; le Financial Times est lu par ceux qui possèdent le pays; le Morning Star est lu par des gens qui croient que le pays devrait être dirigé par un autre pays; et le Daily Telegraph est lu par ceux qui croient que c'est déjà le cas.*

Sir Humphrey : *Oh, M. le Premier Ministre, quid de ceux qui lisent le Sun ?*

Bernard : *Les lecteurs du Sun se fichent de savoir qui dirige le pays tant qu'elle a une forte poitrine »*⁵¹

50 « **Sir Humphrey**: *Bernard, if the right people don't have power, do you know what happens? The wrong people get it: politicians, councillors, ordinary voters!*

Bernard: *But aren't they supposed to, in a democracy?*

Sir Humphrey: *This is a British democracy, Bernard!* » Yes, Prime Minister, saison 2 épisode 5

51 « **Hacker**: *Don't tell me about the press. I know exactly who reads the papers: The Daily Mirror is read by people who think they run the country; The Guardian is read by people who think they ought to run the country; The Times is read by the people who actually do run the country; The Daily Mail is read by the wives of the people who run the country; The Financial Times is read by people who own the country; The Morning Star is read by people who think the country ought to be run by another country; And The Daily Telegraph is read by people who*

Ainsi la consommation de journaux par les citoyens est évaluée au regard de leurs illusions et de leur foi, perçue comme injustifiée, dans leur rôle social et politique.

Il s'agit donc pour les politiciens de s'assurer que les électeurs ne sachent jamais la vérité au sujet de leurs activités et des arcanes du gouvernement tel qu'il se pratique. Trop dangereux, trop corrompueur, le pouvoir doit à tout prix avancer masqué et ne pas être « [restitué] à l'usage commun »⁵² :

« **Bernard** : Mais les citoyens d'une démocratie ont le droit de savoir.

Sir Humphrey : Non. Ils ont le droit d'être ignorants. Le savoir implique la culpabilité par association; l'ignorance a une certaine dignité »⁵³

A de rares occasions, des profanes sont pourtant invités à pénétrer dans le cercle des initiés mais le sacrilège est opéré sous contrôle stricte. Cette profanation ne se justifie que par les besoins des tenants du sacré et prend alors la forme d'un sacrifice.

Le commun est autorisé à entrer en contact avec les détenteurs du pouvoir afin de servir leurs intérêts : dans *The Thick of It*⁵⁴, Nicola Murray invite à la conférence annuelle du parti travailliste Julie Price, une femme que la mort accidentelle de son mari sur un chantier de construction a poussé à devenir activiste. Son histoire tragique n'est perçue par les initiés que comme une opportunité politique de plus, une ressource communicationnelle à exploiter afin de donner de la ministre une image compatissante et proche du peuple. Si précieux est ce capital de sympathie que Tucker cherche à « voler » Julie pour la « donner » au premier ministre, lui aussi en quête d'un intercesseur, d'un « animal » sacrificiel à présenter à ses soutiens.

Julie, dans le monde des politiques, est un objet : ils ne parviennent pas à mémoriser son nom et se disputent sa propriété, sans reconnaître son autonomie ou sa qualité d'agent. Elle est une

think it is.

Sir Humphrey: *Oh and Prime Minister, what about the people who read The Sun?*

Bernard: *Sun readers don't care who runs the country, as long as she's got big tits.* » *Yes Minister*, saison 2, épisode 4

52 AGAMBEN G., *Homo Sacer*, tome 1, in *Le pouvoir souverain et la vie nue*, Seuil, 1997

53 « **Bernard**: *But surely the citizens of a democracy have a right to know.*

Sir Humphrey : *No. They have a right to be ignorant. Knowledge only means complicity in guilt; ignorance has a certain dignity.* » *Yes, Minister*, saison 1 épisode 1

54 Épisode 3 de la saison 3

chose et n'a qu'une fonction : souffrir. Sa douleur est ce dont les politiques ont besoin pour illustrer leurs qualités de cœur.

Le peuple est donc un outil. Il est à la fois une machine à produire des voix (donc les postes que souhaitent ardemment les politiques) et une offrande que l'on sacrifie afin de s'assurer les bonnes grâces d'une masse électorale sans visage et sans identité.

En dehors de ces deux fonctions, les citoyens n'ont pas leur place dans l'appareil étatique et sont encouragés à rester à sa marge, témoins lointains, muets et profanes sans valeur.

Dans ce chapitre consacré à l'explicite de *Yes Minister* et *The Thick of It*, il est frappant de constater la noirceur particulière qui se dégage de la représentation du monde politique mise en œuvre par ces séries. Un monde dans lequel les antihéros, cyniques, experts et machiavéliques, règnent sans conteste, dans lequel le pouvoir est le résultat de tractations à la limite de la criminalité, dans lequel les agents de l'appareil étatique sont plus préoccupés par leur cote de popularité et leur réélectabilité que par leurs missions gouvernementales/parlementaires, dans lequel les frontières idéologiques sont à ce point brouillées qu'elles en deviennent invisibles et inopérantes, dans lequel le peuple n'a pas sa place.

Ce microcosme corrompu et corrompueur, darwinien à l'extrême dans sa promotion de l'adaptabilité au-delà de toute valeur morale ou éthique, n'a à première vue rien pour séduire ou faire rire. Pourtant c'est bien parce qu'ils sont séduits et amusés que les téléspectateurs britanniques continuent d'apporter leur soutien à ces séries, en les nommant comme leurs favorites ou en leur assurant une part de marché des plus respectables.

S'agit-il ici d'un cas *classique* d'auteurs et d'un public qui, selon la formule consacrée par Beaumarchais, « se presse[nt] de rire de tout , de peur d'être obligé[s] d'en pleurer » ? L'hypothèse est séduisante et a probablement du mérite. Néanmoins, elle n'explique pas le particularisme de ces séries, à savoir l'attraction particulière qu'elles exercent sur une couche sociale précise du Royaume-Uni.

Comment et pourquoi cette séduction sélective opère-t-elle sur ce segment de la société et non pas sur d'autres, probablement aussi sensibles à la catharsis offerte par ces œuvres que leurs homologues *middle class* ? Dans quelle mesure l'idéologie, au-delà de l'explicite, véhiculée par les

séries ici traitées trouve-t-elle meilleur ancrage dans les esprits des *classes* moyennes que dans toute autre couche sociale ? Et pourquoi ?

Transmettre un message : la *doxa* et la communication persuasive

Se posent donc désormais la question de l'acceptabilité du message et, avec elle, celle de la communication persuasive et des effets d'information.

Comment un message séduit-il un public donné et acquiert, au travers de l'attraction qu'il exerce, le potentiel d'influencer ses perceptions ?

Il nous faut ici opérer un bref retour en arrière afin de présenter les différentes théories qui ont traversé le champ académique et abouti, en partie, à la formulation du « recette » de la circulation des idées entre émetteurs et récepteurs.

Parler d'effets d'information ou de communication semble relever de l'évidence, l'information étant définie par son effet de réduction ou de suppression de l'incertitude chez son récepteur.⁵⁵ Ainsi est-il impossible de concevoir une information qui n'aurait aucune conséquence sur le public auquel il s'adresse.

Dans le champ théorique hautement concurrentiel des études des effets de communication (qui englobe l'information puisque c'est par le biais de la communication que l'information est délivrée) ne s'opposent donc pas des modèles affirmant et d'autres niant lesdits effets mais des écoles attribuant à la communication différents degrés de force persuasive et identifiant des méthodes diverses, parfois contradictoires, de transmission du message de l'émetteur au récepteur.

55 GERSTLE J., *La communication politique*, Paris, Armand Colin, 2008

Seringue hypodermique et *opinion leaders* : le rôle de l'émetteur

Alors que la recherche sur les effets de communication commence, l'information est pensée comme une « substance » qu'il suffit de transmettre directement, linéairement, pour qu'elle soit absorbée par ses destinataires.

Substance toxique pour Gabriel Tarde⁵⁶ et Gustave Le Bon⁵⁷ qui voient en elle le liant qui va unir les individus et les transformer en « foule » dangereuse, émotive, irrationnelle. Dans cette acception, l'information est sommaire voire simpliste mais suffisamment alarmiste et chargée émotionnellement pour provoquer des réactions viscérales chez les éléments de la société qui sont incapables d'évaluer de manière critique les messages qui leur sont adressés.

Substance neutre mais puissante pour Harold Dwight Lasswell qui identifie l'information comme le « *what* » dans son schéma communicationnel. Le récepteur est passif dans un processus d'injection d'idées et de sentiments, lequel est contrôlé par l'émetteur omnipotent. Si l'électeur est bien pensé comme rationnel et donc comme ayant la capacité de faire la part des choses, il n'en demeure pas moins que la communication est ici censée avoir des effets directs, en rien altérés par l'opinion préexistante du sujet.

Dans les deux cas, l'information est une arme qu'il convient d'utiliser avec parcimonie et dont il est sage de confier la « gestion ⁵⁸ » à ceux qui savent et sont animés de bonnes intentions. Elle sert à manipuler les êtres, à les enfermer dans une unité mentale transcendante mise à profit par un leader dont la personnalité et les objectifs vont conditionner les effets (positifs ou négatifs) de l'acte communicationnel.

Dans ce contexte, le psychologue Carl Hovland⁵⁹ présente une vision alternative puisqu'il envisage une possible résistance du/des récepteur(s) au message transmis, reposant sur la crédibilité de l'émetteur. Ainsi si le communicant est jugé inacceptable par les récepteurs, ceux-ci rejeteront le message et ne seront pas convaincus par lui. Bien que cette résistance soit modérée par « l'effet d'assoupissement » (qui, après un certain temps, efface de la mémoire du récepteur

56 TARDE G., *L'opinion et la foule*, Ed. Du Sandre, Paris, réed. 2003

57 LEBON G., *Psychologie des foules*, PUF Quadrige, Paris, réed. 2003

58 LASSWELL H., *Propaganda Technique in the World War*, 1927

59 HOVLAND C., WEISS W.. « Transmission of information concerning concepts through positive and negative instances ». *Journal of Experimental Psychology*, 45, p.175-182

l'identité et les caractéristiques du locuteur sans pour autant faire disparaître le contenu de l'information qui peut dès lors être réévaluée sans les interférences provoquées par le rejet de l'énonciateur initial), les travaux de Hovland contribuent néanmoins à poser les bases d'une analyse de la communication et de la réception de l'information centrée sur les liens interpersonnels qui unissent le « who » et le « to whom » de Lasswell.

