



**HAL**  
open science

# Peuples en larmes, peuples en marches : la médiatisation des affects lors des attentats de janvier 2015

Maëlle Bazin

► **To cite this version:**

Maëlle Bazin. Peuples en larmes, peuples en marches : la médiatisation des affects lors des attentats de janvier 2015. Mots: les langages du politique, 2018, 118, pp.75-94. 10.4000/mots.23653 . hal-03843370

**HAL Id: hal-03843370**

**<https://univ-panthéon-assas.hal.science/hal-03843370>**

Submitted on 8 Nov 2022

**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.

## **Peuples en larmes, peuples en marches : la médiatisation des affects lors des attentats de janvier 2015**

Les attentats de janvier 2015<sup>1</sup> ont donné lieu à un traitement médiatique « hors norme » (Hare, 2016 ; Lefébure, Sécaïl éd., 2016) : éditions spéciales, bouleversement des grilles de programmes, suppléments divers. Les événements occupent la première place de l'agenda pendant plusieurs jours, avec une occultation parfois totale du reste de l'actualité. Alors que les journalistes portent le deuil de leurs collègues assassinés<sup>2</sup>, le traitement médiatique tend à s'orienter vers un registre émotionnel centré sur le choc de l'événement et les réactions de la société civile. Dès le mercredi 7 janvier, tandis que le récit de l'attentat en est encore à ses prémices, un second récit est mis en place, celui des mobilisations. En effet, des rassemblements et hommages se multiplient aussi bien dans l'espace public urbain que sur les réseaux sociaux, notamment par la circulation de la formule « Je suis Charlie » (Merzeau, 2015 ; Bazin, 2016a). Le climax est atteint le dimanche 11 avec une marche dite républicaine réunissant plusieurs millions de personnes sur l'ensemble du territoire.

Cet article<sup>3</sup> analyse le travail de construction par les médias d'une performance collective et consensuelle, qui s'inscrit dans la continuité du mythe de l'unité nationale porté par les responsables politiques (Boussagnet, Faucher, 2017), avec pour objectif le maintien de l'ordre et de la cohésion sociale. Si cet intérêt pour les affects relève d'une logique historique (Dayan éd., 2006 ; Fragnon, 2006 ; Garcin-Marrou, 2004), le cas de janvier 2015 permet d'étudier

1. 7 janvier : une attaque à la rédaction de *Charlie Hebdo* fait douze victimes, dont huit collaborateurs du journal ; 8 janvier : une policière est tuée à Montrouge ; 9 janvier : une prise d'otages dans un Hyper Cacher à la porte de Vincennes conduit à la mort de cinq personnes, dont l'auteur des faits.
2. Claire Sécaïl parle d'une « affect-ation de l'identité » des médias, « l'identité commerciale ordinaire est mutée en identité affective extraordinaire à travers la modification du logo » (Sécaïl, 2016, p. 125), à l'instar du logo du *Figaro* troquant le bleu pour le noir ou de celui de France 2 drapé d'un bandeau.
3. Le titre de cet article est un clin d'œil au livre *Peuples en larmes, peuples en armes (L'œil de l'histoire, 6)* de Georges Didi-Huberman (2016).

l'évolution de la médiatisation des réactions ordinaires aux attentats, dessinant un « peuple-émotion » pour reprendre l'expression de Pierre Rosanvallon (Rosanvallon, 1998, p. 447).

Le corpus est constitué des éditions papier de trois quotidiens nationaux, à savoir *Le Monde*, *Libération*, *Le Figaro*, et des journaux télévisés du 20h de la chaîne publique France 2, sur la période allant du 7 au 12 janvier 2015<sup>4</sup>. Ces deux bornes temporelles correspondent au jour du premier attentat et au lendemain de la marche républicaine. Les journaux télévisés et papier sont appréhendés dans leur globalité – textes et images –, afin de prendre en compte le dispositif de l'information, les thématiques et les procédés rhétoriques (Tétu, 2004).

