

## Congrès AFSP Paris 2013

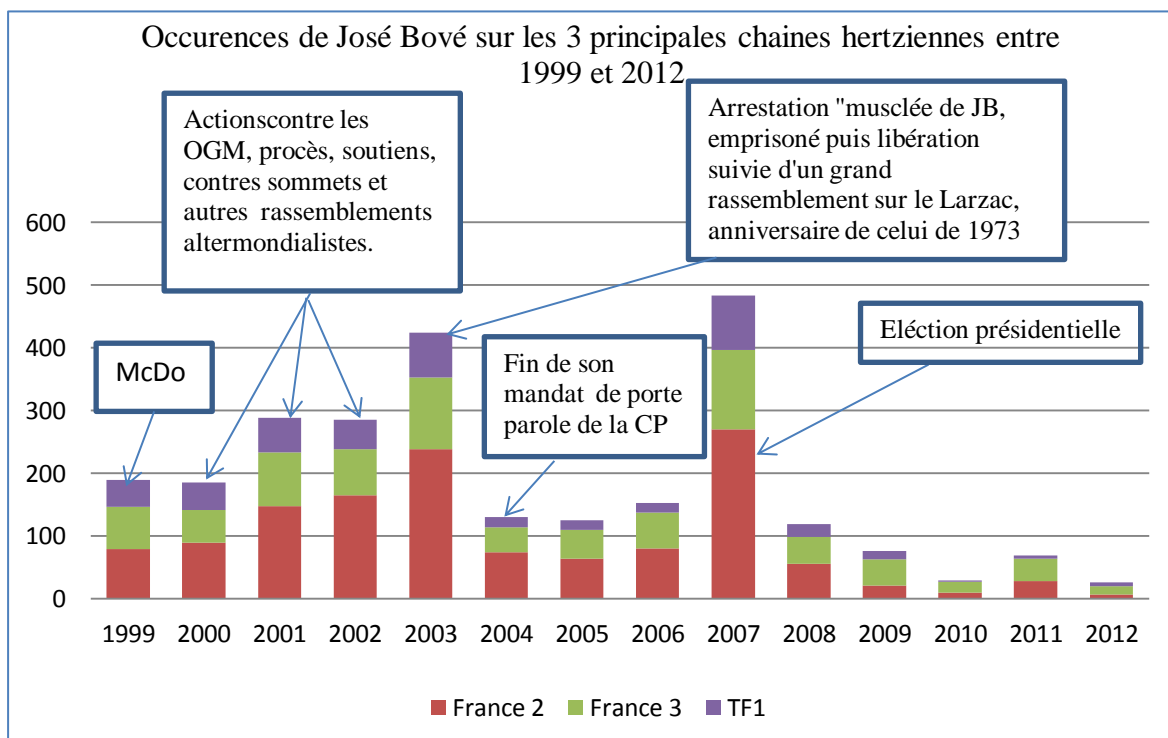
**ST38 : Le travail politique orienté vers les médias** BOURAD Aïcha, LaSSP ; IEP Toulouse, aichabourad@gmail.com

### Les incertitudes du capital médiatique

**Le rôle des médias dans la construction du charisme prophétique de José Bové**

*« Tu vois il aurait jamais fallu dire « si demain je suis élu » Non je sais que je ne serai pas élu donc ne me demandez pas ce que je ferai si je suis élu mais par contre sur tel sujet pam pim pampam. C'est comme ça qu'il fallait faire et je n'ai pas fait ça. Dommage »<sup>1</sup>*

Dès 2000, un jeu en ligne<sup>2</sup> propose d'« Incarne José Bové dans une lutte sans merci pour le bien être du monde ». Dans cette parodie du film StarWars un groupe de rebelles a décidé de réagir contre « l'empire du fric qui s'étend ». Pour cela ils possèdent « une arme : la médiatisation et un homme : José Bové ». Toutes les épreuves sont évaluées par un score médiatique qu'il s'agisse de démonter (casser) un McDonald's, de faucher du maïs OGM et des vaches folles, de jeter des roqueforts sur des CRS ou de faire photographier ses menottes par la presse. En quelques mois le leader aveyronnais de la Confédération paysanne est devenu une icône. Comment comprendre cette médiatisation et en quoi a-t-elle participé à rendre possible sa candidature à la présidentielle quelques années plus tard ?



La courbe des apparitions télévisuelles de José Bové montre classiquement une médiatisation liée à une échéance électorale (2007) et une forte déflation des apparitions à la fin de son mandat de porte parole de la Confédération Paysanne en 2004. Mais sa

<sup>1</sup> Entretien avec José Bové le 17 février 2012 chez lui à Montredon.

<sup>2</sup> <http://www.la-vache-folle.com/>

médiatisation en amont est, elle, plus intrigante.

Depuis le *démontage* du McDonald's de Millau en août 1999<sup>3</sup> en passant par les multiples péripéties judiciaires de son engagement anti OGM, José Bové fait partie des personnalités « politiques » très présentes médiatiquement. Entre 1999 et 2012, il apparaît dans 438 notices<sup>4</sup> pour TF1, 1329 pour France 2 et 814 pour France 3. Comme élément de repère<sup>5</sup>, Olivier Besancenot, pourtant lui aussi considéré comme très médiatique apparaît pratiquement deux fois moins<sup>6</sup>. Sa présence médiatique importante entre 1999 et 2003 surprend d'autant plus qu'il n'occupe qu'une position institutionnelle assez marginale de porte-parole de la Confédération Paysanne, syndicat agricole minoritaire quand l'espace politique télévisuel est classiquement réservé non à des hommes mais aux positions politiques qu'ils occupent au sommet de la hiérarchie du champ politique central. (Darras 1995). Pourtant en 2007, le candidat José Bové bénéficie d'une couverture médiatique comparable à celle des candidates des Verts et du PCF bien qu'il soit le seul candidat ni mandaté, ni investi ni-même soutenu par une quelconque institution partisane dans cette campagne présidentielle. En effet, à la suite de la victorieuse campagne collective à l'extrême gauche (PCF, LCR, les Alter Ekolo, « Pour une République sociale », Attac etc...) pour le Non au référendum sur le traité constitutionnel européen en 2005 des collectifs locaux se fédèrent dans l'optique de candidatures communes à la présidentielle comme aux législatives qui suivent. C'est dans ce contexte que José Bové, après un premier retrait à la fin de l'année 2006, se présente en janvier 2007 à la présidentielle.

Pour comprendre ce statut d'exception, nous nous intéresserons aux modalités d'accumulation d'un « capital médiatique » en tant que capital symbolique légitime ainsi qu'aux « taux de changes » de ce capital entre les champs politique et médiatique : « le capital médiatique est une forme de capital spécifique, qui permet avec une efficacité variable (selon les périodes) d'accéder au champ journalistique. Il concentre différentes espèces particulières de capital (politique, scientifique, culturel, social, etc.) reconverties dans la logique du champ journalistique » (Marchetti 1997) Parmi les justifications de sa candidature, il y a notamment le fait qu'il soit perçu comme « *le plus indépendant et le plus médiatique* »<sup>7</sup>.

La candidature de José Bové est ainsi envisagée sous l'angle du charisme prophétique. Selon Max Weber (Weber 1995), le charisme prophétique s'applique à des personnes dont l'autorité doit être sans cesse conquise par des qualités personnelles contrairement au charisme du prêtre qui est un charisme d'institution. Mais le charisme est ici considéré à la fois dans sa dimension enchantée wébérienne mais aussi et surtout dans sa dimension stratégique au sens d'une « recherche, au profit d'un individu donné, [...] de l'attestation

---

<sup>3</sup> Avant 1999, José Bové apparaît très peu à la télévision, 6 fois sur les chaînes nationales (entre 78 et 98) et 24 fois sur les chaînes régionales. Il s'agit essentiellement de reportages sur « le Larzac 20 ans après » ou, sur les chaînes régionales, de sujets sur les premières actions de la Confédération Paysanne Sud Aveyron sur les OGM et le veau aux hormones. Les archives de l'INA ne sont systématiquement compilées que depuis la mise en place du dépôt légal en 1995, pour les archives antérieures il s'agit d'une recherche dans le logiciel Totem qui ne retient que les images diffusées par les chaînes publiques.