Ce binôme est aussi au cœur des écrits de l'école de Columbia. En effet, le *two-step flow of communication* théorisé par Paul Lazarsfeld et Elihu Katz⁶⁰ repose presque exclusivement sur les relations de confiance, de respect voire d'admiration qu'entretiennent les deux extrémités de la chaîne de communication définie par le chef de file du *behaviorism*. Les messages impartis par les communicants « officiels » (instances médiatiques, dirigeants politiques) ne sont acceptés par les sous-groupes sociaux qu'après avoir été compris, validés et retraduits par les *leaders* d'opinion. Forts de leur bonne réputation, ils agissent auprès des autres membres de la communauté à la fois comme des filtres et comme des points d'accès. S'apparentant aux *gatekeepers* de Kurt Lewin⁶¹, ils assurent la cohésion et la pérennité du groupe en garantissant que les informations qui atteignent ses membres sont principalement conformes aux conceptions préexistantes et intelligibles par tous.

Le travail de retraduction de l'information par un proche jugé digne de confiance s'inscrit dans le phénomène plus vaste d'exposition sélective identifié par Lazarsfeld en 1948⁶². Les récepteurs, agents conscients, choisissent parmi les différents messages qui leur sont proposés ceux qui présentent le moins de dissonance cognitive avec leurs opinions préexistantes. Cette recherche active, bien qu'inconsciente, de la cohérence entre information et prédisposition limite l'impact que les émetteurs peuvent chercher à avoir sur les destinataires de leurs messages et confirme le caractère éminemment social et identitaire de la transmission d'information d'un individu à un autre, d'une instance à un groupe.

60 LAZARSELD P., KATZ E., *Personal influence, The part played by people in the flow of mass communications*. A report of the Bureau of Applied Social Research, Columbia University. Glencoe, Ill.: The Free Press 1955

61 LEWIN K., *Frontiers in group dynamics, II: Channels of group life; social planning and action research*. *Human Relations*, 1, 143–153

62 KENDALL P.L., LAZARSELD P., *Radio listening in America. The people look at radio – again*. Report on a survey conducted by the National Opinion Research Center of the University of Chicago, New York: Prentice-Hall 1948

Robert King Merton prolonge le modèle du *two-step flow of communication* en introduisant le concept de méthode réputationnelle qui précise les critères de sélection des *leaders* d'opinion, élaborés par leurs « suiveurs » potentiels, et identifie deux types de *leaders* : les « cosmopolites » et les « locaux », qui exercent leur influence persuasive dans des domaines différents. Ainsi, Merton cristallise la dimension sectorielle de la légitimité au sein du sous-groupe et définit les limites de la sphère d'influence des *leaders*.

Il apparaît donc que le locuteur, son identité, ses caractéristiques sociales et sa réputation, ne sont en rien étrangères à l'efficacité de la transmission du message. Pour que la communication atteigne son but, que l'information atteigne le récepteur sans que celui-ci ne la transforme ou ne la rejette, il est préférable que « *who* » et « *to whom* » soient unis par des liens interpersonnels, réels ou imaginés.

Mean world syndrome et framing : le rôle du message et du non-message

En 1920, John B. Watson et sa collaboratrice Rosalie Rayner ont mené une expérience devenue célèbre sous le nom de « expérience du petit Albert ». Leur but était de déterminer s'il était possible de conditionner un être humain à craindre des items objectivement inoffensifs.

Inspirés par Ivan Pavlov et sa mise en évidence du réflexe conditionné, ils ont choisi un enfant de 9 mois, surnommé « *Little Albert* », et l'ont mis en présence d'un rat de laboratoire blanc que le jeune garçon semblait apprécier. Par la suite, les deux psychologues ont accoutumé « Albert » à entendre un bruit strident à chaque fois qu'il essayait de s'approcher du rat. Effrayé, l'enfant a développé une peur apparemment réflexe de l'animal et de tous les objets recouverts de fourrure.

Bien que cruelle, l'expérience a démontré que la peur est un élément essentiel de l'apprentissage humain et que le cerveau de l'homme est organisé de telle manière qu'il mémorise très efficacement les sensations et expériences effrayantes, la peur jouant un rôle primordial dans la garantie de la survie.

Dans ce contexte, il est compréhensible que les messages dont le contenu fait appel aux craintes et mobilisent les frayeurs des individus soient facilement assimilés voire amplifiés par les récepteurs.

Or le *mean world syndrome*, identifié par George Gerbner⁶³, s'appuie en partie sur cette prédisposition humaine : les informations dispensées par la télévision font fréquemment appel à la peur et présentent du monde une image particulièrement sombre et inquiétante. Plus un individu est soumis à ces représentations, plus sa perception de l'environnement va en être affectée. Cette influence directe, pensée par l'un des pères de la théorie de la *cultivation*, est sous-tendue par l'acculturation que constitue la consommation importante de messages télévisuels et la propension du cerveau humain à la mémorisation négative.

Ainsi, plus une information contient de références à des événements dangereux, moins le spectateur (et son complexe amygdalien) va opposer de résistance au message; et c'est sur cette base de l'*argumentum ad metum* (appel à la peur) que des communicants tels que Lee Atwater⁶⁴ ont basé des campagnes électorales, à l'instar du spot centré autour de la personne et des crimes de Willie Horton.

Si le contenu du message joue donc un rôle essentiel dans le processus d'assimilation par le public, il en est de même pour son non-contenu.

Une information est délimitée, sélective. Elle définit les frontières du dicible et de l'indicible, du pensable et de l'impensable, du réel et de l'irréel; elle porte une définition de la réalité qui ne peut être que partielle. Un sujet ou thème qui ne fait l'objet d'aucun message n'existe pas dans la conscience des récepteurs potentiels. Cette différence fondamentale entre réalité et perception de la réalité est posée sous forme de question par Charles Riborg Mann et George Ransom Twiss dans leur ouvrage *Physics* en 1910 : « Quand un arbre tombe dans une forêt isolée et aucun animal n'est présent pour l'entendre, fait-il du bruit ? Pourquoi ? ⁶⁵»

Cette représentation en creux du réel par la non-transmission de l'information est au cœur des théories du cadrage, de l'amorçage et de l'agenda. En dépit de leurs approches différentes, ces trois modèles posent l'importance du dit et du non-dit dans la transmission du message. Qu'il s'agisse de

63 GERBNER G., GROSS L., MORGAN M., SIGNORIELLI N., & SHANAHAN J., *Media effects: Advances in theory and research*, Mahwah, Lawrence Erlbaum Associates, Inc., 2002

64 Conseiller des présidents Reagan et H. Bush, ainsi que président du RNC

65 "When a tree falls in a lonely forest, and no animal is near by to hear it, does it make a sound? Why?"

la sélection des sujets (McCombs et Shaw⁶⁶), de la préférence pour une grille de lecture (Gamson⁶⁷ et Iyengar⁶⁸) ou de la mise à disposition d'informations parcellaires (Iyengar⁶⁹), toutes ces techniques délimitent le contenu du message et par là même la représentation du monde qu'il véhicule. Et c'est dans le cadre de cette représentation finie bien qu'incomplète que les téléspectateurs construisent leurs opinions et organisent leurs actions.

Résistance et utilitarisme : le rôle du récepteur

Dans les modèles théoriques contemporains, les récepteurs ne sont plus pensés comme de simples caisses de résonance condamnées à faire écho aux bruits qui les entourent. Ils interagissent avec les médias et sont rarement dupes des tentatives de manipulation des communicants. Le courant d'analyse de l'école de Birmingham est le premier à mettre l'accent sur les phénomènes de résistance à l'influence médiatique.

Richard Hoggart, dans la *Culture du pauvre*⁷⁰, développe la notion de « réalisme à courte vue » dans la culture populaire. Les conversations des locuteurs sont autant d'agrégations de formules toutes faites, de proverbes et autres traces de « sagesse populaire » qui, s'ils remplissent leur fonction de suppression du doute et du questionnement, contribuent à l'élaboration d'une grille de lecture empreinte de quotidien, trahissant une méfiance à l'égard des notions conceptuelles et abstraites.

Ce réalisme revendiqué sert de rempart contre les « autres », les élites bourgeoises occupées à la formulation de théories académiques et de promesses politiciennes. Au lendemain idéalisé, les couches populaires opposent l'aujourd'hui vérifié.

La presse traditionnelle est l'expression de cette hégémonie teintée de quotidienneté et fait la part belle aux horoscopes, au courrier des lecteurs, aux conseils pratiques en tout genre. Les faits

66 MCCOMBS M.E., SHAW D.L., *The Agenda-setting function of mass media*, Public Opinion Quarterly, vol.36, 1972

67 GAMSON W., *Talking politics*, Cambridge, Cambridge University Press, 1992

68 IYENGAR S., *Is anyone responsible ? How TV frames political issues*, Chicago, Chicago University Press, 1991

69 IYENGAR S., KINDER D., *News that matter*, Chicago, Chicago University Press, 1986

70 HOGGART R., *La Culture du pauvre*, ed. de Minuit, Paris, 1970

divers et les feuillets viennent ajouter un peu de spectacle à des vies que Hoggart qualifie de « difficiles ». Son héritière, la presse moderne, accorde une place de choix à l'homme moyen, présenté comme le modèle à suivre : commun, attaché au réel, méfiant à l'égard de la complexité. L'information qu'elle délivre est simplifiée à l'extrême, fragmentée et superficielle; elle rejette l'autorité des experts qu'elle raille.

Bien que ce portrait puisse sembler particulièrement caricatural et méprisant, pour Hoggart, l'ethos populaire est une forme de résistance à l'hégémonie culturelle produite par les industries capitalistes. Dans ce repli sur soi, cette suspicion à l'égard des « autres » (qui écrivent dans les journaux), cette lecture oblique et empreinte de cynisme des médias par le public, la contestation de l'emprise des grands groupes sur la culture prend racine.

Hoggart est suivi dans cette interprétation par Stuart Hall qui distingue trois formes de lecture des médias par le public : la lecture dominante et conformiste (de ceux qui acceptent les schèmes proposés par les communicants); la lecture négociée (de ceux qui, s'ils comprennent et intègrent en partie le message tel qu'il a été codé, n'en conservent pas moins leur esprit critique); et la lecture d'opposition (de ceux qui rejettent l'information et son traitement).

Les *cultural studies* font des émules et donnent lieu à la publication de travaux importants sur la réception et la transformation des messages, autour des paradigmes du public critique et de la lecture médiatique comme démarche active et collective (au sein des comités d'interprétation).

Dans *Reading the Romance*, Janice Radway étudie le public féminin des romans à l'eau de rose et constate qu'il n'est en rien victime d'aliénation. Les lectrices sont tout à fait capables d'évaluer les œuvres au regard des conventions du genre. Si elles ne se considèrent pas comme culturellement légitimes, ces femmes n'en demeurent pas moins indépendantes face aux romans : elles les utilisent dans un but précis (sortir du quotidien et tisser des liens interpersonnels avec d'autres lectrices du genre) et n'en retirent que ce qui leur convient.