L'article est structuré en trois parties. Avant d'analyser le récit-mobilisation, nous verrons dans une première partie en quoi les trois principaux cadres interprétatifs ayant marqué le traitement médiatique des attentats sont susceptibles de générer des émotions et d'inciter à la mobilisation citoyenne. La seconde partie s'intéresse à la construction médiatique du « peuple-émotion » par la mise en mots et en images des rassemblements, autour de deux pôles complémentaires : la foule et les individus. Une attention particulière sera alors portée aux micros-trottoirs, matériau privilégié pour rendre compte des mobilisations. Enfin, la dernière partie s'attache à identifier les indices de l'affect des journalistes dans l'information produite.

## **Des attentats à la mobilisation : récits médiatiques et émotions**

### Des cadrages interprétatifs incitant à l'action

Moins de deux heures après l'attaque de *Charlie Hebdo*, le 7 janvier, le président de la République, François Hollande, se rend sur les lieux de la tuerie pour faire une première déclaration. Outre la symbolique du déplacement, le discours prononcé donne le ton des jours à venir : la fusillade est identifiée comme un attentat terroriste, et un appel à l'union est lancé. Une convocation renouvelée et renforcée par l'allocation officielle le soir même, suivie par plus de 16 millions de téléspectateurs répartis entre TF1 et France 2<sup>5</sup>. Tout l'après-midi, au fur et à mesure des informations disponibles – identification des victimes et des terroristes –, les médias contribuent à donner sens à l'événement. Trois cadrages interprétatifs s'entrecroisent et dominent alors le discours journalistique : rupture, guerre, attaque contre la République.

Un événement peut être défini comme « quelque chose [qui] arrive, éclate, déchire un ordre déjà établi » (Ricœur, 1991, p. 41), et provoque une « rupture

4. Du 9 au 13 janvier 2015 pour *Le Monde* compte tenu de ses modalités de publication.

5. Sans compter les chaînes d'information en continu.

de l'intelligibilité» (Bensa, Fassin, 2002 ; Arquembourg, 2006). Les attentats créent une suspension dans le flot informationnel routinier. Cette discontinuité est également observable sur le plan discursif. Les attentats sont présentés comme une « onde de choc » qui met à l'« épreuve » la société française. Si la rhétorique de l'événement comme « fracture dans l'état du monde » n'est pas propre aux attentats (Fragnon, 2006, p. 3), la désignation d'un avant et d'un après est explicitement posée en janvier 2015. La césure est soulignée sur le plan (géo)politique : les attentats sont identifiés comme marqueurs d'une « nouvelle ère », qui nécessite des mesures concrètes, afin de prévenir les récurrences d'un ennemi invisible et intérieur, suscitant un climat d'angoisse. Cette rupture trouve surtout un ancrage particulier dans la référence aux attentats du 11 septembre 2001. Outre la une du quotidien *Le Monde* (figure 1), de nombreuses occurrences apparaissent dans le corpus<sup>6</sup> : « un nouveau 11 Septembre de la pensée libre », « un choc qui nous renvoie, toutes proportions gardées, à celui éprouvé le 11 septembre 2001 par la planète entière ». Si les attaques de janvier sont également affiliées à la tuerie de Toulouse en 2012 et à l'attentat du musée juif de Bruxelles en 2014, les associer à cet événement majeur du début du XXI<sup>e</sup> siècle contribue à leur dramatisation<sup>7</sup>.

Comme le prouve cette macabre généalogie, la rupture est aussi mêlée à l'idée d'une entrée en guerre, dont les attaques terroristes seraient annonciatrices, voire révélatrices. L'éditorial d'Alexis Brézet dans *Le Figaro* est symptomatique de ce traitement médiatique : en plus du titre, le terme *guerre* est répété huit fois dans le texte, auquel s'ajoute tout un champ lexical du combat. Cette lecture des événements est relayée par tous les médias de notre corpus, avec certes une intensité et des modalités énonciatives diverses<sup>8</sup> : « une véritable guerre de l'ombre avec les fous d'Allah », « nouvelle guerre antiterroriste », « une forme de troisième guerre mondiale », « une déclaration de guerre à la République française ». Si certains commentateurs apportent une nuance, voire dénoncent les risques militaristes, les descriptions de l'attaque mentionnent toutes des « scènes » ou « blessures » ou « armes » de « guerre ». Les médias soulignent aussi les moyens exceptionnels mis en place pour traquer le « commando », la présence des unités d'élite renforçant le sentiment de troubles sur le territoire.