<sup>4</sup> Les notices de l'INA sont des descriptions rapides des séquences vidéo réalisées par les archivistes de l'INA et compilées dans le moteur de recherche, elles indiquent notamment le titre, la date, la durée, les producteurs, le générique, l'audience.

<sup>5</sup> Il ne s'agit bien sûr que d'un indicateur car nous comptabilisons ici des fréquences d'apparitions, non des durées, pas même des contenus, moins encore leurs réceptions, ce qui est discutable (DARRAS in COHEN LACROIX RIUTORT 2009.).

<sup>6</sup> 241 notices de TF1, 697 de France 2 et 468 de France 3 mais Olivier Besancenot n'est réellement présent sur la scène médiatique qu'à partir de 2001-2002. Or entre 2002 et 2010 l'écart entre les deux est beaucoup plus réduit ; cependant ce calcul-ci laisse aussi à désirer puisqu'il ampute le « score » de Bové des trois premières années qui sont essentielles quand on connaît le poids de la nouveauté dans l'espace médiatique.

<sup>7</sup> Extrait du texte du premier appel au retour de José Bové publié aussi par Yannis Youlountas le 27 novembre 2006, notamment sur [alternativedunitaire.org](http://alternativedunitaire.org).

sociale de son aptitude personnelle à offrir une issue, un débouché, une « solution », à la crise dans laquelle il intervient » (Dobry 1992)

Il convient de retracer son inscription dans une configuration spécifique des rapports entre le champ politique et le champ journalistique. Les années 1990 sont marquées par ce que certains qualifient de « crise de la représentation » ou « crise de la démocratie représentative ». Cette expression dont Bernard Lacroix (Lacroix 1994) a montré les biais et les limites ne relève pas tant de l'outil d'analyse que du discours d'une représentation politico-médiatique, d'une indication sur les croyances d'un état des rapports entre champ politique et champ journalistique. Il s'agit donc comme le propose Erik Neveu (E. Neveu 1992), de « prendre sociologiquement au sérieux ce discours des gens de médias » sur la crise de la représentation.

Après être revenu sur la composition du capital médiatique de José Bové nous analysons dans un premier temps la construction médiatique de ce leadership en nous interrogeant sur le rôle des médias et particulièrement la façon dont les contraintes du travail journalistique ont pu participer à cette construction dans un contexte de « crise de la représentation ». Dans un second temps nous réfléchissons à l'efficacité relative de cette accumulation de ressources médiatiques au sein de l'univers militant et dans le champ politique central afin de montrer qu'elles peuvent et doivent aujourd'hui être considérées comme une composante du capital politique sans pour autant que cela transforme fondamentalement le fonctionnement du champ politique central.

### ***L'insuffisance de l'explication par la forme individuelle du capital médiatique***

Le capital médiatique, selon Aeron Davis (Davis 2010), se décline sous deux formes au sein du champ politique. La première est institutionnelle, elle correspond à la position de l'agent dans la hiérarchie du pouvoir dans le champ politique. Elle montre que le capital politique bénéficie d'un taux de change avantageux dans l'espace médiatique (Darras 1995). La seconde est moins évidente à étudier. Elle est plus individuelle et liée aux qualités personnelles des prétendants au porte-parolat. Dans cette dernière, Aeron Davis insiste sur l'importance de l'accumulation d'un capital social dans le milieu journalistique. Or José Bové s'est créé en effet un certain nombre de liens journalistiques très rapidement. Il se lie notamment d'amitié avec Denis Pingaud<sup>8</sup> qui réalise un portrait<sup>9</sup> de lui pour France 3 l'année même où il publie une biographie<sup>10</sup> de José Bové. Ce dernier indique lors de notre entretien une amitié ancienne avec Stéphane Rozès, sondeur médiatique (ancien responsable de l'entreprise de sondages CSA et aujourd'hui président de la société Conseil, Analyse, Perspective) qui lui « prédit » son échec électoral.

*« le premier février au matin j'ai un coup de téléphone de Stéphane Rozès, qui est un copain, que je connais depuis longtemps et qui me dit écoute on a sondé, on a regardé et en fait il me dit y a pas d'espace, le 1er au matin il me dit y a pas d'espace en gros l'espace ça va être entre 1% et 2% maximum (comme score possible à la présidentielle) »<sup>11</sup>*

José Bové ne bénéficie pas en réalité d'une maîtrise interne du milieu journalistique et moins encore d'un carnet d'adresse profitable de journalistes par ailleurs parisiens. Il se dit lié avec Karl Zéro qui participe à son spot officiel de campagne en 2007. Ce qui démontre plutôt sa faible maîtrise de l'univers journalistique : Karl Zéro est à ce moment-là en grande

<sup>8</sup> Denis PINGAUD a été successivement Directeur associé de BBDO Corporate de 2000 à 2002. Il a ensuite été Directeur Général adjoint de Mc Cann Paris de 2002 à 2004 et Directeur de la Stratégie et des Etudes chez EuroRSCG C&O de 2004 à 2008. Il est aujourd'hui Vice-Président exécutif de OpinionWay depuis mai 2008.

<sup>9</sup> Le 25/04/2001, Emission « Ce qui fait débat » où José Bové est invité avec Jean Marie Messier.

<sup>10</sup> PINGAUD Denis, *La longue marche de José Bové*, Paris, Seuil, coll L'épreuve des faits, 2002.

<sup>11</sup> Entretien avec José Bové, *Op. Cit.*

difficulté suite au traitement fait de l'affaire Allègre, il n'a plus ni émission ni journal papier sous sa responsabilité. Il est animateur et à ce titre honni par les journalistes (titulaires de la carte de presse) et les rédactions des chaînes télévisées qu'il prétend concurrencer. Cette « erreur de casting » médiatique importante, José Bové s'en est d'ailleurs rendu compte à *posteriori* :

*« Je demande à Karl Zéro parce que je me dis tiens ça va être en même temps décalé et c'était un mec avec qui j'étais assez copain, on avait fait des trucs, c'est un mec qui avait toujours été correct à Canal et tout ça. Et plutôt sympa, on avait fait plusieurs fois des choses. Et donc je lui ai demandé de faire ça. Et je ne me rends pas compte si tu veux au moment où je le demande, au niveau des médias, des journalistes, c'est complètement contre-productif, parce qu'ils le détestent. [...] On en a parlé après avec lui, j'ai complètement sous-évalué qu'à l'intérieur du milieu des journalistes il y avait cette situation-là. »*

Aeron Davis insiste ensuite sur l'ajustement aux contraintes pratiques du travail journalistique. José Bové fait en effet preuve d'une adaptation peu commune chez les syndicalistes agricoles. Ses interviews « courtes, claires et efficaces » sont appréciées par les professionnels. Pour ne citer qu'une illustration, dans un film réalisé par Damien Doignot (Doignot 2008), sur les liens entre José Bové et les médias, une journaliste de radio France interviewée sur les raisons pour lesquelles les journalistes ont si souvent recours à lui résume un sentiment partagé chez les journalistes :

*« Il est assez efficace en communication, il gère directement ses relations avec la presse, il donne son portable à tout le monde donc quand on l'appelle c'est lui qu'on a directement. Donc si on veut faire un interview, il sait très bien sur quel format on travaille par exemple en radio, il dit j'peux te faire 40 seconde...il fait des réactions sur 40 secondes qui est un format parfait pour une radio, il sait faire. ».*

Enfin, Aeron Davis relève la dimension de « performance médiatique » qui se mesure en fonction des audiences obtenues ou imaginées (King et Schudson 1997), (BAISNEE à paraître). Il apparaît, sans cotiser au mythe du « bon client » parfois bâti de toute pièce par les journalistes eux-mêmes, que les émissions qui reçoivent José Bové se situent dans une moyenne de score d'audimat plutôt haute<sup>12</sup>. Et, si les participations à des émissions de variétés de José Bové s'effondrent après 2002 c'est que l'intéressé les refuse en raison d'une polémique au sein de son syndicat et du mouvement altermondialiste à ce sujet.