L'analyse de la réception de la série Dallas par Elihu Katz met en exergue un autre exemple de résistance au message et à l'aliénation de celui-ci. Loin de recevoir passivement les enseignements moraux très particuliers communiqués par les tribulations des familles Ewing et Barnes, les téléspectateurs, qu'ils soient Kibboutzniks ou Japonais, extraient de la série ce qui les amuse ou fait écho en eux : proclamation -en creux- des valeurs familiales, démonstration de ce qu'il ne faut

pas faire, farce...

Il en va de même pour la compréhension de la série *Hélène et les garçons*, étudiée par Dominique Pasquier. Regarder Hélène, Nicolas, Cri-Cri d'Amour et leurs camarades vivre, s'aimer, se séparer... constitue pour le jeune public féminin du début des années 1990 un acte collectif et intra-générationnel qui participe à la création d'un entre-soi, et d'une culture collective alors que son homologue masculin se livre à une lecture ironique et détachée, voire moqueuse.

Dans tous les cas, la réception du discours contribue à la construction sociale des identités, d'un « nous » qui n'est pas « eux ». Les sous-groupes s'adonnent au décryptage collectif des messages qu'ils reçoivent et renforcent ainsi les liens qui unissent leurs membres dans une communauté de sens.

Cette mise en exergue de la dimension sociale et socialisante de la réception est confirmée et renforcée par la pensée de Morley :

« L'audience n'est pas une masse indifférenciée d'individus, mais un modèle compliquée de sous-groupes et sous-cultures qui se superposent et à l'intérieur desquels s'agrègent des individus »⁷¹

De cette idée découle une autre : celle de l'audience active, qui peut être résumée comme suit :

- les individus sélectionnent les médias auxquels ils vont s'exposer selon des critères « utilitaristes » : ne sont considérées que les sources qui à la fois fournissent une/des représentation(s) du monde et offrent une opportunité d'interagir :
 - avec d'autres individus, rassemblés au sein d'une même sous-culture « imaginée »⁷²;
 - avec d'autres sous-groupes;
 - avec la société entière;
- grâce à ces interactions, les individus se constituent un répertoire de comportements et d'habitudes spécifiques qui repose en partie sur la consommation médiatique;

71 MORLEY D., *Television, Audiences and Cultural studies*, Londres, Routledge, 1992

72 Il convient ici de noter que nous n'employons pas le terme « imaginé » dans son acception péjorative. Il ne s'agit pas de dénigrer la perception des individus mais de souligner que la communauté dont ils pensent et disent être les membres est idéellement construite, rendue réelle dans les faits par la croyance qu'ils ont en son existence. cf. ANDERSON B. R. O'G., *Imagined communities : reflections on the origins and spread of nationalism*, London, Verso, 1983

- les médias, porteurs des messages autour desquels se (re)construisent les sous-groupes, contribuent de l'intérieur au façonnement de leur(s) culture(s).

Les théories de la résistance et de l'audience active nous obligent à relativiser le pouvoir des médias dans ce qu'il peut avoir de contraignant. Si les instances de production des messages sont puissantes, il n'en reste pas moins qu'elles sont tributaires du bon vouloir des publics qui jouent un rôle actif dans la sélection et la réception des informations auxquelles ils s'exposent.

L'acte de communication repose, dans cette optique, sur un contrat entre diffuseurs et récepteurs, engagés dans une relation de régulation et de persuasion mutuelles dont ils sont conscients, tout du moins en partie.

Il apparaît alors que le processus de transmission d'un message d'un locuteur à un destinataire est infiniment plus complexe que ne l'avait pensé Lasswell. Loin d'être purement mécanique, enchaînement « évident » de cause (émission de l'information) à conséquence (récupération fidèle de cette information), la communication, pour être efficace, doit rassembler plusieurs facteurs :

- un locuteur proche du/des récepteur(s) ciblé(s), voire appartenant au même groupe social et culturel que lui/qu'eux, et dont la légitimité n'est pas remise en cause;
- un message fini, au ton alarmiste (de préférence) et portant en lui une représentation du monde intelligible pour le public visé;
- un/des récepteur(s) enclin(s) à écouter, socialement et culturellement motivé(s) dans sa/leur démarche d'assimilation d'une information qu'il(s) juge(nt) pertinente, utile.

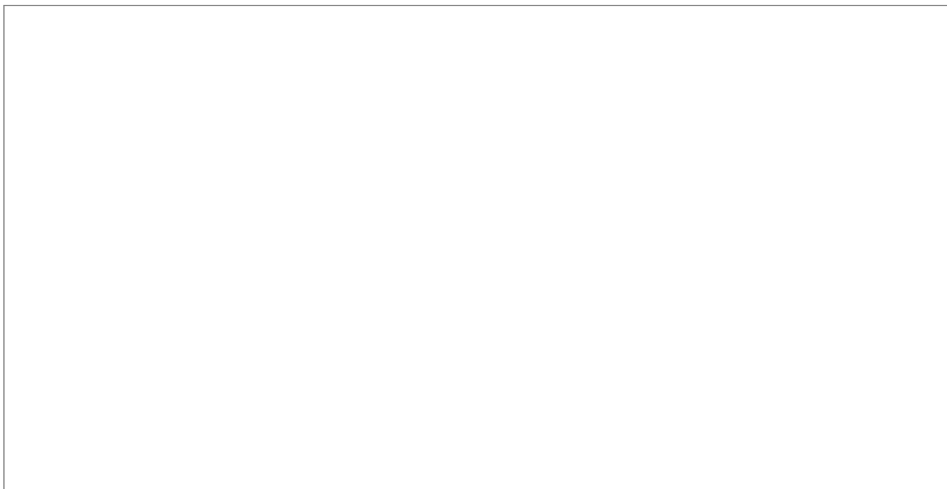
Bien que cette « recette » demeure somme toute très schématique, elle permet d'entr'apercevoir les techniques qui peuvent être mises en place pour que s'instaure une relation de confiance entre un producteur de message et ses destinataires et, par là même, les modalités de l'acceptabilité d'une idéologie telles que codéfinies par émetteur et récepteurs.

Appliquée à notre sujet d'étude, cette règle générale suppose l'existence d'un lien de parenté

entre l'idéologie véhiculée par les séries télévisées étudiées et la doxa propre à son public de prédilection, la *middle class*.

L'idéologie de *Yes, Minister* et *The Thick of It*

Afin d'extraire du « tout inextricable de sens et de formes »⁷³ que constitue l'œuvre les mythes et les réseaux symboliques qui forment son idéologie, il convient de s'attacher scrupuleusement à la méthodologie de Barthes et à son découpage du dénoté et du connoté, du signifiant et du signifié, dans l'identification du mythe :



74

Il est facile de se perdre dans l'interprétation : ne percevoir, par hermétisme ou mauvaise identification du symbole, que le dénoté et par là même égarer le mythe; à l'inverse, ne percevoir que le connoté, ce qui ferait perdre au mythe sa force persuasive souterraine, en l'exposant à la lumière crue du jour.

Pour être correctement « lu », le mythe doit donc être maintenu dans l'espace de circulation qu'il habite entre connoté et dénoté; circulation dans laquelle celui-là est entr'aperçu et accepté, apprécié au travers du filtre de celui-ci.

73 BARTHES R., *Mythologies*, Le Seuil, Paris, 1970

74 BARTHES R., *Mythologies*, Le Seuil, Paris, 1970

L'idéologie de *The Thick of It* et *Yes Minister* et les mythes modernes qui la composent et l'appuient :

*« se singularisent [...] de leurs ancêtres ou de leurs parents primitifs. Ils ne cherchent point de référence dans des valeurs ou des croyances supérieures, explicitement posées comme centres de gravité du réseau mythique (les dieux, totems...). Leur justification réside dans une **référence apparemment scrupuleuse aux faits**. Nulle adhésion à des dogmes ou croyances explicites n'est attendue de l'auditoire. **Le réalisme seul donne aux mythes modernes la caution du sérieux qui les impose**. Mais la référence à un imaginaire social, exclue des fondements explicites du mythe, se retrouve sous la forme de l'idéologie implicite qui vient remodeler et sélectionner les **référents réalistes proposés**. »⁷⁵*

Difficile de ne pas se remémorer l'analyse d'Armando Iannucci citée précédemment dans ce mémoire et son affirmation de la véracité absolue des événements dépeints dans *Yes Minister*...

Cette revendication de réalisme contribue à l'élaboration du mythe, à l'avancée de l'idéologie : de proche en proche, de semi-vérité choisie en semi-vérité choisie, la toile du message connoté se tisse, se renforce et se déploie, pour prendre enfin une dimension qui dépasse de loin les vingtaines de minutes que dure chaque épisode.

Des valeurs hiérarchisées

Au centre de cette construction se trouve un ensemble de valeurs égrenées avec d'autant plus de clarté qu'elles ne sont jamais directement énoncées. Ces valeurs se distribuent autour d'un axe bien/mal qui instaurent entre elles une hiérarchie implacable.

Secret / Transparence

75 NEVEU E., *L'Idéologie dans le roman d'espionnage*, Presse de Science Po, Paris, 1985, p. 290

Le secret est éminemment et obligatoirement sinistre. L'ombre protège les tractations illégales, les alliances interdites, les interactions honteuses. C'est sous couvert de secret que la nature humaine dans ce qu'elle a de moins glorieux s'exprime avec parfaite sincérité. Le off et les chuchotements privés sont plus vrais que les discours et les slogans publics. Il est inenvisageable qu'un secret puisse être innocent ou simplement l'expression d'une timidité.

Cette croyance est un des piliers de *Yes Minister* et *The Thick of It* : elle est même leur raison d'être. Le postulat de départ des deux séries repose sur l'idée d'une consubstantialité entre dissimulation, crime et vérité. Elles entendent explorer les « coulisses » du pouvoir, supposant ainsi que l'arrière-scène est plus intéressant, plus instructif, plus vrai que la scène elle-même.

Cette croyance s'auto-justifie dans les séries en ce que, comme nous l'avons vu précédemment, les membres de la sphère politique emploient la discrétion comme un paravent pour cacher aux yeux du monde leurs manquements à l'éthique, à la morale et à leurs obligations gouvernementales et parlementaires. Ils couvrent la réalité de leurs personnes et de leurs actions d'un voile impénétrable destiné à les protéger d'une observation qu'ils redoutent car ils savent qu'elle ne pourrait aboutir qu'à leur disqualification de la scène politique par les électeurs ou, pire encore, à leur arrestation par les autorités.