Si cette guerre implique des victimes directes, touchées dans leur chair, une autre victime est également présentée par les médias : la République, « frappée

6. Résultats des requêtes « 11 Septembre » sur Europresse : 14 pour *Libération*, 15 pour *Le Figaro*, et 44 pour *Le Monde*. Une analyse plus fine mériterait d'être effectuée, notamment pour prendre en compte le propos auquel se réfère le terme « 11 Septembre », les conditions d'énonciation et la mise en forme de l'information.
7. Bien que, comme le prouve le traitement médiatique des attentats de Madrid en 2004 (Truc, 2016, p. 119-120), ce ne soit pas la première fois qu'une attaque terroriste sur le sol européen est désignée comme « un nouveau 11-Septembre ».
8. Voir l'article de Marie Veniard qui procède à une analyse fine des usages journalistiques du mot *guerre* dans les quotidiens *Le Monde* et *Le Figaro* en janvier et novembre 2015 (Veniard, 2018).

au cœur» dans ses valeurs. De la phrase « c'est la République tout entière qui a été agressée », prononcée par François Hollande, à « La France attaquée, la France blessée » de David Pujadas en ouverture du JT, l'idée d'une atteinte faite à la nation est omniprésente dans le discours médiatique. Lorsque *Le Figaro* titre « La liberté assassinée », c'est *Charlie Hebdo* qui est désigné, mais aussi ce que cet hebdomadaire incarne. En effet, les attentats sont identifiés comme une atteinte violente à la liberté d'expression par le choix fortement symbolique de la cible : une rédaction de presse certes, mais aussi un journal satirique emblématique. *Charlie Hebdo* est un titre de presse qui résonne dans la mémoire collective, historiquement pour ses dessinateurs vedettes, et plus récemment en raison de l'affaire dite des caricatures de Mahomet. En outre, le fait que l'attentat ait eu lieu « en plein Paris », dans la capitale, conforte ce sentiment d'une attaque ciblée contre la France. Ce cadrage contribue à élargir le champ du concernement (Truc, 2016) à l'ensemble des citoyens et des défenseurs de la liberté d'expression. Pour ne prendre qu'un exemple, voici les mots prononcés par le dessinateur Plantu sur France 2 : « La liberté, ce n'est pas un problème de dessinateur, ce n'est pas un problème de journaliste, c'est un problème de citoyen du monde. Aujourd'hui, nous sommes tous concernés ». Il faut cependant noter que si la chronologie des attentats justifie la place donnée par les médias à la question de la liberté d'expression, ce choix relègue d'une certaine manière au second plan les enjeux sociaux et politiques soulevés par la prise d'otages meurtrière de l'Hyper Cacher.

Laurie Boussaguet et Florence Faucher, dans leur article sur le rôle de l'État lors de l'organisation de la marche républicaine, croisent les notions de « choc moral » de James M. Jasper et de « dispositifs de sensibilités » de Christophe Traïni pour expliquer le succès des mobilisations (Boussaguet, Faucher, 2017, p. 41-43). Au-delà de l'événement lui-même (Latté, 2012), c'est la mise en sens des attentats qui est susceptible de générer des émotions et des réactions. Les cadrages médiatiques posent en effet le lecteur/télespectateur à la fois comme témoin de l'attaque (vidéos amateurs, reconstitutions, récits des survivants) et comme cible, en tant que citoyen appartenant à une société dont les valeurs sont attaquées. Ces éléments peuvent provoquer une volonté d'action chez les destinataires du message, volontiers renforcée par un encouragement, voire une exhortation à l'union. La titraille et certaines mises en exergue soulignent, voire subliment, l'affliction, tout en valorisant les actions d'opposition et de résistance : « Marcher contre la terreur », « Résister ». À l'effet pathémique suscité par le choc de l'information et par sa mise en récit (Charaudeau, 2000) s'ajoute alors un effet performatif induit à la fois par les politiques – dont les réactions sont très largement relayées par les médias –, mais aussi par les journalistes – qui appellent leur public à la mobilisation. L'émotion et la manifestation de rue sont ainsi communément admises comme les réactions adéquates (Garcin-Marrou, 2004), le terme *émotion* renouant alors avec son étymologie : le mouvement.