Ces trois modalités d'accumulation d'un capital médiatique individuel sont donc la réfraction des trois dimensions de l'espace social selon Bourdieu, le social, le culturel et l'économique et sont plutôt cumulatives. Dans le cas de José Bové, elles ne semblent que partiellement rendre compte de la réussite médiatique dont il a bénéficié dès 1999 et ensuite. Pour comprendre ce succès, il faut aussi revenir sur la dimension institutionnelle de son capital médiatique.

### ***Un capital médiatique sous sa forme institutionnelle mais à l'état gazeux***

José Bové est très rapidement qualifié par les journalistes de « leader » de la Confédération Paysanne, ou « porte-parole », ou « fondateur » ou « dirigeant » dans les médias : à ce moment-là il n'exerce pourtant plus aucune responsabilité nationale au sein du syndicat. En effet, s'il est membre du Comité national de 1987 à 1996 et du secrétariat national de 1987 à 1990 il ne détient plus aucun mandat national en 1999. De leur côté les militants de la Confédération Paysanne « acceptent qu'il soit leur porte-parole de circonstances, parce qu'« *il était Secrétaire national à la création en 87* » – autrement dit,

---

<sup>12</sup> Les éléments d'informations disponibles à l'INA sont trop éparses et d'une interprétation difficile.

« on le connaît », « ce n'est pas un opportuniste » – et qu'« *il s'exprime bien en public* » ou qu'« *il parle simplement de problèmes complexes* ». » (Bruneau 2006) p79)

Il sera à nouveau élu au secrétariat national en 2000 afin de normaliser institutionnellement cet état de fait et des rapports de force, au sein de l'organisation syndicale dans laquelle l'international est un enjeu qui cristallise les positions.

En avril 2000, il est désigné comme l'un des trois porte-parole de la Confédération paysanne, chargé des questions internationales, lors du 12e Congrès national du syndicat agricole à Argentan. Mais il est systématiquement présenté dans les médias comme « le porte-parole » (et non un parmi trois autres). Il bénéficie donc d'un mandat pouvant justifier un capital médiatique sous sa forme institutionnelle mais d'autant plus faible que la Confédération Paysanne est un syndicat minoritaire. Cette explication reste donc là encore d'autant plus insuffisante que ce mandat succède la première médiatisation.

Il s'agit cependant peut-être moins d'une création de leadership par les médias que d'une validation médiatique d'un capital politique existant bien que José Bové ne puisse faire valoir de titre particulier. Car si ce rôle de porte-parole officieux du syndicat puis de la mouvance altermondialiste ne provoque pas de vives réactions c'est que José Bové jouit d'une reconnaissance accumulée au cours de son histoire militante qui rencontre à ce moment-là une configuration favorable.

#### A. Construction médiatique et médiatisation d'une construction

##### 1) *Un leader altermondialiste local.*

L'irruption médiatique de José Bové se déroule en deux temps. Tout d'abord en tant que syndicaliste, membre de la Confédération Paysanne aveyronnaise, il fait irruption dans les médias avec le démontage du McDonald's de Millau en août 1999. Puis à nouveau dès la fin du mois de novembre avec sa participation au premier grand rassemblement altermondialiste à Seattle (ou considéré comme tel : (É. Agrikoliansky et Sommier 2005) contre le « cycle du Millénaire » de l'OMC. Ces deux moments ici traités successivement sont en réalité quasi simultanés et le chevauchement des temporalités incident. Il faut comprendre qu'ils se télescopent dans l'espace médiatique permettant un effet de renforcement cumulatif.

Cet évènement inaugural du « démontage » du McDonald's se présente au départ comme une action locale pour laquelle seule une couverture médiatique régionale semblait de mise. Ce jour-là, peu de journalistes sont présents. Le soir même France 3 national diffuse un court sujet sur ce « démontage » du McDonald's. La dépêche AFP sera reprise et développée le lendemain par Jean-Paul Besset, le correspondant régional du journal *Le Monde*<sup>13</sup> et Catherine Coroller<sup>14</sup> qui s'en fait l'écho dans le sien dans la rubrique économie au sujet des répercussions des sanctions américaines. La nationalisation du phénomène s'amplifie après la décision judiciaire d'enfermer « préventivement » cinq syndicalistes participants à cette action, à la suite de la plainte déposée par le gérant. En effet quatre syndicalistes sont incarcérés et les réseaux militants sont mobilisés à Millau. Le cinquième, José Bové, encore inconnu, est absent de son domicile au moment de l'interpellation. Le 17 août la juge d'instruction en charge de l'affaire lance un mandat d'arrêt contre lui. Lorsqu'il se rend à la justice le 19 août 1999 il prend soin de se faire accompagner par quelques centaines de manifestants et de journalistes préalablement contactés en préparation de l'évènement et dont ce mandat d'arrêt contre un syndicaliste paysan que la rumeur annonçait en fuite a attisé l'intérêt. Il profite de cette médiatisation pour affirmer<sup>15</sup> que son combat contre la mondialisation et contre la *malbouffe* est juste et qu'il est prêt à aller en prison même si cela

<sup>13</sup>*Le Monde* 14/08/1999, « Mac Do defora, gardarem Roquefort ».

<sup>14</sup>*Libération*, 13/08/1999, « Les fabricants de roquefort se paient un McDo »

<sup>15</sup>Interview retransmise le 19/08/1999 dans les journaux du soir de France 2 et France 3.

lui fait peur. A la fin du mois d'août, lorsque sa demande de remise en liberté est acceptée en échange d'une caution il refuse arguant que la liberté syndicale ne s'achète pas.

Si José Bové bénéficie d'un concours de circonstances favorables, son discours médiatique est toutefois prémédité. Le cadrage élargi sciemment la cause autour de la lutte contre les multinationales et la mondialisation au moment où le scandale de la vache folle résonne à nouveau autour de la levée de l'embargo sur la viande de bœuf britannique par la Commission européenne (Nollet 2010) permettant un effet d'amorçage (Iyengar 1990). Il euphémise aussi volontairement son discours devant les journalistes en privilégiant l'expression « *malbouffe* » plutôt que « *bouffe de merde* »<sup>16</sup>. Il dit se battre pour la liberté syndicale et bénéficie ainsi d'un ample soutien militant à l'échelle nationale. Enfin, l'action se déroule au mois d'août, une période creuse pour les journalistes. Mais d'autres éléments plus en profondeur éclairent les succès de José Bové. Pour comprendre cette réussite médiatique il faut donc se pencher plus avant sur les dispositions de José Bové qui trouvent à s'actualiser dans une configuration spécifique, produit de l'histoire locale, du contexte dans lequel se trouve la Confédération Paysanne et de celui qui a vu naître l'altermondialisme.