La créature politique est nocturne par nature et par circonstance, les deux étant liées dans un monde constamment fabriqué par ses occupants.

A l'inverse, la transparence est elle présentée comme éminemment souhaitable mais inaccessible. Les agents de la sphère politique s'y opposent si farouchement qu'ils trouvent toujours de nouvelles cachettes, de nouvelles alcôves, toujours plus loin dans les entrailles des bâtiments qu'ils occupent. Ils se rendent toujours plus invisibles et combattent farouchement tous ceux qui pourraient, dans un sursaut d'intégrité, chercher à exposer leurs activités.

Présent/Passé

Yes Minister et *The Thick of It* posent toutes deux en principe immuable la pertinence de la

nostalgie : le passé est intrinsèquement glorieux, le présent irrémédiablement décevant et le futur éminemment incertain.

La gloire des hommes et femmes politiques passés a été entachée par les actions de leurs successeurs qui n'ont hérité ni leurs talents, ni leur intelligence, et encore moins leur intégrité. Le marasme actuel est le produit d'un personnel politique plus intéressé par ses gains personnels que par la grandeur de sa fonction, la superbe de son office.

*« Ça, c'est la conséquence d'une classe politique qui a **abandonné** la moralité au profit de la popularité à tout prix. »⁷⁶
Malcolm Tucker*

Aucun exemple n'est donné pour appuyer cette croyance dans le prestige des ancêtres. Elle est supposée au-dessus de tout soupçon, au-delà toute forme de doute ou de questionnement qui quiconque pourrait avoir. Elle s'impose avec la belle aisance d'une évidence.

Cette notion de la déliquescence implacable ne se soumet à aucun examen logique ou historique parce qu'elle a pour elle la vraisemblance : tout organisme vivant finit par se flétrir, mourir et se décomposer. Et il peut sembler « tomber sous le sens » que toute entreprise humaine suive, elle aussi, cette progression.

La supériorité du passé sur le présent n'a donc pas à se justifier; elle repose sur le parallèle évident qui paraît la sous-tendre.

Élection / Expertise

Bien que machiavéliques et moralement discutables, les antihéros (non élus) dominent leur environnement et forcent l'admiration de tous. Cette supériorité universellement reconnue est le résultat de leur connaissance encyclopédique de leur sujet. Ils ne dépendent de rien ni personne mais reposent sur leurs propres talents et ingéniosité pour survivre dans un environnement hostile.

A l'inverse, les hommes et femmes politiques, mandatés par le peuple et « choisis », pour

⁷⁶ « Which is the result of a political class, which has given up on morality and simply pursues popularity at all costs. » *The Thick of It*, saison 4, épisode 6

certain, par le chef de leur parti pour occuper des fonctions ministérielles se révèlent tous parfaitement incapables de remplir convenablement leur mission sans l'intervention salvatrice de tiers.

La raison de cette asymétrie tient dans les différents parcours empruntés par eux et leurs homologues non démocratiquement élus pour accéder à des postes de pouvoir :

« Sir Humphrey : Les membres du parlement ne sont pas choisis par le peuple, ils sont choisis par leur parti local, trente-cinq hommes dans des imperméables sales ou trente-cinq femmes avec des chapeaux ridicules.

Bernard : Et les membres du gouvernement sont choisis parmi les meilleurs d'entre eux.

Sir Humphrey : Bernard, il n'y a que six cent trente parlementaires élus. Si un parti en a un peu plus de trois cents, il forme un gouvernement. De ces trois cents, cent sont trop vieux et trop bêtes, cent trop jeunes et trop inexpérimentés, ce qui ne laisse qu'à peu près cent parlementaires à placer à cent postes gouvernementaux. Il n'y a pas de choix du tout; ils ne sont pas sélectionnés, ils ne sont pas préparés. On doit faire le travail à leur place »⁷⁷

Hommes et femmes politiques doivent leur position à une série d'accidents fortuits et de coups de chance contrairement aux antihéros qui ont atteint les statuts qui sont les leurs à la suite d'un processus de sélection ardu et ne doivent leur longévité qu'à leur seul talent.

La supériorité des conseillers et fonctionnaires sur les élus prend alors des allures de promotion de la technocratie comme seule capable de produire des agents de l'autorité politique compétents et efficaces. Le scrutin électoral, expression du choix populaire, est quant à lui discrédité par la médiocrité des représentants qu'il mandate.

Groupe / Individu

Pris individuellement, les personnages de *The Thick of It* et *Yes Minister* sont des êtres pour la

⁷⁷ *« Sir Humphrey : MPs are not chosen by the people, they're chosen by their local party, thirty five men in grubby raincoats or thirty five women in silly hats.*

Bernard: And the government are selected from the best of them.

Sir Humphrey: Bernard, there are only six hundred and thirty MPs. If one party has just over three hundred it forms a government, of that three hundred one hundred are too old and too silly, one hundred are too young and too callow which leaves just about a hundred MPs to fill one hundred governmental posts. There's no choice at all, they've had no selection, no training. We have to job for them. » Yes, Minister, saison 1 épisode 2

plupart affables, sympathiques et relativement bien intentionnés. Cependant, une fois pris dans le contexte du groupe, qu'il soit parti politique, groupe parlementaire ou fonction publique, ils se trouvent immédiatement corrompus, moins sincères, moins enclins à servir l'intérêt général.

Ce tenant individualiste de l'idéologie des deux séries traitées traverse tous les épisodes : dans les rares cas où la caméra saisit un moment de solitude ou d'introspection, les personnages qu'il met en scène en sortent, si ce n'est grandis, tout du moins plus sympathiques.

Quand Glenn Cullen craque nerveusement et se lance dans un monologue qui ne s'adresse en réalité à personne d'autre qu'à lui-même, ses craintes et angoisses les plus profondes resurgissent et nous donnent à voir l'image d'un homme désespéré, trahi et rendu momentanément fou par la peur d'être abandonné :

« Putain ! Putain ! Seigneur, je ne suis pas une blague, OK, d'accord, hello ? Je suis un homme, je suis un homme, tu sais, tu sais ? Ça, Ça, !!! C'EST MA VIE ! JE SUIS UN ÊTRE HUMAIN ET TOUT ÇA C'EST MA VIE ! Et elle est en train de s'écrouler sous mes yeux. Tu sais, la bande de Tom, ils ne vont jamais vouloir de moi, non ? Et ce putain de Hugh, maintenant, il... Seigneur Dieu, c'est complètement... JE SUIS UN HOMME!!! ET NON, NE ME TOUCHE... JE NE SERS A RIEN !! NON, NON, VA-T-EN, je ne sers à rien, je ne sers à rien, je ne sers à rien ! Ce putain de Hugh ne veut qu'aller discuter avec Tinky Winky ?!! ET BIEN MERDE A TINKY WINKY, VA TE FAIRE FOUTRE TINKY WINKY !!! AUD WIEDERSEHEN CHÉRI, LA FÊTE EST FINIE, AU REVOIR LA ROUTE DE BRIQUES JAUNES, QU'EST-CE QUE TU SAIS A PROPOS D'HITLER ?! BEN, IL AVAIT UNE MOUSTACHE ET IL VIVAIT DANS LE COIN !!! MERDE A TOUS!!! »⁷⁸
Glenn

Ces brèves interjections de sincérité dans le cynisme et le mensonge ambiants mettent en exergue ce que les personnages ont dû compromettre, ce qu'ils ont été obligés de sacrifier pour faire partie du groupe, pour entrer dans le cercle.

78 « Fucking hell! Fuck! Jesus, I'm not a joke, okay, alright, hello? I am a man. I am a man, you know, you know?! This, THIS!!!! **THIS IS MY LIFE!!!! I'M A HUMAN BEING, AND ALL THIS IS MY LIFE!!** And, it's collapsing in front of me. You know, Tom's lot, they're never going to want me, are they? And fucking Hugh, now, he... Jesus Christ, this is all, **I AM A MAN!!!!!! AND, NO YOU DON'T I'M IRRELEVANT!! NO, NO GO AWAY, I'm irrelevant, I'm irrelevant, I'm irrelevant! FUCKING HUGH JUST WANTS TO SPEAK TO TINKY WINKY?!! WELL FUCK TINKY WINKY, FUCK YOU TINKY WINKY!!! AUF WIEDERSHEN PET, THE PARTY'S OVER, GOODBYE YELLOW BRICK ROAD, WHAT DO YOU KNOW ABOUT HITLER?! WELL, HE HAD A MOUSTACHE AND HE LIVED OVER THERE!! **FUCK THEM ALL!!!!** », *The Thick of It*, Spinners and Losers**

Le collectif, quant à lui, est l'endroit où les individus deviennent des machines à faire : faire de la politique, des discours, de la communication, de la bureaucratie, de la victoire électorale, de la cohésion partisane, de l'image, du vide... Westminster et Whitehall, en ce qu'elles représentent des entreprises collectives, corrodent jusqu'aux âmes des individus qui choisissent d'y faire leur carrière. Ces lieux les transforment en autant de rouages, d'éléments d'une mécanique sur laquelle ils semblent n'avoir aucune prise.

Le groupe est une prison : il enferme, cadenas, corsète les ambitions et les aspirations personnelles; il étouffe les bonnes volontés et les enterre. Les individualités n'ont pas leur place dans cet environnement où la fonction, l'utilité prime.

Politics / Policy

Ce n'est pas toute la politique qui est discréditée et dénoncée par *Yes Minister* et *The Thick of It* : en réalité, seulement une des ses acceptions se voit rondement condamnée, à savoir la politique politicienne.

Les représentants politiques et tout le personnel non élu qui gravite autour d'eux ne sont pas intrinsèquement ridicules, risibles ou détestables; ils ne le deviennent que lorsqu'ils dépensent toute leur énergie à l'élaboration de manigances visant à améliorer leur position au sein des institutions ou menacer celle d'un de leurs collègues, à la formulation de slogans dénués de sens, à la préparation de guerres fratricides au sein même de leur parti, etc.

Toutes ces activités sont présentées comme des pertes de temps, du gaspillage de ressources aussi bien humaines qu'intellectuelles.

Parallèlement, la politique d'enjeux, centrée sur les politiques publiques, est elle valorisée. Bien qu'elle ne soit que très peu fréquemment citée, chacune de ses apparitions dans la bouche ou l'esprit d'un des personnages prend des airs de révolte salutaire, de marque de bravoure voire d'héroïsme. Faire référence à l'intérêt général et, ainsi, à la fonction première du politique (la résolution de crises ou de problèmes touchant une partie ou l'ensemble de la société) est à ce point éloigné des dynamiques de « jeu politique », de stratégie électorale, de conquête de toujours plus de positions d'influence, de *politics* somme toute, que les plus cyniques parmi les personnages

s'étonnent même que quiconque s'en préoccupe encore.