## La médiatisation des « moments manifestants »

Outre les réactions sur les réseaux sociaux, des rassemblements s'organisent dès l'après-midi du 7 janvier dans plusieurs villes et villages de France, mais aussi à l'étranger, jusqu'au dimanche 11. Gêrôme Truc établit une distinction entre ces rassemblements de convergence, « des individus ressentant le besoin de sortir de chez eux pour rendre un hommage public aux disparus, et qui viennent ainsi de leur propre initiative sur le lieu qui leur semble le plus approprié pour ce faire », et les manifestations convoquées, dont la marche républicaine constitue un exemple type (Truc, 2016, p. 120-121). Cette marche est le fruit d'une organisation et le rendez-vous a été défini à l'avance : c'est une « manifestation d'État » (Boussaguet, Faucher, 2017, p. 40), même si ce dernier ne souhaite pas se mettre en avant. Ces mobilisations sont alors relayées par les médias français et le mythe de la « spontanéité » auquel elles sont associées contribue à faire oublier leur orchestration institutionnelle. Elles nourrissent au fil des jours un récit autonome, auquel s'agrègent d'autres éléments : la minute de silence, les réactions politiques et internationales, l'organisation de la marche (Baudot, 2015).

Une observation des unes des trois quotidiens (figure 1) permet d'identifier la présence des deux récits, récit-attentat et récit-mobilisation, qui s'entrecroisent. Ils font l'objet d'une répartition égale, avec deux couvertures sur quatre pour chaque journal, mais pas nécessairement sur des jours concomitants.

Le récit-attentat est représenté par des policiers en action, lors de la traque et des prises d'otages. La une du *Figaro* du 8 janvier fait cependant exception : elle privilégie un photogramme extrait d'une vidéo amateur, sur lequel apparaissent les frères Kouachi, juste après la fusillade à *Charlie Hebdo*.

Le récit-mobilisation regroupe pour sa part diverses images de foule, sauf la une de *Libération* du 8 janvier, entièrement noire, avec pour seul texte « Nous sommes tous Charlie ». On constate donc une uniformité dans les choix éditoriaux : les victimes sont absentes et la violence des tueries n'est pas visible. Le discours est alors exclusivement orienté vers les réponses apportées aux attaques : les opérations de police (l'État) et les rassemblements de rue (la société).

Ces unes, mises côte à côte, révèlent une construction en miroir : chaque couverture du 8 janvier entre en résonance avec celle du 12, lendemain de la marche républicaine. Pour *Libération*, l'écho est perceptible dans le choix du format double-page et dans le sujet choisi : la une endeuillée du 8 répond aux multiples pancartes présentes dans la marche du dimanche, tel un agrandissement de l'une d'entre elles. *Le Monde* joue pour sa part sur la titraille : au « 11-Septembre français » répond le « 11 Janvier », les dates contribuant à



Figure 1. Unes de presse du 8 au 12 janvier 2015 : *Libération*, *Le Figaro*, *Le Monde*