### *Comme un poisson dans l'eau*

A titre individuel, José Bové peut faire valoir des ressources culturelle, sociale et politique qui le distingue de ses homologues paysans et le rapproche des journalistes parisiens, notamment certains anciens trotskystes. Il est né à Bordeaux en 1953<sup>17</sup> de parents chercheurs à l'INRA eux-mêmes enfants uniques de commerçants, poissonniers bordelais du côté de sa mère et fleuristes horticulteurs bruxellois du côté de son père. A sa naissance ses parents sont encore étudiants et obtiennent un séjour de fin d'étude à Berkeley aux Etats-Unis où ils résident de 1956 à 1959. A son retour il fait ses études primaires dans un établissement bilingue. Ses parents sont catholiques non pratiquants, assez peu politisés mais plutôt à droite et amateurs de randonnées et d'activités en plein air. Son père est un virologue des agrumes mondialement connu, il termine sa carrière comme Président régional de l'INRA Aquitaine et sa mère comme professeur de sciences naturelles. Il bénéficie ainsi d'une socialisation familiale cosmopolite congruente à un investissement militant international (Darmon 2010) (Dezalay 2004) Pour la suite de ses études, José Bové est un élève moyen scolarisé dans un établissement catholique privé dont il est renvoyé en classe de première pour « irrégion ». Ses parents l'inscrivent ensuite dans une « boîte à bac » selon ses termes, où il obtient son diplôme avec mention. Il est plus attiré par les groupes anarchistes que communistes à l'égard desquels il est assez critique, comme l'est le discours paternel à l'égard des pays communistes et notamment au retour de son séjour professionnel à Cuba. Le jeune José Bové se montre intéressé par la désobéissance civile en pratique aux Etats-Unis et s'inspire d'Henri David Thoreau, de Gandhi comme de Martin Luther King. Fin 1972 il s'inscrit en hypokhâgne et en philosophie à Bordeaux où il va rejoindre ses parents mutés dans le courant d'année précédente à l'INRA. Il suit peu les cours et s'investit dans les mouvements pacifistes et antimilitaristes des objecteurs de conscience. C'est ainsi qu'il s'engage dès 1973 dans le soutien aux paysans du Larzac qui refusent l'extension du camp militaire sur leurs terres. Il rencontre dans cette lutte Alice Monier qui restera sa femme jusqu'en 2000 et avec qui il a deux filles. Sa demande d'exemption du service militaire pour objection de conscience lui est d'abord refusée. Il engage alors un recours devant le Conseil d'Etat et se cache durant un an dans des fermes en attendant la décision définitive. Il apprend ainsi son métier et lorsqu'il

---

<sup>16</sup> Il pensait parler de « bouffe de merde » puis s'est ravisé en songeant que cela faisait vulgaire pour les médias et a donc préféré parler de malbouffe Il raconte cet anecdote dans le livre d'entretiens croisés de lui et son complice François Dufour avec le journaliste Gilles Luneau (Bové, Dufour, et Luneau 2000)

<sup>17</sup> Les éléments biographiques proviennent essentiellement de (Pingaud 2002)(Bové, Ariès, et Terras 2000)



obtient son statut d'objecteur de conscience, il s'installe avec Alice dans une ferme squattée du Larzac en 1976 pour « réaliser un projet de vie qui soit en cohérence avec la façon dont (ils) voulaient vivre et l'action politique » (Bové, Ariès, et Terras 2000). Il prend donc activement part à la lutte du Larzac. Il compte parmi les militants qui seront incarcérés après s'être introduits dans le bureau du Génie militaire pour dérober des documents de vente des terrains en juin 1976. Cette lutte du plateau millavois est l'occasion pour lui de se former professionnellement comme éleveur de brebis et comme militant. Les premiers groupes sur le Larzac sont des mouvements chrétiens (Chrétiens en monde rural, les gens de l'Arche avec Lanza Del Vasto...) dont il se sent proche bien que non pratiquant notamment par son éducation mais aussi parce que sa femme est croyante. Ces premiers groupes sont très vite rejoints et soutenus par des militants venus de toute la diversité de la gauche de l'époque, maoïstes, trotskistes, anarchistes... C'est donc par ce militantisme intense et cet engagement permanent que José Bové constitue son bagage militant dans cette constante volonté de tous de maintenir l'unité de cette diversité militante derrière le groupe solidaire composé des paysans signataires de l'appel des 103 par lequel ils se sont engagés à ne jamais vendre leurs terres à l'armée. Proche des militants chrétiens, libertaires et écologistes, notamment dans la mouvance de Jacques Ellul qu'il avait rencontré à Bordeaux, José Bové fait donc ainsi ses armes de militants actif et de désobéissant pacifiste et convaincu. Lorsque F. Mitterrand est élu en 1981, il accorde un bail emphytéotique aux habitants du plateau qui gèrent depuis collectivement ces terres. Cette bataille militante structure ainsi durablement cet espace dont l'engagement perdure encore aujourd'hui dans diverses luttes des paysans du monde et des pacifistes comme la lutte des indépendantistes Kanaks, ou celle contre les essais nucléaires de Mururoa, le soutien aux luttes zapatistes au Chiapas ou aux Paysans sans terre au Brésil, etc...

*L'évènement n'est ici encore, que l'écume d'une histoire plus profonde.*

Quelques années plus tard, alors que cette bataille du Larzac vient à peine d'être gagnée, José Bové participe à la création en 1987 du syndicat agricole *La Confédération Paysanne* qui née de la fusion de deux organisations préexistantes de la gauche paysanne, la CNSTP (Confédération nationale des syndicats de travailleurs-paysans et la FNSP (Fédération nationale des syndicats paysans) (pour une histoire détaillée voir (Bruneau 2006)(Martin 2011). Cette fusion succède à l'arrivée de la gauche au pouvoir qui, après une brève ouverture aux organisations syndicales minoritaires, redonne dès 1983 le monopole de la représentation paysanne à la FNSEA (Fédération nationale des syndicats d'exploitants agricoles), comme celle-ci vient de remporter 70% des suffrages aux élections professionnelles. A peine trois ans plus tard, la première cohabitation amène François Guillaume, le président de la FNSEA, à la tête du ministère de l'agriculture. Fraichement nommé, il s'empresse d'annuler les quelques acquis concédés quelques mois plus tôt par Edith Cresson aux organisations syndicales minoritaires et rétablit le mode de scrutin majoritaire pour les élections aux Chambres d'Agriculture de 1989. Les élections professionnelles de 1989 et 1995 ont installé durablement la jeune organisation syndicale dans le paysage syndical sans pour autant lui permettre de prétendre concurrencer le syndicat majoritaire dans un horizon proche. Elle est donc contrainte d'essayer « d'élargir « la cause » en s'efforçant de rallier des soutiens extérieurs au monde agricole » (Bruneau 2006) p34) Dans leur répertoire d'actions, ils n'ont ni les moyens du nombre ni ceux de l'expertise, ils misent donc sur le registre de la vertu et de la scandalisation (Offerlé 1998)(É. Neveu 2011)Selon Ivan Bruneau, c'est à ce moment-là que se dessine « une théorie de la pratique encadrée par deux principes directeurs, le choix de la « *non-violence* » et le recours à des actions « *symboliques* ». » Ils démarquent ainsi la Confédération paysanne de la FNSEA(Duclos 1998) tout en l'inscrivant dans la démarche qui se généralise dans les années 90 au sein des mouvements sociaux qui prend en compte les contraintes de la production journalistique(Champagne 1990)(Marchetti 1998) ; l'évolution structurelle du champ

journalistique ayant accentué le besoin et l'intérêt pour des actions qui sortent des routines et des répertoires de contestation traditionnels.