Parler de *policy*, c'est aussi se dresser seul contre le groupe et résister, ne serait-ce qu'un instant, à son influence corruptrice.

Ainsi le corpus d'épisodes nous permet-il d'identifier l'axe « mal/bien » autour duquel se distribuent aussi bien les personnages que leurs actions et leurs pensées. Mais au-delà de ces valeurs normatives et de la manière dont elles conditionnent l'environnement qu'occupent les personnages, se déploie également une théorie du politique plus académique.

L'école des choix publics

Nous l'avons vu, les deux séries mettent en scène des personnages motivés principalement par leur propre intérêt et cherchant avant tout à utiliser le monde politique et les outils qu'il leur donne pour maximiser leur bénéfices.

Telle image du politique se rapproche de celle qu'en donne la théorie des choix publics.

Cette école de l'analyse des votes et plus largement de la procédure de décision publique connaît son essor dans les années 1950 et 1960 aux États-Unis avec les écrits de Gordon Tullock, James Buchanan⁷⁹ et Anthony Downs.

L'intention des tenants de la théorie des choix publics est de relier science politique et économie en utilisant une approche économique pour expliquer les comportements de l'appareil étatique, des administrations et de leurs représentants. Les choix publics cherchent à comprendre comment, alors que l'ensemble de la science politique conceptualise l'État comme un « dictateur bienveillant » (omniscient, omnipotent, aux ressources illimitées et transcendant par nature), il lui arrive, à lui et à ses institutions, de produire avec pareille régularité des résultats inefficients.

Le constat des échecs réguliers de la puissance publique pousse donc les premiers défenseurs de la théorie à repenser l'État et ses représentants.

79 BUCHANAN J. TULLOCK G., *The Calculus of Consent*, Ann Arbor: University of Michigan Press, 1962

Fondée sur l'hypothèse du comportement égoïste et rationnel des individus, les hommes et femmes politiques sont eux aussi réinventés. Le politicien devient un acteur économique comme les autres. Il cherche à maximiser son utilité personnelle, à la croisée des chemins entre pouvoir (occuper une position d'influence) et idéologie (promouvoir certaines idées politiques). Si la théorie des choix publics reconnaît au personnel politique une dimension idéologique, c'est avant tout pour mettre en exergue que celle-ci n'est que secondaire à la recherche du pouvoir.

Tous les comportements et attitudes du personnel politique sont donc perçus au travers du prisme de la réélection, censée être leur objectif principal. Il est constamment pris entre ses préférences personnels et ce qu'il pense être celles des électeurs. Ses décisions sont donc le fruit d'un calcul permanent entre deux impératifs (satisfaire sa propre idéologie; répondre aux attentes des électeurs afin qu'ils le réélisent).

Les citoyens (électeurs) sont également perçus au travers du filtre de l'intérêt personnel. Ils sont des consommateurs de politiques publiques, de biens collectifs et de décisions gouvernementales. Son vote est égoïstement motivé et a pour logique principal la maximisation de son profit personnel et la satisfaction des ses attentes individuelles.

La démocratie est donc un vaste marché sur lequel s'échangent votes et décisions publiques. L'image mercantile est ici justifiée : le politique « achète » les voix de ses électeurs en leur promettant de répondre à leurs attentes au travers de la mise sur le marché de « produits » (politiques publiques) pensés pour défendre leurs intérêts ou leur apporter une satisfaction personnelle. Parallèlement, les électeurs « vendent » ou « monnaient » leur soutien en faisant jouer la concurrence entre les partis : ils n'accordent leur voix qu'à celui qui maximisera au mieux leurs profits.

Le marchandage des voix est une nécessité pour la théorie des choix publics, car ce libre-échange des votes et des avantages permet l'expression de préférences individuelles et garantit que les politiques publiques ajoutent de manière notable à la somme totale des utilités dans la société.

Les bureaucrates ne sont pas en reste. Eux aussi sont interprétés comme des agents de l'égoïsme rationnel. S'ils ne peuvent participer, dans leur capacité de fonctionnaires, à la marchandisation des soutiens et des décisions politiques, ils n'en exploitent pas moins leur position pour optimiser leurs profits.

Pour Buchanan, les fonctionnaires souhaitent donc avant tout maximiser leur budget (prestige, position de pouvoir, sécurité de l'emploi, promotion, revenu élevé, etc.) Loin de servir leur organisation, ce sont leurs propres intérêts qu'ils poursuivent. Pour ce faire, ils tentent d'optimiser le « rendement » de la branche de l'administration publique à laquelle ils appartiennent.

Leur position est elle aussi le produit d'un marchandage avec les politiques : les représentants démocratiquement élus « achètent » donc les informations sur les besoins réels (détenues par les bureaucrates mais inconnues du gouvernement) en échange de l'attribution de budgets et de ressources que seuls les politiques ont le pouvoir de redistribuer.

Que cette théorie de l'action publique et des choix rationnels égoïstement motivés soit juste ou non n'est ici pas le propos. Son intérêt réside dans la facilité avec laquelle elle peut être utilisée pour comprendre et expliquer les personnages de *Yes Minister* et *The Thick It*.

Tous sont des exemples, des archétypes même, de la théorie de Buchanan, Downs et Tullock. Dénués de toute dimension transcendante, de toute aspiration altruiste, ils se contentent de rechercher satisfaction à tout prix.

Qu'ils soient hommes ou femmes politiques courant après la réélection dans un contexte de campagne permanente où les sondages font l'effet de scrutins quotidiens, fonctionnaires échangeant leurs compétences et savoir-faire contre des postes de prestige ou un accroissement de leur confort matériel, conseillers et assistants voyant « leur » parlementaire comme un billet d'entrée dans les hautes sphères de l'appareil partisan, ou citoyens ordinaires défendant leurs causes personnelles et leurs revendications sectorielles sans chercher à savoir si la satisfaction de leurs demandes ajoutera ou ôtera à la somme totale des utilités dans la société.

Tous parfaitement égoïstes et calculateurs, ils omettent et occultent sciemment la dimension transcendante de la politique pour la réduire à son expression la plus simple et la plus boutiquière :

celle d'un échange entre producteurs de décisions publiques et consommateurs sur une foire aux idées dont la valeur est déterminée par le rapport entre les niveaux de l'offre et la demande.

Déarrassée de ses attributs théoriques les plus nobles (la définition d'un intérêt général qui dépasse la somme des intérêts particuliers, la notion même de public ou de nation débordant les limites d'une simple agrégation d'individus...), la prise de position politique et, avec elle, la démocratie n'est que le résultat d'un processus de donnant-donnant.

L'idéologie de *The Thick of It* et *Yes Minister* repose donc sur deux piliers :

- la définition d'une axe bien/mal autour duquel se distribuent des notions aussi vagues et générales que le « secret », l'« individu » et l'« expertise ». Ces concepts, réorganisés en binômes, deviennent des « valeurs » grâce à travers desquelles s'exprime une vision binaire du monde, simple et aisément intelligible, qui attribuent des « bons » points aux personnages qui, ils sont rares, se situent du « bon » côté de l'axe et pénalise, tout du moins symboliquement, ceux qui se trouvent dans le « mauvais » hémisphère;
- la promotion et la démonstration implicites de la justesse de l'analyse de Buchanan et des ses collègues. La politique est dépouillée de toute forme de mystique; elle est parfaitement désenchantée et ne peut être comprise que comme l'interaction de vendeurs et d'acheteurs; la marchandise étant la décision publique et la monnaie le soutien.

Se pose donc de nouveau la question : pourquoi pareille idéologie trouve-t-elle grâce aux yeux de la *middle class* britannique ? Quels aspects de ces mythes la séduit si particulièrement et si exclusivement ?

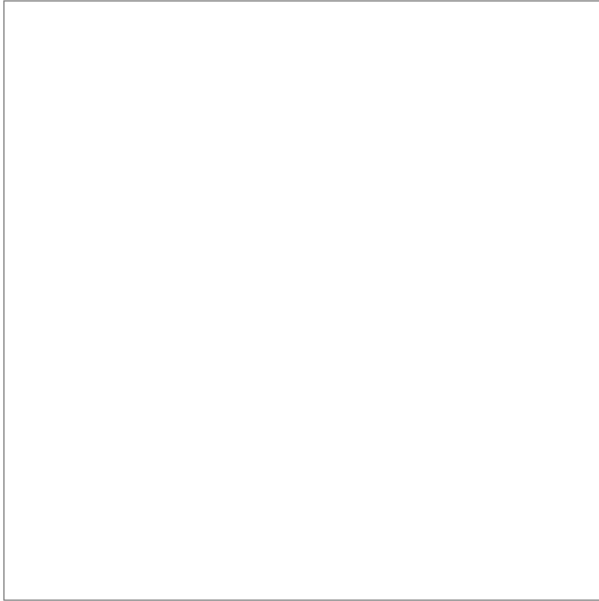
Pour le tenter de le savoir, il nous faut comprendre plus en avant qui sont les membres de cette couche sociale particulière et quelle est la doxa qu'ils défendent.

La doxa de la *middle class* britannique

Qui est « *middle class* » ?

Définir la *middle class* relève presque de mission impossible. De toutes les *classes* sociales britanniques, c'est probablement celle qui pose le plus de problèmes à l'analyste. Là où l'aristocratie s'impose à la vue grâce à ses titres et ses propriétés terriennes, où la *classe* ouvrière se manifeste clairement au travers de sa situation économique et professionnelle, la *middle class* joue à cache-cache et n'a de cesse d'échapper toute approche académique pure.

Le système de *classes* britannique est dans son ensemble assez impénétrable et se « respire » intuitivement plus qu'il ne s'analyse. Il se perçoit clairement sans pour autant être jamais expliqué :



John Cleese, Ronnie Barker et Ronnie Corbett incarnent les trois couches de la société anglaise: l'*upper class*, la *middle class* et la *working class*.

Il nous serait possible, évidemment, de nous reposer sur les différents sondages et études publiés régulièrement tant par le gouvernement du Royaume-Uni que par certains organes de presse. Ainsi, il est possible qu'au vingtième siècle, la société britannique est comprise comme une superposition de six couches censées délimiter entre elles les quatre grandes *classes* sociales du pays :

Rang	Profession
A	Cadres supérieurs, professions libérales, hauts fonctionnaires
B	Professions intermédiaires, fonctionnaires B
C1	Employés de bureaux, cadres juniors, fonctionnaires C
C2	Travailleurs manuels qualifiés
D	Travailleurs moyennement qualifiés
E	Travailleurs occasionnels, peu ou pas qualifiés, retraités et autres personnes dépendant le l'État pour leurs revenus

Dans ce découpage simpliste, la *middle class* occupe prétendument les rangs B et C1, prise en tenailles entre l'élite (rang A) la *classe* ouvrière (rangs C2 et D), elle-même située au-dessus des *classes* inférieures (*lower class*), dotée de la lettre E.