Crédits. *Libération* : une du 08/01/2015, « Je suis Charlie » ; une du 09/01/2015, « La traque », © Guillaume Binet (Myop) ; une du 10-11/01/2015, « Résister », © Gabrielle Chatelain (AFP) ; une du 12/01/2015, « Nous sommes un peuple », © Johann Rousselot (Signatures). La reproduction de ces documents est soumise à l'autorisation de *Libération*. *Le Figaro* : une du 08/01/2015, « La liberté assassinée » ; une du 09/01/2015, « La France submergée par l'émotion » ; une du 10-11/01/2015, « La mort des tueurs » ; une du 12/01/2015, « La France debout », © *Le Figaro*, 01/2015. *Le Monde* : une du 09/01/2015, « Le 11-Septembre français » ; une du 10/01/2015, « La folie meurtrière des frères Kouachi » ; une du 11-12/01/2015, « Marcher contre la terreur » ; une du 13/01/2015, « C'était le 11 janvier », © *Le Monde*, 01/2015.

historiciser l'événement. L'effet de résonance est peut-être moins tangible pour *Le Figaro* : aux deux terroristes « assassinant » la liberté, répond une large foule, une « France debout », sorte de mise en image d'un énoncé, « 17 morts, 66 millions de blessés », qui a beaucoup circulé sur les réseaux sociaux.

À la télévision, le récit-mobilisation apparaît aussi très rapidement après les attaques. Les rassemblements sont évoqués le soir même de l'attentat contre *Charlie Hebdo*. Le récit s'étoffe au fil des jours, rythmé par les différentes actualités, et gagne en temps d'antenne. Les mobilisations font l'ouverture du JT suivant, et sont rappelées à trois reprises dans l'émission. Le journal du dimanche est quant à lui dédié à 80 % aux rassemblements<sup>9</sup>. Ce traitement médiatique donne à voir trois espaces : les mémoriaux éphémères (notamment la rue Nicolas Appert et l'Hyper Cacher), la rue et les places publiques, ainsi que des institutions (écoles, rédactions de presse), entreprises commerciales et lieux de transport. Le récit est marqué par les nombreux reportages rendant compte des mobilisations sur tout le territoire. Ces séquences sont majoritairement constituées de micros-trottoirs (Myers, 2006), afin de transcrire l'ambiance et les points de vue des participants, nous y reviendrons. Le direct est aussi très prégnant. Ce dispositif qui donne à voir, mais aussi à entendre, montre l'événement en train de se faire, capte les sons, les mouvements. Chaque soir, un correspondant s'immerge dans les mobilisations place de la République ou ailleurs en France pour informer de la composition de la foule en temps réel. La place prise par les performances collectives de rue dans les JT de France 2 atteste alors de l'importance accordée à ce sujet, qui clôture d'ailleurs systématiquement chaque émission.

Dans l'ensemble, la presse comme la télévision montrent des images de collectifs : des policiers, des secouristes, des politiques, des anonymes. Autrement dit : une société qui réagit. Au fil des jours, les médias dressent le portrait d'une société unie face au terrorisme, par la convocation à de nombreuses reprises du terme *peuple*, mais aussi par la mise en mots et en images des rassemblements, autour de deux pôles complémentaires : la foule mais aussi les individualités qui la composent.

## La construction médiatique d'un « peuple-émotion »

### Peuple-France et peuple-bloc

Dans une interview publiée par *Libération* à l'occasion du troisième anniversaire des attentats parisiens de janvier 2015, Pascal Ory qualifiait la notion de « peuple » de « grande invention politique moderne » qui n'existe « que dans