Cette stratégie de positionnement médiatique du syndicat, minoritaire dans l'espace syndicale agricole, relève de ce que Bourdieu appelle la loi du jdanovisme, « selon laquelle les plus démunis de capital spécifique, c'est-à-dire les moins éminents selon les critères proprement [spécifiques], ont tendance à en appeler aux pouvoirs externes pour se renforcer, et éventuellement triompher, dans leurs luttes [spécifiques]. » (Bourdieu 2002)

A cela s'ajoute un effet de cycle historique : les militants du Larzac ont routinisé la pratique d'actions à scandale pour les médias en retrouvant des pratiques de luttes vieilles de 30 ans ; lors de la résistance contre l'extension du camp militaire du Larzac.

Paradoxe apparent, cette réussite médiatique de la Confédération Paysanne a une origine rurale, bien loin de Paris. Or « ce qui est dit et vu de l'événement est le produit de la rencontre entre les propriétés du groupe qui se donne à voir et les catégories de perception, sociales et politiques, du groupe social formé par les journalistes. »(Champagne 1984) La Confédération Paysanne n'est en fait pas si éloignée des catégories de perception des journalistes notamment en raison de la présence importante des paysans « néo ruraux » qui l'inventent au sein de la Fédération aveyronnaise et en particulier la branche Sud Aveyron. Le correspondant toulousain d'un quotidien national confirme ainsi ces affinités électives alors qu'il est interrogé sur un autre sujet:

*« De la même façon quand on avait commencé en 99 à découvrir avec le démontage du McDo de Millau qu'est-ce qu'était la Confédération Paysanne et qui était Bové. Comment dire [...] je ne savais plus à quoi ressemblaient les paysans, les agriculteurs. Ou là on les redécouvre et puis tous étant d'un contact mais extraordinairement facile. [...] »<sup>18</sup>*

Ces affinités ne sont pas asociologiques et ont à voir avec certaines prédispositions de certains journalistes. Elles ont un rôle dans les traitements médiatiques de certains conflits plutôt que d'autres et donc dans la médiatisation de certains acteurs plutôt que d'autres. Mais là encore cette dimension qui est une indication importante reste insuffisamment explicative puisque l'action de destruction de plants de riz OGM appartenant à la CIRAD que José Bové mène quelques mois plus tôt, le 5 juin 1999 est, elle, très peu couverte médiatiquement et de façon plutôt négative.

Cette action s'inscrit donc à la fois dans une logique syndicale locale et nationale mais aussi paradoxalement internationale : elle permet de réaliser l'un des objectifs du Comité national de « faire monter la pression avant le sommet de Seattle ». En effet, la Confédération Paysanne, par son positionnement à gauche de l'échiquier syndical, dans une position minoritaire relativement durable et en raison des histoires et trajectoires de ses militants, a mis en place ce « contournement du national » dans les années 90. Elle s'inscrit donc pleinement dans ce registre international en passe de devenir altermondialiste(E. Agrikoliansky, Fillieule, et Mayer 2005).

### *La naissance d'une nébuleuse*

Selon Eric Agrikoliansky, Olivier Fillieule et Nonna Mayer (2005), l'altermondialisme est le fruit d'une série d'évolutions et de transformations dont il est possible de retenir trois grands axes : la constitution d'un pôle intellectuel et militant centré sur la solidarité avec le Tiers Monde ; les recompositions partisans et syndicales de l'espace politique français des années 1980 – 1990 et enfin la dynamique des événements protestataires, contre-sommets, forums sociaux, campagnes mondiales qui vont servir de catalyseur. José Bové se trouve à

---

<sup>18</sup> Merci à Olivier Baisnée pour l'utilisation de cet extrait d'entretien qu'il a réalisé le 11 avril 2013 au domicile de l'intéressé.



l'exacte intersection de ces trois dynamiques. De plus, l'altermondialisme qui reste un mouvement flou et peu structuré, comprend dans les quelques règles qui organisent notamment les forums sociaux et les contre-sommets, la démarche explicite de non-personnalisation et donc le refus de porte-parole désignés. La critique des médias fait partie des axes structurants de cet espace politique (Lévêque in (E. Agrikoliansky, Fillieule, et Mayer 2005). Néanmoins, il est, plus que d'autres, tendu vers la nécessité de sa médiatisation d'autant plus qu'il est originellement lié à l'espace médiatique lors de sa création française, plusieurs titres ayant participé à son élaboration, en particulier *Le Monde Diplomatique*, *Politis* et *Charlie Hebdo*. Or, pour couvrir ce mouvement, les journalistes ont besoin de trouver des interlocuteurs identifiés, identifiables et qui possèdent les qualités oratoires nécessaires à des présentations simples, claires et concises. La trajectoire militante comme les ressources idoines de José Bové en font un interlocuteur privilégié pour ceux-ci tout autant que son physique « sympathique » (Maresca 1983).

*« Le combat contre l'Organisation mondiale du commerce (OMC) possède un visage, une bonne tronche même, celle de José Bové avec ses bacchantes d'irréductible Gaulois. »<sup>19</sup>*

A cela s'ajoute l'enchaînement de l'agenda qui permet à José Bové d'apparaître comme leader du syndicat agricole ainsi qu'à la tête de l'opposition française à la mondialisation par le démontage du McDonald's et, moins de trois mois plus tard, meneur de manifestation transnationale en opposition au sommet de l'OMC organisé à Seattle. Cela favorise l'extension médiatique de son leadership de la Confédération Paysanne à l'altermondialisme. Mais si ce leadership reçoit une couverture médiatique si importante c'est qu'il s'inscrit dans une configuration favorable du champ journalistique.

## *2) Faire parler « l'opinion publique » et la « société civile »*

Le prophète apparaît dans une situation de crise qui donne au discours prophétique sa force : il propose un langage pour penser la crise, la force des autres types de discours s'étant effondrée. Ce n'est pas que le discours prophétique soit un discours radicalement nouveau, précise Bourdieu : « Si le prophète produit l'impression de nouveauté, c'est qu'il transgresse des limites que les discours légitimes ne peuvent pas transgresser. » (Lenoir in (Lebaron et Mauger 2012). En cette fin des années 1990, Erik Neveu parle du « décalage entre la mondialisation effective de nombreux processus décisionnels et la structure encore nationale des pouvoirs politiques (qui) pose aux gouvernants comme aux gouvernés des problèmes à la fois simples à énoncer, et complexes à « communiquer » : Qui décide ? Où ? Au terme de quel débat et procédure ? Au nom de quelle légitimité ? Loin d'être un objet de mode, la question de l'intelligibilité et de l'imputation des décisions qui peuvent affecter le quotidien (sécurité alimentaire, fermeture d'entreprise par exemple) se trouvent au cœur d'enjeux actuels de la « communication politique ». » (E. Neveu 2000)

José Bové fait partie d'un syndicat paysan de gauche minoritaire qui s'est emparé des questions de politiques internationales qui touchent à l'agriculture mais aussi à beaucoup d'autres domaines de la vie politique dont le GATT (General Agreement on Tariffs and Trade) puis de l'AMI (Accord multilatéral sur les investissements). Cette compétence sur l'international lui permet de proposer une vision politique du monde compréhensible. C'est dans cette configuration que José Bové fait irruption sur la scène médiatique :

---

<sup>19</sup> « POLITIQUES - La gauche de la gauche sacre le croisé anti-McDo », *Libération*, 25 septembre 1999. Comme le soulignait déjà Sylvain Maresca (1983) sur le rôle de la photographie dans les biographies des leaders syndicaux paysans, son « bon sourire et la clarté de son regard » ajoute « un surcroît de vertu à son pouvoir de mobilisation ».