Bien qu'utilisé pendant plus de cinquante ans par l'administration britannique, les sociologues, les instituts de sondage et les entreprises de marketing, cette distribution ne reflète en rien la complexité de la *middle class* qui dépasse largement le cadre d'un statut professionnel.

Le *Great British class Survey* publié en avril 2013 et commandé par la BBC constitue donc un progrès notable dans la capacité des universitaires à saisir cette entité kaléidoscopique qu'est la *middle class*. Prenant en considération, dans une perspective bourdieusienne, non seulement l'occupation professionnelle mais aussi les capitaux économique, scolaire, social et culturel, le statut social des personnes interrogées ainsi que celui de leurs amis, fréquentations et famille et laissant une place importante à l'évaluation subjective des répondants, l'étude donne à voir une image infiniment plus complexe de la société britannique dans son ensemble et de la *middle class* en particulier.

Ainsi redéfinie, elle se divise en deux sous-groupes : la *middle class* établie et la *middle class* technique. La première se caractérise par des capitaux culturel, social, scolaire et économique très élevés (au point de rapprocher ses membres de l'élite) et regroupe en son sein 25% de la population, dont un nombre important de professions libérales, d'ingénieurs, de thérapeutes, de personnels du corps médical et de gradés de la police.

La seconde, sensiblement moins dotée culturellement et socialement, repose sur ses capitaux économique et social pour affirmer son identité *middle class*. Ne rassemblant que 6% des Britanniques, elle est le groupe de prédilection de pilotes aériens, des professeurs de lycée et des pharmaciens.

Si cette nouvelle étude constitue un pas en avant très appréciable dans la compréhension de la hiérarchie sociale britannique, elle n'en demeure pas moins incomplète et incapable de saisir les nuances les plus profondes de cette structure et de son cœur, la *middle class*.

Il nous faut ici interrompre un instant le flot de l'analyse pour apporter une précision importante. Nous avons fait le choix de ne pas traduire le terme de « *middle class* » par « classe moyenne ». Il ne s'agit pas d'un oubli ou d'une erreur mais bien d'une décision réfléchie.

Si effectivement, la traduction française littérale de « *middle class* » est bel et bien « classe

moyenne », il nous est impossible d'associer les deux dans ce mémoire. L'expression française « *classe moyenne* » conjure une image qui ne ressemble en rien à celle qui apparaît dans l'esprit d'un Britannique, Anglais surtout, quand il entend le groupe nominal « *middle class* ».

En français ou en anglais américain, « *classe moyenne* » ou « *middle class* » évoque une image de simplicité, d'homme normal, ordinaire. Un Français ou un Américain issu de la « *classe moyenne* » peut se targuer d'être un citoyen comme les autres. A l'inverse, un Britannique s'identifiant comme « *middle class* » ne dégage pas cette même impression de banalité, d'homme du peuple. Car la *middle class* britannique est une élite à part. Un groupe social qui s'est construit en parallèle et en réaction aux autres couches d'une société auxquelles il refusait de s'identifier.

La *middle class* contemporaine est l'héritière aussi bien de Cromwell et ses puritains que de la *landed gentry* et des *yeomen* des XVIII^e et XIX^e siècles, du règne victorien et de la révolution industrielle.

Elle se sous-divise classiquement en trois catégories : *upper middle class* (*middle class* haute) , *middle middle class* (*middle class* moyenne) et *lower middle class* (*middle class* basse).

L'*upper* se caractérise par des capitaux économique, social et culturel la rendant en tout point semblable à l'élite aristocratique, à l'exception du titre de noblesse. Elle fréquente les mêmes écoles que l'élite (Eton et Harrows en tête), poursuit son éducation à Oxford ou Cambridge aux côtés de l'élite et entretient des rapports sociaux soutenus avec elle. Les professions de ses membres vont de la finance à la médecine, en passant par les arts et les carrières académiques.

La *middle* fréquente des écoles privées mais prestigieuses que l'*upper* mais parvient souvent à intégrer Oxbridge pour son enseignement universitaire. En cas contraire, elle étudie dans des universités « secondaires » mais bien *classées* : Durham, Manchester, Leeds... Les représentants de la *middle middle class* se retrouvent souvent parmi les professions libérales, la fonction publique, les cadres supérieurs, les commerçants et les journalistes.

La *lower middle class*, si elle ne peut payer les coûts souvent exorbitants d'une éducation privée, fréquente les meilleures écoles publiques du pays. Son parcours universitaire se déroule dans des universités périphériques, anciennes *polytechnics* (lycée professionnels et IUT). Ses occupations professionnelles s'ancrent fermement dans le privé : employés de bureau, cadres

moyens, managers, etc.

Aussi disparates leurs modes de vie soient-ils, tous font partie de la *middle class*. Les premiers ministres David Cameron, Clement Attlee, Tony Blair et Margaret Thatcher, la duchesse de Cambridge Catherine Middleton, les romanciers Jane Austen (et tous ses personnages), Charles Dickens, Conan Doyle et PG Wodehouse, les scientifiques Isaac Newton et Stephen Hawking, les 5/6è des Monty Python (à l'exception de Terry Gilliam, citoyen américain)... Autant d'exemples de la diversité intrinsèque de la *middle class*.

La *middle class* ne se milite donc pas aux haute et petite bourgeoisie, même si elle les englobe. Elle existe bien au-delà des conditions de vie de ses membres et réside essentiellement dans leurs aspirations. Dans leur sens subjectif de *self-entitlement* (ou auto-autorisation). La *middle class* se « sent » autorisée à poursuivre une éducation supérieure et à fréquenter de bonnes écoles, elle se « sent » autorisée à gouverner le pays, elle se « sent » autorisée à se poser en détentrice du système de valeurs britannique.

Une idéologie identitaire prégnante

Bourdieu nous informe qu'« à chaque position correspondent des présupposés, une doxa »⁸⁰. Tout groupe social est donc doté d'un « accord nécessaire sur les domaines où la divergence est tenue pour illégitime, contraire à la raison »⁸¹, un sens commun donc, qui lui est propre et qui constitue la base de sa perception des réalités sociales et naturelles.

La doxa ne se justifie pas : elle est tenue pour vraie à un niveau pré-conscient. Elle constitue un système de valeurs qui ne supporte pas l'analyse plus qu'elle ne l'invite. Elle se pose en vérité générale, absolue et infaillible.

C'est au travers de la grille de lecture qu'elle fournit à ses porteurs qu'ils interprètent et

80 BOURDIEU P, *La Distinction*, Ed de Minuit, 1979

81 NEVEU E., *L'Idéologie dans le roman d'espionnage*, Presse de Science Po, Paris, 1985

comprennent le monde dans lequel ils évoluent, qu'ils formulent des jugements normatifs et déterminent la « bonne » marche à suivre.

La doxa *middle class* se caractérise par son attachement à trois valeurs essentielles : l'individualisme, la suprématie de la compétence et la respectabilité.

La ferme croyance de la *middle class* dans l'individualisme et ses appendices, la libre entreprise et la responsabilité individuelle (self-reliance), imprègne tous les aspects de la vie de ses membres. La sociologie de la religion révèle, sans surprise, qu'au cours de l'histoire la *middle class* a adhéré massivement au non-conformisme protestant (méthodisme, presbytérianisme, calvinisme et anabaptisme) et au puritanisme, formes religieuses plus centrées sur l'individu et les qualités personnelles des croyants que celles promues par les Églises catholique et anglicane.

Ce sens accru de l'autonomie et de l'indépendance, de la méfiance envers le groupe, se retrouve également dans les rapports complexes qu'entretient la *middle class* avec l'État et les différentes sous-couches de la société. L'État, en ce qu'il constitue l'expression d'une volonté collective, est regardé avec suspicion et méfiance par la *middle class* qui préfère largement qu'aucune entité allogène (ou perçue comme telle) ne cherche à lui imposer des règles et normes de comportements étrangères.

Pour la même raison, la *middle class* s'oppose fréquemment à la notion d'aide social financée par les caisses de l'État, la responsabilité incombant à son sens aux individus de trouver les moyens nécessaires à leur subsistance.

Ce ne sont cependant pas les concepts mêmes de charité et de partage de la richesse que le *middle class* rejettent : les pays où l'héritage *middle class* / puritain est le plus fort (États-Unis et Royaume-Uni en tête) sont également ceux où la pratique du bénévolat et de la philanthropie est la plus répandue. Cet apparent paradoxe tient à ce que l'engagement charitable relève de la responsabilité personnelle et non pas de l'imposition par un gouvernement quel qu'il soit. L'aide aux plus démunis est donc pensée, par la *middle class*, comme devant dépendre entièrement du volontariat et non de l'obligation.

La charité même est conçue comme un acte purement individuel ne devant s'inscrire dans

aucun ordre social.

La suprématie de la compétence dans la doxa *middle class* est le produit de la construction historique de celle-ci. Conçue en opposition tant à l'aristocratie qu'aux *classes* « inférieures », la *middle class* a fait siennes toutes les caractéristiques laissées de côté par ses homologues.

La noblesse, dont le statut social est assuré par vertu de naissance, n'a que très rarement ressenti le besoin de justifier sa position privilégiée par un ensemble de savoir-faire et de connaissances précis, particulièrement dans le domaine académique. A l'inverse, les *classes* ouvrières et inférieures se sont longtemps vues exclues du monde scolaire, ne pouvant s'offrir les services d'un tuteur ou se permettre de retirer leurs enfants du marché du travail.

L'éducation et, avec elle, les savoirs théoriques, pratiques et professionnelles sont donc devenues l'apanage de la *middle class* qui les a érigées en valeur fondamentale.

La méritocratie (ou technocratie) est par conséquent son système de gouvernance de prédilection. Dans cette optique, le pouvoir se mérite et ne peut être accordé à « n'importe qui », pour raison de naissance ou de simple séduction électorale.

Par conséquent, la *middle class* est généralement critique du mandat démocratique qu'elle perçoit comme résultant moins de la qualification de ses représentants que de leur capacité à séduire un électorat.

La mise en exergue de la respectabilité, enfin, permet à la *middle class* de se distinguer d'une *classe* ouvrière dont elle partage parfois les mode de vie. Les notions de décence, d'à propos, de bienséance sont au cœur des jugements normatifs que la *middle class* passent sur les membres des autres couches sociales⁸².