9. Une analyse de la répartition du temps d'antenne par sujet a été effectuée sur l'ensemble des JT du corpus.



les préambules de la Constitution »<sup>10</sup>. Cette idée rejoint celle de Georges Didi-Huberman lorsqu'il écrit : « "le peuple" comme unité, identité, totalité ou généralité, cela n'existe tout simplement pas » (Didi-Huberman, 2013, p. 77). Si le peuple ne préexiste effectivement pas à sa représentation, nous avons cherché à identifier les contours du peuple ou des peuples que dessinent les médias dans la période post-attentats. Grâce à la base de données Europresse, une recherche ciblée a été effectuée afin d'isoler les occurrences dans le corpus<sup>11</sup>. Pour les trois quotidiens, nous en avons identifié 74, réparties de la façon suivante : *Libération*, 24 fois sur 18 articles (32 %) ; *Le Figaro*, 18 fois sur 11 articles (25 %) ; *Le Monde*, 32 fois sur 26 articles (43 %). Un résultat qui indique un usage assez intensif du terme<sup>12</sup>, et à plus forte raison le jour de la marche républicaine et le lendemain. En prenant en compte le contexte général de l'article et le statut de l'auteur (journaliste, politique, expert, intellectuel, anonyme), deux catégories principales émergent, que nous pouvons désigner comme le *peuple-France* et le *peuple-bloc*.

La première, *peuple-France*, renvoie à toutes les déclarations de solidarité en provenance de l'étranger. Il s'agit majoritairement de discours rapportés privilégiant des formules brèves et normées, compte tenu des protocoles et de la solennité de l'événement. Au mot *peuple* est systématiquement adjoind un qualificatif, « français » ou « de France ». Dans cette configuration, le locuteur se fait depuis l'étranger porte-parole de son propre peuple et représente ce dernier. C'est donc moins l'énoncé qui fait sens – puisque très conventionnel – que l'identité du messenger et la symbolique qui l'entoure. Le terme *peuple* a donc ici une valeur d'incarnation et de reconnaissance. Dans les médias, les réactions des dirigeants internationaux sont regroupées, leur accumulation confirmant alors l'importance de l'événement.

La seconde catégorie, *peuple-bloc*, réunit des énoncés plus hétérogènes, mais tous singularisés par une dynamique unificatrice autour de valeurs fortes, et ce dans une logique d'opposition à un adversaire identifié. Ce « faire bloc » regroupe des visions politiques parfois opposées – celles qui distinguent les gouvernés des gouvernants, et celles qui les associent. Tout un vocabulaire lié au mouvement et à l'action est accolé au mot « peuple » : « debout », « en marche », « en émoi », « se relever », « s'unir contre ». L'entité fédératrice qui nourrit cette approche est tournée vers la défense de la République et ses valeurs : « Et derrière cette déclinaison à l'infini des "Je", il n'y avait finalement

10. Sonya Faure, « Pascal Ory : "Le Peuple, ça n'existe que dans les préambules de Constitution" », *Libération.fr*, 5 janvier 2018, [http://www.liberation.fr/debats/2018/01/05/pascal-ory-le-peuple-ca-n-existe-que-dans-les-preambules-de-constitution\\_1620692](http://www.liberation.fr/debats/2018/01/05/pascal-ory-le-peuple-ca-n-existe-que-dans-les-preambules-de-constitution_1620692) (consulté le 13/06/2018).

11. Les articles n'ayant aucun lien direct ou indirect avec les attentats ont été exclus du comptage, de même pour les doublons.

12. Une requête effectuée sur une même période de même durée, mais antérieure d'un an, divise par plus de deux le résultat.

qu'une identité commune : "Je suis républicain" », « les rassemblements de ce week-end avaient valeur de baptême républicain », « Jamais les places de la République, et de la Nation, à Paris, n'avaient si bien porté leur nom ». Dans les deux catégories, c'est l'émotion qui constitue l'élément central et fédérateur, renouant avec l'expression « peuple-émotion » de P. Rosanvallon.

Enfin, un usage particulier du mot « peuple » est à relever, celui utilisé par *Libération* dans sa une du 12 janvier : « Nous sommes un peuple », sur fond de foule (figure 1). Plusieurs interprétations sont possibles. L'usage conjoint du déterminant « un » et du pronom « nous » peut signifier un effet de nouveauté, constat d'une communion en cours de réalisation ; ou bien l'idée d'indivisibilité et de force ; ou encore l'inclusion des journalistes dans le propos énoncé, « nous qui parlons » et « vous » la foule, « nous sommes un peuple » ; on peut enfin y voir la conjuration des craintes ou des souhaits énoncés par certains d'une division interne à la société (notamment une stigmatisation des musulmans).