*« Et il est devenu le Français le plus connu sur le continent américain, pour avoir donné un visage sympa - Astérix ou Robin des Bois de la Roquefort liberation - à une contestation aux facettes trop multiples, souvent bizarroïdes et quelquefois carrément inquiétantes dans ses pulsions protectionnistes, pour que les médias de masse puissent en rendre compte facilement. »<sup>20</sup>*

De plus, en tant que leader syndical et leader altermondialiste « officieux », il apparaît dans les médias comme l'une des incarnations de la « société civile » et par elle, de « l'opinion publique » à côté des sondages notamment.

*« Le pouvoir se rit désormais des frontières. L'instance de décision n'est plus l'Etat-nation. C'est le marché qui décide mais à ce capital sans patrie répondra, par la force des choses, parce qu'il ne peut pas en être autrement, une opinion publique internationale qui fera contrepoids avant de donner naissance à des mouvements, des partis, des courants d'idée un électorat et une démocratie transfrontières que préfigurent les manifestations de Seattle. »<sup>21</sup>*

Ainsi il bénéficie à titre individuel des ressources collectives du syndicat et s'il n'est bien sûr pas le seul à pouvoir tenir ce langage, ses dispositions personnelles, ses parents chercheurs à l'INRA, ses lectures, sa maîtrise de l'anglais, font de lui l'un des plus importants passeurs du moment entre les espaces intellectuel, scientifique et de l'action politique. En effet, les logiques économiques comme les processus politiques nécessitent d'être construites intellectuellement pour être lisibles comme telles par le plus grand nombre. C'est le cas des discours sur l'obsolescence de l'Etat-nation ou les dangers de l'économie transnationale qui sont ainsi le fruit des nouvelles représentations du monde diffusées par les militants altermondialistes (E. Agrikoliansky, Fillieule, et Mayer 2005). Ainsi, José Bové et le mouvement altermondialiste en général transgressent les frontières du champ politique central en produisant une lecture politique du monde en dehors de la topographie des lieux de production légitime des biens politiques.

L'audience qui lui est accordée dans les médias s'éclaire ainsi à la lumière à la fois de ce moment de « crise » de la parole politique légitime qui peine à fournir une lecture politique intelligible du monde mais aussi de ces rapports entre les associés-rivaux que sont les journalistes et les hommes politiques.

José Bové s'adresse en priorité aux citoyens, pendant positifs des militants si dépréciés, dans l'univers journalistique notamment, dont les portraits se confondent avec ceux des partisans communistes (Pudal 2009). Il agit en ressort justificatif du porte-parolat des journalistes dans la lutte qui les oppose aux hommes politiques. En effet, en lui laissant une large expression médiatique, les journalistes accréditent un peu plus leur propre constat de la distance croissante entre la politique professionnelle et le « terrain ». Et les hommes politiques sont contraints à leur tour de l'accréditer en prenant au sérieux les propositions du mouvement altermondialiste qu'il porte<sup>22</sup>. Nul besoin d'attribuer un sens particulièrement cynique du calcul aux protagonistes pour comprendre la fortune médiatique de José Bové.

Cette orchestration entre des dispositions de l'habitus primaire de José Bové avec celles accumulées au cours de sa trajectoire militante dans cette configuration particulière, lui

---

<sup>20</sup> « Super José, star de Seattle. Décidé ou encensé, Bové a focalisé l'attention de l'Amérique. » *Libération*, 6 décembre 1999.

<sup>21</sup> « Les trois leçons de Seattle » *Le Temps*, 3 décembre 1999.

<sup>22</sup> Dans *Libération* du 19 /20 janvier 2002, neuf candidats à l'élection présidentielle sont invités à répondre à trois questions : « Voulez-vous instaurer la taxe Tobin ? », « Annuler la dette des pays pauvres ? », « Interdire les OGM ? ». Les réponses montrent qu'en 2002 ils sont presque tous favorables à la taxation des transactions financières, unanimes sur leur détermination à œuvrer pour l'annulation de la dette des pays en voie de développement, et ils déclinent tous, mais de manière différente, leurs principes de précaution face aux Organismes Génétiquement Modifiés (OGM)

permet, par un effet circulaire bien connu du capital allant au capital, d'augmenter grandement son capital symbolique en le lestant de ressources médiatiques et par là d'inscrire par la suite sa candidature à la présidentielle dans une « stratégie charismatique ».

## *B. La capitalisation stratégique des ressources médiatiques*

### *1) Du pouvoir médiocratique dans l'univers militant*

Si les médias ne font pas les Rois, ils participent à la définition de l'espace des possibles pensables politiquement. En effet, si l'existence médiatique de José Bové ne peut être imputée au seul bon vouloir des journalistes cela ne clôt pas la question de leur influence. L'omniprésence médiatique entre 1999 et 2003 semble avoir grandement participé à légitimer la candidature José Bové en particulier au sein du public spécifique que composent les militants influents. Dans le Comité Osez Bové observé durant la campagne présidentielle, la dizaine de militants composant le « noyau dur » des plus présents, considéraient tous que, la grande notoriété médiatique de José Bové était un atout parce qu'il était « déjà connu »<sup>23</sup>.

Au-delà, l'enquête par questionnaire réalisée après la campagne (n = 103) fait apparaître que pour 80% des militants qui ont accepté de répondre, le premier souvenir marquant de José Bové est médiatique. Dans ces petits cercles de militants, il ne s'agit donc pas au départ d'interconnaissance. Ces militants sont des consommateurs de presse écrite très au-dessus de la moyenne. Ils lisent trois fois plus la presse quotidienne nationale (33% de nos interrogés contre 11% de la population française). Ils sont 40% à déclarer regarder la télévision pratiquement jamais ou jamais alors que 87% des Français déclarent la regarder tous les jours ou presque. Il s'agit à plus de 50% de diplômés du supérieur dont seulement 2% regardent TF1 en priorité quand « environ trois personnes sur dix déclarent regarder le plus souvent cette chaîne dans toutes les catégories de population » (Donnat 2009).

Ils lisent prioritairement *Politis*, *Le Monde Diplomatique*, *SinéHebdo*, *La Décroissance*, *Le Sarkophage* etc... et regardent les informations sur les chaînes publiques (plutôt que TF1).

Déjà sensibilisés au discours de José Bové, ils ont été spécifiquement réceptifs à son apparition dans les médias « classiques » comme la télévision. Cela crée ainsi un effet d'accumulation et de confirmation des médias les plus militants vers les plus dominants.

La médiatisation de Bové est utilisée ou revendiquée comme un élément décisif durant la candidature à la candidature au sein des Collectifs unitaires. C'est dans l'opposition entre les « citoyens » (les non-encartés) et les « militants » que le capital médiatique est utilisé comme ressource ou plutôt une « preuve » de la légitimité de José Bové vis-à-vis des autres candidats à la candidature et en particulier les responsables partisans. Yannis Youlountas<sup>24</sup>, à l'initiative du groupe des Electrons Libres (groupes de militants majoritairement non encartés qui va être à l'initiative de la pétition d'appel au retour de José Bové et qui participera activement à sa campagne par la suite), écrit notamment en novembre 2006 une contribution<sup>25</sup> adressée au Collectif national pour un rassemblement antilibéral de gauche et des candidatures communes qui est publicisée sur plusieurs sites militants. Il développe les treize arguments qui, pour lui, font de José Bové le meilleur candidat parmi ceux en lice. Le cinquième est ici reproduit :

---

<sup>23</sup> Entretiens réalisés durant la campagne présidentielle.