Ce sens aigu de la retenue, ce conservatisme moral (bien plus que religieux), ce souci de la tempérance font des membres de la *middle class* les champions de la *delayed gratification* (gratification différée) et de la sobriété. Encore un fois, c'est par contraste que s'est forgée cette valeur. Loin des excès de l'aristocratie et des passions de la « foule », la *middle class* s'érige en

82 McKIBBIN R, *classes and Culture : England, 1918-1951*, Oxford, Clarendon, 1998

parangon de vertu. L'ère victorienne, début du règne triomphant de la *middle class* sur le reste de la société britannique, est l'exemple parfait ces velléités moralisatrices.

La doxa *middle class* ne se distingue pas par sa subtilité : elle affirme la justesse de son système de valeurs qui s'exprime dans toutes ses activités, au travers de toutes ses entreprises. Elle promeut l'émergence et la supériorité d'individus forts et indépendants, ne reposant sur rien ni personne d'autre qu'eux-mêmes et leurs talents personnels; des individualités autonomes en plein contrôle de leurs facultés et de leurs humeurs, gravissant un à un les échelons de la société pour en atteindre le sommet à la force seule de leur volonté et de leurs qualifications.

La logique de la communication persuasive

L'acceptabilité du message

Au vu des observations précédentes, il est facile de comprendre pourquoi *Yes Minister* et *The Thick of It* trouvent un écho si favorable parmi les membres de la *middle class*.

En effet, nous l'avons vu plus haut, « tout l'échafaudage de la persuasion [et, avant elle, de la séduction] repose sur la mobilisation et la consolidation implicite d'un sens commun, d'une doxa elle-même largement cachée »⁸³. Il s'agit pour l'émetteur du message de ne pas brusquer les sensibilités de son auditoire, de réaffirmer ses croyances les plus profondes, de lui éviter la douleur de la dissonance cognitive. Il lui faut partager les mythologies de son public pour ensuite leur ajouter de nouvelles notions, de nouveaux idéologèmes.

C'est ce que font les deux séries ici étudiées.

83 NEVEU E., *L'Idéologie dans le roman d'espionnage*, Presse de Science Po, Paris, 1985, p, 294

Elles reprennent à leur compte non seulement les valeurs chères à la *middle class* mais également son sens de la hiérarchie.

	Doxa <i>middle class</i>	Idéologie de <i>Yes Minister</i> et <i>The Thick of It</i>
Bien	<ul style="list-style-type: none"> - Individu - Compétence - Modération / discrétion 	<ul style="list-style-type: none"> - Individu - Expertise / méritocratie - Passé - Transparence - Policy (politiques publiques)
Mal	<ul style="list-style-type: none"> - Groupe / foule - Pouvoir/statut hérité - Excès 	<ul style="list-style-type: none"> - Groupe - Pouvoir acquis par l'élection démocratique - Présent - Secret - Politics (politique politicienne / spectacle)

Le message communiqué par *Yes Minister* et *The Thick of It* est audible par la *middle class* parce qu'il reprend nombre de ses tenants mythologiques. Il scinde la réalité sociale et politique entre « bien » et « mal » selon la même ligne de fracture que celle imaginée par son public. Il ne contredit pas la doxa; il l'enrichit, la nourrit de nouvelles valeurs compatibles avec les précédentes. La communication prend alors des airs de greffe.

Les auteurs parlent, symboliquement, le même langage que l'auditoire; ils se retrouvent autour d'un système de référence commun, se rassurent mutuellement de la justesse de leur présupposés.

La *middle class* choisit donc de s'exposer à un message qui lui correspond, qui semble avoir été pensé pour elle. Il n'est pas accidentel que tous les scénaristes de *Yes Minister* et *The Thick of It* soient eux-mêmes issus de ce groupe social. Ils s'adressent à leurs pairs dont ils partagent le réseau de croyances.

Si séduction et persuasion il y a, elles prennent en partie racine dans cet effet de connivence, d'entre-soi. L'expérience télévisuelle devient alors une forme de messe au cours de laquelle les croyants se rassemblent pour entendre un prêche dans lequel ils ont, *a priori*, une foi absolue.

Cette concordance assure donc une double fonction :

- elle permet aux œuvres de fiction d'ajouter à la doxa préexistante, de l'enrichir de nouvelles notions similaires;
- elle rassure les membres du groupe social et les assoit dans leurs certitudes.

Cependant, du fait de leur thème central (la politique), il est possible de postuler que *The Thick of It* et *Yes Minister* fournissent un autre « service » à leur auditoire. En plus de valider et d'étoffer ses croyances, ces séries peuvent également répondre, en partie, à la soif d'information, de compréhension de leur public.

La sphère politique est caractérisée, de manière volontaire ou non, par son opacité. Il n'est ici pas nécessaire de mentionner toutes les études et analyses menées dans le but de mesurer le degré de familiarité des citoyens avec leurs institutions qui ont révélé l'étendue des incertitudes populaires relatives tant aux fonctions des différentes branches de gouvernement qu'à leurs prérogatives et leurs zones d'influence.

Cette persistance du doute est d'autant plus douloureuse que les corps gouvernementaux et administratifs sont censés agir au nom et avec l'aval du peuple. Si ce dernier ignore tout ou presque des pratiques de ces représentants, le chiasme entre réalité et théorie démocratiques n'en est que plus béant.

Il est donc pensable que les membres de la *middle class* utilisent *The Thick of It* et *Yes Minister* non seulement pour s'assurer de la justesse de leurs présupposés mais aussi (et peut-être) surtout pour acquérir de nouvelles connaissances, de nouvelles données qui leur permettraient de réduire la part de l'ombre dans leur appréciation du monde politique.

Redondance et consonance

Supposer un pareil usage de la « paraculture » n'est pas anathème. Les écoles des « culturel

studies » et des « uses and gratifications » ont établi qu'en terme de recueil d'information, toutes les branches du public mobilisent une multitude de sources, des plus « légitimes » ou plus « discréditées ».

Cependant, il est indispensable de souligner que si tous les médias et toutes les formes d'expression ont théoriquement le potentiel d'être employés comme source d'information, elles doivent avant tout remplir certaines conditions, les plus importantes d'entre toutes étant celle de la vraisemblance et la crédibilité. Les données délivrées doivent « sonner vrai », paraître plausibles, dignes de confiance. Ce n'est qu'une fois cette barrière franchie que les voies de la communication persuasive (en ce qu'elle ajoute à la somme totale des connaissances de ses récepteurs et par là même aune influence, aussi indirecte et réduite soit-elle, sur ses attitudes et comportements).

Or, dans ce domaine, *Yes Minister* et *The Thick of It* bénéficie d'une crédibilité double.

D'une part, nous l'avons mentionné précédemment, les créateurs des deux séries ne se cachent pas d'avoir cherché à donner à leurs œuvres un cachet de réalisme notable. Il s'agit pour eux de revendiquer la pertinence de leurs travaux de fiction en l'ancrant résolument dans le « réel ». Tant dans le fond que dans la forme, ils puisent leur inspiration dans ce que l'on peut croire être la vérité quotidienne de Whitehall et Westminster : les institutions mentionnées sont réelles, les événements font souvent écho à des histoires vraies (le changement de gouvernement entre les saisons 3 et 4 de *The Thick of It* est, par exemple, le reflet exact de la passation de pouvoir entre une majorité travailliste et une coalition conservatrice-libérale démocrate intervenue en 2010), les modes d'expression des personnages ne sont pas sans rappeler les marques de fabriques de leurs homologues non-fictifs, etc.

De plus, les auteurs peuvent faire jouer leur statut pour donner à leurs séries le sceau de la véracité : les créateurs de *Yes Minister* ont tous deux œuvré à la BBC en tant que journalistes et certains des co-scénaristes d'Armando Iannucci ont officié au Parlement, dans des capacités diverses (y compris d'assistants parlementaires).

Ils peuvent donc se targuer de connaître parfaitement les rouages réels des institutions qu'ils satirisent et conférer à leurs fictions une dimension qui dépasse la pure parodie innocente.

En plus de cette autorité que leur donne aussi bien leur style que leurs créateurs, *Yes Minister* et *The Thick of It* ont aussi en leur faveur les similitudes entre leur écriture et celle des programmes d'information dits de *soft news*.

Ces émissions, à ambition journalistique, sont caractérisées par une approche et une présentation de l'information qui les distinguent des programmes dits des *hard news*.

Si ces derniers privilégient le sérieux et les critères « déontologiques » de la *newsworthiness*, le traitement de l'information par leurs cousins « soft » est ainsi décrite par Patterson⁸⁴ :

- hyper-personnalisation : les mesures, décisions et conflits sont présentés comme les actions d'individus isolés et non pas comme les produits de processus collectifs;
- *human interest* : sont abordés principalement les sujets qui touchent à l'intime, au personnel, au détriment de questions de politique institutionnelle *classiques*;
- sensationnalisme : l'attention est tout particulièrement portée sur les crises, les affrontements, les scandales et les catastrophes;
- indifférence à l'urgence : les sujets traités en priorité et avec le plus de moyens ne sont pas nécessairement ceux qui ont le potentiel d'affecter le plus de gens ou d'avoir les conséquences les plus graves (contrairement à ce que postulent les critères idéels de *newsworthiness*).

Ce nouveau type de programme d'information rencontre l'approbation du public qui, dans son ensemble, les plébiscite. C'est par leur biais qu'une part importante de la population accède aux nouvelles, y compris politiques, et c'est au travers de la grille de lecture qu'ils fournissent que la réalité est perçue.

Or *The Thick of It* et *Yes Minister* emploient les mêmes stratégies discursives et thématiques que ces émissions. Les deux séries elles aussi :

84 PATTERSON T. "Doing Well and Doing Good." Research Report. Cambridge, MA: Joan Shorenstein Center on the Press, Politics and Public Policy? 2000 Harvard University

- mettent de côté les appartenances sociales et partisans pour privilégier une perception des hommes et femmes politiques en tant qu'individus, que personnes privées. La caméra les suit partout, y compris et surtout là où le public n'a d'ordinaire pas accès (les bureaux, les couloirs, les voitures officielles, etc.). Les séries suivent les personnages dans leur intimité, rendent publiques des interactions et des réactions censées rester intimes:
- mettent l'accent sur la dimension purement conflictuelle du monde politique en soulignant toujours plus les oppositions et animosités entre les différents personnages;
- mettent l'exergue sur la quotidienneté de l'exercice du pouvoir. Aucune attention n'est portée aux débats parlementaires ou aux discussions relatives aux politiques publiques. Elles n'existent presque pas dans l'univers mis en scène par *The Thick of It* et *Yes Minister*. Les problèmes sociaux sont évacués au profit d'une observation minutieuses des détails de l'exercice politique.