<sup>24</sup> Auteur philosophe, né en 1970, se décrit comme Libertaire, il est l'un des initiateurs des Electrons Libres. Il a longtemps été animateur des Cafés Philo au niveau national

<sup>25</sup> YOULOUNTAS Yannis, « Arguments concrets pour la désignation de José Bové » samedi 11 novembre 2006 notamment publié sur le site <http://Bellaciao.org>

## 5) UN CREDIT D'IMAGE NECESSAIRE POUR GAGNER PUIS SORTIR DE CE SYSTEME

*Pour qu'un autre monde soit vraiment possible, il nous faut passer (une dernière fois ?) par une figure charismatique capable d'être le nom rassembleur d'un mouvement sans chef mais avec un symbole en porte-étendard. Soyons sincères et lucides : Seul José Bové peut être ce symbole. Lui seul peut apporter la cerise sur le gâteau d'une dynamique qui s'inscrit malheureusement encore dans le cadre des institutions de la Cinquième République, ce qui signifie que la puissance de l'image pèsera autant sinon plus que celle du discours. Pourquoi donc nous priver de ce formidable atout qu'est l'entrée sur la scène politique de José Bové ?*

Lors de l'entretien qu'il nous a accordé il précise :

*Après je pense que voilà j'ai suivi de près ou de loin selon les périodes l'aura médiatique de cet homme et ses fondements j'étais sur le Larzac en 2003 on était quand même nombreux et là je me suis dit que quelque chose était possible et quand en 2005 il a participé à l'action contre le TCE je me suis dit que l'union antilibérale qui suivait devait choisir quelqu'un au-delà, en dehors des partis plutôt que quelqu'un dans les partis et que cette personne, la plus habilitée à le faire c'était Bové<sup>26</sup>.*

Il apparaît ainsi clairement que, pour une partie des militants, en particulier les membres de la première « communauté émotionnelle » (Weber 1995) de José Bové, et qui se font appeler les « Electrons Libres », le capital médiatique pèse de tout son poids dans la construction de la légitimité politique de leur champion. Pour ceux des « électrons libres » que nous avons pu rencontrer, soit la grande majorité, ils ne connaissaient pas José Bové personnellement mais bien par le biais des médias. La mesure de leur « foi » se renforce et se vérifie lorsqu'ils font sa connaissance mais ils étaient déjà mobilisés en sa faveur. Ce qui confirme que « le pouvoir des médias résiderait moins dans un effet direct sur le grand public que dans la certitude des experts et des décideurs que le grand public est influencé par les médias de masse » (Le Grignou 2003), en soulignant tout de même ici les profils spécifiques de ces « experts et décideurs ». Il s'agit en fait de la rencontre d'un prophète avec sa communauté émotionnelle par le biais des médias, mais sous réserve d'y inclure les journaux et autres médias militants qui ont ainsi permis aux « électrons libres » de reconnaître chez José Bové sa façon d'être, de parler, de se tenir, de s'engager...

Cet univers particulièrement critique envers les médias et leur pouvoir supposé est donc paradoxalement particulièrement réceptif et sujet à l'influence des traitements médiatiques. Mais ces ressources médiatiques liées à une configuration spécifique sont particulièrement labiles.

## 2) *Le prophète dans le temple*

Pour Bourdieu, la posture et le discours prophétiques sont intimement liés au lieu d'émission. José Bové propose ainsi une lecture politique du monde dans le registre militant qui est le sien depuis le Larzac et depuis un syndicat agricole minoritaire. Il reçoit un accueil particulièrement favorable dans l'univers médiatique à qui il propose, avec d'autres, une grille de lecture politique d'une situation de « crise » et donc de changements, au moment où les hommes politiques autorisés paraissent peiner à trouver le discours juste.

Cependant, ce registre issu d'une extériorité au champ politique central se voit transformé par l'entrée en campagne présidentielle. En effet, en devenant candidat à l'élection présidentielle,

---

<sup>26</sup> Entretien avec Yannis Youlountas, initiateur des Electrons Libres, *Op. cit.*

il normalise sa prise de position. Il ne s'agit plus de parler politique en dehors de l'espace autorisé. Pour le dire autrement, le prophète rentre dans le temple et perd de ce fait une partie de sa dimension extraordinaire.

Cette entrée dans le rang transforme son registre de discours. Pour parvenir à imposer cette candidature, José Bové s'est entouré d'auxiliaires du jeu politique central qui nolens volens ont adapté son discours :

*« Et je pense que c'est la grosse faiblesse de cette campagne c'est que, mais ça vient en même temps de la disparité de ce mélange un peu complètement invraisemblable entre des gens qui viennent de mouvements très organisés et d'autres... Qu'en fait j'ai du mal à me réapproprier moi-même mon propre discours et donc je prends toujours un peu pour que les gens soient ... j'essaie d'intégrer ce que tout le monde veut ou les grandes lignes et à la fin ça fait un discours un peu... qui est atténué par rapport aussi à ce que je pourrais dire... et ça je pense que c'est la faiblesse de ce qui s'est passé. C'est de ne pas avoir pu être moi-même totalement dans cette campagne et être un peu corseté dans une histoire. Mais c'est aussi la complexité de cette campagne le fait qu'il y avait plusieurs aspirations qui étaient portées par différentes personnes qui voyaient pas cette campagne pour les mêmes raisons et moi je me retrouve là au milieu un peu à gérer un truc. »<sup>27</sup>*

Dans cet extrait, on voit l'adaptation inconsciente à l'*illusio* du champ politique, le poids des dispositifs médiatiques et politiques auxquels on ne peut s'adapter sans se « déformer ». Or, le prophète est peut-être moins celui qui parle que celui qui accepte « d'être parlé » (Gaïti 1998). En effet, pris entre des groupes de soutiens très différents dans leurs compositions et leurs attentes, José Bové neutralise sa parole, dans les deux sens du terme, c'est-à-dire en la rendant à la fois moins radicale et moins efficace ; la dénuant ainsi de ce qui faisait sa spécificité. Elle est alors rendue inefficace comme discours prophétique.

José Bové est pris dans des injonctions médiatiques et militantes, parfois contradictoires, d'adaptation de son discours. Cette entrée dans le rang modifie la situation du locuteur et donc la spécificité de son discours. Les dispositions qui faisaient de lui un leader du mouvement social hors du commun médiatique n'ont plus la même efficacité pour le démarquer des autres candidats. Au contraire, dans cet espace très structuré de la communication politique, sa spécificité peut se faire lacune :

*« Moi je jouais un rôle sur les médias parce que je conseillais Bové sur ce qu'il fallait faire ou ne pas faire. Et donc je chapotais un peu ce truc-là.*

*E/ Vous faisiez des séances de training ?*

*On a dû en faire une ou deux mais par ailleurs ce n'est pas quelqu'un qui est mauvais en médias, enfin c'est quelqu'un qui est bon en situation de live, d'actions, de prise... de capacité à résumer de façon assez simple et compréhensible les batailles ici ou là. C'est quelqu'un qui est beaucoup moins bon dans le show médiatique politique classique, de la question réponse avec les journalistes, de la petite phrase et du jeu du chat et de la souris là, voilà, il est beaucoup moins à l'aise.»<sup>28</sup>*

Ce travail d'intégration des pratiques médiatiques classiques des hommes politique fait de lui à la fois un candidat parmi d'autres, dont les performances médiatiques n'ont plus rien d'exceptionnel, mais constitue aussi peut-être une contrainte obligée du champ politique central.

---

<sup>27</sup> Entretien avec José Bové, *Op. Cit.*

<sup>28</sup> Entretien avec D, son ami et conseiller en communication, *Op. Cit.*

\*\*\*

Relativement autonome, le champ politique a ses propres règles qui régissent les prises de positions en son sein et les modalités des luttes de pouvoir. « Un champ n'autorise que des « révolutions partielles, capables de détruire la hiérarchie mais non le jeu lui-même, de modifier les relations entre les positions sans détruire les enjeux et les principes mêmes de l'affrontement. » (Champagne et Christin 2004). Contrairement à la candidature de Coluche (Bourdieu 1981) en 1981, la candidature de José Bové est « acceptée » aussi longtemps qu'il respecte le jeu politique, ses règles et ses hiérarchies. José Bové a d'une certaine façon bénéficié d'un « crédit » médiatique dont les ressources ont artificiellement gonflé son volume de capital politique. Il a ainsi pu imposer sa candidature à la présidentielle par une « stratégie charismatique ». Cependant ce crédit ne pallie pas au déficit de capital politique « classique » ou partisan dans une campagne présidentielle ce que son très faible score (1.32% des suffrages exprimés) atteste. Il accepte ensuite d'intégrer une institution partisane (Europe Ecologie Les Verts) pour se faire élire au Parlement Européen.

Cette incursion ne révolutionne pas le fonctionnement classique du champ au sens où le capital médiatique sous sa forme individuelle ne remplace ni ne dépasse le poids de sa dimension institutionnelle qui est fonction du capital politique. Et si la forme individuelle d'accumulation du capital médiatique doit raisonnablement être prise en compte comme élément de la constitution du capital politique et donc du façonnage de profil d'éligible légitime dans les compétitions nationales c'est en particulier dans son influence sur les militants et les hommes politiques eux-mêmes qui lui attribuent souvent sur le corps électoral l'influence qu'elle a sur eux-mêmes.



## Bibliographie

- Agrikoliansky, Eric, Olivier Fillieule, et Nonna Mayer. 2005. *L'altermondialisme en France: la longue histoire d'une nouvelle cause*. Paris: Flammarion.
- Agrikoliansky, Éric, et Isabelle Sommier. 2005. *Radiographie du mouvement altermondialiste*. 2. Paris: La Dispute.
- Bourdieu, Pierre. 1981. « La représentation politique ». *Actes de la recherche en sciences sociales* 36 (1): 3-24. doi:10.3406/arss.1981.2105.
- . 2002. *Science de la science et réflexivité cours du Collège de France (2000-2001)*. Paris: Raisons d'agir.
- Bové, José, Paul Ariès, et Christian Terras. 2000. *José Bové: la révolte d'un paysan*. 1 vol. Les Grandes gueules républicaines. Villeurbanne, France: Éd. Golias.
- Bové, José, François Dufour, et Gilles Luneau. 2000. *Le monde n'est pas une marchandise : des paysans contre la malbouffe*. Cahiers libres. Paris: Éd. la Découverte.
- Bruneau, Ivan. 2006. « La Confédération paysanne : s'engager à "juste distance" ». Thèse de doctorat, Paris 10.
- Champagne, Patrick. 1984. « La manifestation. La production de l'événement politique ». *Actes de la recherche en sciences sociales* 52 (1): 19-41. doi:10.3406/arss.1984.3329.
- . 1990. *Faire l'opinion : le nouveau jeu politique*. Le sens commun. Paris: les Éd. de Minuit.
- Champagne, Patrick, et Olivier Christin. 2004. *Mouvements d'une pensée, Pierre Bourdieu*. Philosophie présente. Paris: Bordas.
- Darmon, Muriel. 2010. *La socialisation*. 2e édition. 128. Paris: A. Colin.
- Darras, Éric. 1995. « Le pouvoir «médiacratique»? Les logiques du recrutement des invités politiques à la télévision ». *Politix* 8 (30): 183-198. doi:10.3406/polix.1995.2072.
- Davis, Aeron. 2010. « Forms of capital and mobility in the political field: Applying Bourdieu's conceptual framework to UK party politics ». *British Politics* 5 (2) (juin): 202-223. doi:10.1057/bp.2010.2.
- Dezalay, Yves. 2004. « Les courtiers de l'international ». *Actes de la recherche en sciences sociales* n° 151-152 (1) (mars 1): 4-35. doi:10.3917/arss.151.0004.
- Dobry, Michel. 1992. *Sociologie des crises politiques la dynamique des mobilisations multisectorielles*. Nouv. éd. Paris: Presses de la Fondation nationale des sciences politiques.
- Doignot, Damien. 2008. *José Bové : le cirque médiatique*. Documentaire. le Plan B.
- Donnat, Olivier. 2009. *Les pratiques culturelles des Français à l'ère numérique : enquête 2008*. Paris: La Découverte Ministère de la culture et de la communication.
- Duclos, Nathalie. 1998. *Les violences paysannes sous la Ve République*. Collection Politique comparée. Paris: Economica.
- Gaïti, Brigitte. 1998. *De Gaulle, prophète de la Cinquième République (1946-1962)*. 1 vol. Paris, France: Presses de Sciences Po.
- Iyengar, Shanto. 1990. « The Accessibility Bias in Politics: Television News and Public Opinion ». *International Journal of Public Opinion Research* 2 (1) (mars 20): 1-15. doi:10.1093/ijpor/2.1.1.
- King, Elliot, et Michael Schudson. 1997. « Le mythe de la popularité de Reagan ». *Politix* 10 (37): 97-116. doi:10.3406/polix.1997.1651.
- Lacroix, Bernard. 1994. « La "crise de la démocratie représentative en France": éléments pour une discussion sociologique du problème ». *Scalpel* (1): 6-29.
- Le Grignou, Brigitte. 2003. *Du côté du public : usages et réceptions de la télévision*. Etudes

- politiques. Paris: Economica.
- Lebaron, Frédéric, et Gérard Mauger. 2012. *Bourdieu*. Lectures de. Paris: Ellipses.
- Marchetti, Dominique. 1997. « Contribution à une sociologie des transformations du champ journalistique dans les années 80 et 90: A propos d' "Evènements Sida" et du "scandale du sang contaminé" ». Thèse de doctorat, France.
- . 1998. « Les conditions de réussite d'une mobilisation médiatique et ses limites: l'exemple d'Act Up ». In *La politique ailleurs*, édité par CURAPP, Presses universitaires de France, 277 - 297. Paris.
- Maresca, Sylvain. 1983. *Les Dirigeants paysans*. Le Sens commun 69. Paris: Éditions de Minuit.
- Martin, Jean-Philippe. 2011. *La Confédération paysanne aujourd'hui un syndicat face aux défis du XXIe siècle*. Questions contemporaines. Paris: l'Harmattan.
- Neveu, Erik. 1992. « La dynamique des médias dans la construction sociale de la crise de la représentation ». *L'Aquarium* (10): 5-23.
- . 2000. « De quelques incidences des médias sur les systèmes démocratiques ». *Réseaux* 18 (100): 107-136. doi:10.3406/reso.2000.2215.
- Neveu, Érik. 2011. *Sociologie des mouvements sociaux*. 5e édition. Repères. Paris: la Découverte.
- Nollet, Jérémie. 2010. « Des décisions publiques « médiatiques »?: sociologie de l'emprise du journalisme sur les politiques de sécurité sanitaire des aliments ». Thèse de doctorat, Lille, France: Centre d'études et de recherches administratives politiques et sociales.
- Offerlé, Michel. 1998. *Sociologie des groupes d'intérêt*. 2e édition. Clefs. Paris: Montchrestien.
- Pingaud, Denis. 2002. *La longue marche de José Bové: biographie*. L'Épreuve des faits. Paris, France: Ed. du Seuil.
- Pudal, Bernard. 2009. *Un monde défait : les communistes français de 1956 à nos jours*. 1 vol. Bellecombe-en-Bauges (73340), France: Éd. du Croquant.
- Weber, Max. 1995. *Economie et société. 1, Les catégories de la sociologie*. Traduit par Julien Freund, Pierre Kamnitzer, et Pierre Bertrand. 1 vol. Agora. Les Classiques (Paris), Paris, France: Plon.