En enfilant ainsi les habits de la *soft news*, les séries étudiées donnent un poids supplémentaire à leurs thèses et idéologies. Elles se placent implicitement du côté de l'information journalistique et brouillent la frontière entre cette dernière et la fiction.

Cette prise de parti ajoute une couche supplémentaire de véracité aux événements dépeints; elle leur confère une valeur testimoniale, documentaire qu'ils ne méritent peut-être pas mais qui paraît malgré tout vraisemblable.

C'est donc en toute confiance que le public *middle class* de *The Thick of It* et *Yes Minister* peut mobiliser ces séries pour réduire ses incertitudes et combler ses lacunes relatives à l'organisation politique et à la pratique gouvernementale britannique.

Ces œuvres de fiction parlent son langage, emploient des systèmes de référence qui lui sont éminemment familiers et sont pour ainsi dire enveloppés d'apparats en tout point semblables à ceux d'un type émergent mais hautement populaire de programmes d'information.

Il n'y a donc, en l'état, aucune raison pour l'auditoire de douter de la pertinence des messages véhiculés par ces séries satiriques.

Conclusion

Pourquoi *The Thick of It* et *Yes Minister* attirent-elles de manière aussi notable un public *middle class* ? Parce qu'elles répondent aux attentes de cette frange de la population.

Attente de divertissement d'abord. Ces séries sont humoristiques et offrent à leur public une échappatoire, un moment de détente.

Attente de validation ensuite. En réaffirmant la justesse et la pertinence de la doxa *middle class*, elles fournissent à leur auditoire la preuve de sa valeur.

Attente d'information enfin. Elles procurent à leur audience des clés de lecture, des explications censées lui permettre de mieux appréhender le monde politique et ses rouages.

Il ne s'agit pas pour nous d'invalider l'analyse de Sam Friedman, citée en introduction mais de la compléter. S'il est en effet fort probable que les membres de la *middle class* mettent en scène et en mots leurs préférences culturelles afin de donner une image d'eux qu'ils jugent flatteuses, en partie parce qu'aussi éloignée que possible des représentations populaires, il est néanmoins indispensable de percevoir que, derrière ces mécanismes d'affichage de soi, s'expriment de véritables préférences, des sensibilités sincères, produits d'un habitus, qui facilitent ou non l'attachement à un type de productions culturelles.

Il est donc indispensable de penser ces prédilections en terme d'interactions. D'échanges permanents entre les spectateurs et les auteurs d'une part; et entre le public et le matériau d'autre part.

De plus, il semble bon de réévaluer le rôle joué par les œuvres de fiction dans la construction des identités sociales et dans la formulation des opinions politiques, surtout quand lesdites œuvres paraissent chercher à être reconnues comme sources d'information politiques à part entière.

Bibliographie

Séries

Yes Minister

Saison 1

- 1 "Open Government"
- 2 "The Official Visit"
- 3 "The Economy Drive"
- 4 "Big Brother"
- 5 "The Writing on the Wall"
- 6 "The Right to Know"
- 7 "Jobs for the Boys"

Saison 2

- 1 "The Compassionate Society"
- 2 "Doing the Honours"
- 3 "The Death List"
- 4 "The Greasy Pole"
- 5 "The Devil You Know"
- 6 "The Quality of Life"
- 7 "A Question of Loyalty"

Saison 3

- 1 "Equal Opportunities"
- 2 "The Challenge"
- 3 "The Skeleton in the Cupboard"
- 4 "The Moral Dimension"
- 5 "The Bed of Nails"
- 6 "The Whisky Priest"
- 7 "The *middle-class* Rip-Off"

Episode de Noël

"Party Games"

Yes, Prime Minister

Saison 1

- 1 "The Grand Design"
- 2 "The Ministerial Broadcast"
- 3 "The Smoke Screen"
- 4 "The Key"
- 5 "A Real Partnership"
- 6 "A Victory for Democracy"
- 7 "The Bishop's Gambit"

8 "One of Us"

Saison 2

1 "Man Overboard"

2 "Official Secrets"

3 "A Diplomatic Incident"

4 "A Conflict of Interest"

5 "Power to the People"

6 "The Patron of the Arts"

7 "The National Education Service"

8 "The Tangled Web"

The Thick of It

Saison 1

Series 1 Episode 1

Series 1 Episode 2

Series 1 Episode 3

Saison 2

Series 2 Episode 1

Series 2 Episode 2

Series 2 Episode 3

Épisodes spéciaux

"The Rise of the Nutters"

"Spinners and Losers"

Saison 3

Series 3 Episode 1
Series 3 Episode 2
Series 3 Episode 3
Series 3 Episode 4
Series 3 Episode 5
Series 3 Episode 6
Series 3 Episode 7
Series 3 Episode 8

Saison 4

Series 4 Episode 1
Series 4 Episode 2
Series 4 Episode 3
Series 4 Episode 4
Series 4 Episode 5
Series 4 Episode 6
Series 4 Episode 7

Manuels et ouvrages généraux

BARDIN L., *L'Analyse de contenu*, PUF, Paris, 2007 (1ère édition 1977)

BARTHES R., *Mythologies*, Le Seuil, Paris, 1970

BOURDIEU P., *La Distinction*, Ed de Minuit, 1979

GERSTLE J., *La Communication Politique*, Armand Colin, Paris, 2004

MORGAN K.O. (dir.), *The Oxford History of Britain*, Oxford University Press, Oxford, 2010
(rev.)

PARENT-ALTIER D., *Approche du scénario*, Nathan, Paris, 1997

Ouvrages spécialisés

ANDERSON B. R. O'G., *Imagined communities : reflections on the origins and spread of nationalism*, London, Verso, 1983

BUXTON D., *De Bonanza à Miami Vice : formes et idéologies dans les séries télévisées*, Espace européen, La Garenne-Colombe, 1986

CANNADINE D., *class in Britain*, Yale University Press, Newhaven, 1998

COLONNA V., *L'Art des séries télé*, Payot, Paris, 2010

DICKASON R., *La société britannique à travers ses fictions télévisuelles: le cas des soap operas et des sitcoms*, Ellipses, Paris, 2005

ESQUENAZI J.-P., *Les séries télévisées ? L'avenir du cinéma*, Armand Colin, Paris, 2010

FARNSWORTH S.J., LICHTER R.S., *The Mediated Presidency. Television news and presidential governance*, Lanham, Rowman and Littlefield Publishers, 2006

FOURNIER G. *Les fictions-documentaires de l'information à la télévision britannique (1965-2005)*, sous la direction de René Dickason (Caen 2009)

GAMSON W., *Talking politics*, Cambridge, Cambridge University Press, 1992

GERBNER G., GROSS L., MORGAN M., SIGNORIELLI N., & SHANAHAN J., *Media effects: Advances in theory and research*, Mahwah, Lawrence Erlbaum Associates, Inc., 2002

GREIMAS A.J., *Sémantique structurale : recherche et méthode*, Larousse, 1966

HOGGART R., *La Culture du pauvre*, ed. de Minuit, Paris, 1970

IANUCCI A., *The Audacity of Hype : Bewilderment, Sleaze and Other tales of the 21st Century*, Londres, Little Brown, 2009

IYENGAR S., KINDER D., *News that matter*, Chicago, Chicago University Press, 1986

IYENGAR S., *Is anyone responsible ? How TV frames political issues*, Chicago, Chicago University Press, 1991

JOST F., *De quoi les séries américaines sont-elles le symptôme ?*, CNRS Éditions, Paris, 2011

KAID L.L., GERSTLE J., SANDERS KR, eds, *Mediated Politics in Two Cultures – Presidential Campaigning in the United States and France*, NY, Praeger, 1991

KENDALL P.L., LAZARFELD P., *Radio listening in America. The people look at radio – again*. Report on a survey conducted by the National Opinion Research Center of the University of Chicago, New York: Prentice-Hall 1948

LASSWELLH. *Propaganda Technique in the World War*, 1927

LAZARFELD P., KATZ E., *Personal influence, The part played by people in the flow of mass communications*. A report of the Bureau of Applied Social Research, Columbia University. Glencoe, Ill.: The Free Press 1955

MARWICK A., *British Society since 1945*, Harmondsworth, Penguin, 1996

McKIBBIN R., *classes and Culture : England, 1918-1951*, Oxford, Clarendon, 1998

McKIBBIN R., *The Ideologies of class : Social Relations in Britain, 1880-1950*, Oxford, 1990

MORLEY D., *Television, Audiences and Cultural studies*, Londres, Routledge, 1992

NEVEU E., *L'Idéologie dans le roman d'espionnage*, Presse de Science Po, Paris, 1985

PARKIN F., *class, Inequality and Political Order*, Paladin, Londres, 1972

ROSENGREN K.E., *Media Effects and Beyond : Culture, Socialization and Lifestyles*, Routledge, 1994

Articles divers

BAUM M., JAMISON A.S., « The Oprah Effect : How Soft News helps inattentive citizens vote consistently », *The Journal of Politics* Vol. 68, No. 4 (Nov., 2006), pp. 946-959

BAUM M., « Sex, Lies, and War: How Soft News Brings Foreign Policy to the Inattentive Public », *The American Political Science Review*, Vol. 96, No. 1 (Mar., 2002), pp. 91-109

CASES I., « Les coulisses du pouvoir dans 'In the Loop' d'Armando Iannucci », *Revue Française de Civilisation Britannique*, Vol. 17-1, 2012

FRIEDMAN S., « The Cultural Currency of a 'Good' Sense of Humour: British Comedy and New Forms of Distinction », *British Journal of Sociology*, 62 (2)

HOVLAND C, WEISS W.. « Transmission of information concerning concepts through positive and negative instances ». *Journal of Experimental Psychology*, 45, p.175-82

IYENGAR S., « Framing Responsibility for Political Issues: The Case of Poverty », *Political Behavior*, Vol. 12, No. 1, Cognition and Political Action. (Mar., 1990), pp. 19-40.

JACK I., « The Model of the Modern *middle* Englander », *Independent on Sunday*, 1997 (27 avril)

LEWIN K., Frontiers in group dynamics, II: Channels of group life; social planning and action research. *Human Relations*, 1, 143–153

MCCOMBS M.E., SHAW D.L., « The Agenda-setting Function of Mass Media », *Public Opinion Quarterly*, vol.36, 1972

PATTERSON T. “Doing Well and Doing Good.” Research Report. Cambridge, MA: Joan Shorenstein Center on the Press, Politics and Public Policy, 2000 Harvard University

PRIOR M... “Any Good News in Soft News?” *Political Communication* #20 Avril/Juin 2003, pp. 149–72.

SAVAGE M., « The *middle classes* in Modern Britain », *Sociology Review*, vol 5 n°2, 1995,