## De la foule au zoom

L'analyse du traitement médiatique des rassemblements, depuis les premières mobilisations jusqu'à la marche républicaine, démontre une certaine uniformité dans les schémas narratifs qui s'articulent autour de trois pôles, identifiés par Claire Sécaïl : « faire nombre », « faire masse », « faire puzzle » (Sécaïl, 2016). Nous montrerons comment ces catégories constituent un cadre pertinent pour notre propre corpus, et nous en ajouterons une quatrième, « faire sens ».

Métaphore, hyperbole, accumulation, comparaison, les journalistes ont recours dès le 7 janvier à diverses figures de style pour souligner l'ampleur de la mobilisation, tant au regard du nombre de participants que de leur répartition géographique. Des données chiffrées aux multiples zéros sont ainsi égrenées, pour montrer que « des plus petits villages aux plus grandes villes » les rassemblements ont lieu « partout » : « sur les esplanades de dizaines de villes en France, d'Agen à Paris, de Périgueux à Lyon, de Besançon à Marseille, de Nîmes à Nantes », « À Concarneau, Aubenas, Tours, Grenoble, Montbéliard, Valenciennes ». Des villes connues en côtoient ainsi d'autres plus « improbables ». Pour donner l'impression d'un phénomène encore plus unanime, des procédés langagiers jouent sur l'idée de simultanéité et d'équivalence des réactions en établissant des rapprochements entre les villes : « tandis que », « même émotion à », « même atmosphère lourde et émue ».

C'est donc « toute la nation qui se recueille », « et même au-delà des frontières » : « L'Europe entière pleure les victimes », « Le monde en état de choc », « Que ce soit à Moscou, à New York, à San Francisco, Berlin, l'émotion est mondiale », « Du pôle Sud aux places de Rio de Janeiro, une même émotion ». Cette dernière phrase, prononcée sur France 2, trouve son équivalent en images dans les pages du *Monde* où des Brésiliens en maillot de bain côtoient des

Montréalais déposant des crayons dans la neige. À l'effet liste s'ajoute ainsi un jeu sur les contrastes.

Pour la marche du 11 janvier, le discours comptable s'oriente vers sa propre impossibilité (Sécaïl, 2016, p. 134), renforçant l'aspect inédit de la manifestation : « les comptes sont impossibles tant ils dépassent l'entendement », « On n'en finirait plus d'énumérer ainsi les records, jusqu'au tournis. »

Bien qu'imbriqués dans le discours journalistique, le « faire masse » se distingue du « faire nombre », car il ne s'agit plus ici de chiffrer ou de désigner, mais de faire un « usage symbolique de l'estimation » (Sécaïl, 2016, p. 137). Aussi, plusieurs expressions explicitant l'idée de quantité jalonnent le discours : « foule compacte », « noire de monde », « à perte de vue », puisant notamment dans le champ lexical de la mer : « vague mouvante », « marée humaine », « océan immobile ».

D'une manière générale, les représentations visuelles de la foule sont très présentes dans les médias, notamment pour annoncer un sujet lié aux rassemblements<sup>13</sup>, que ce soit en une, comme nous l'avons vu, ou à la télévision. Cette dernière a recours au *split screen* pour donner un « tour d'horizon » des manifestations, l'équivalent dans la presse étant les cartes de France accompagnées d'images. Les maquettes des journaux laissent aussi place à de grandes photographies de foule, souvent prises en plongée. Outre *Libération*, déjà adepte d'une importante iconographie, c'est le cas du *Monde*, pourtant habitué au petit format, mais qui insère pour l'occasion une double-page de la place de la République au milieu de l'édition du 13 janvier :

Les photos sont non seulement à l'échelle de l'événement mais aussi, et surtout peut-être, à l'échelle du traumatisme affectif du lecteur. Celui-ci perçoit dans cette grandeur même un cadre analogique à la hauteur de son émotion, qui s'y trouve à son tour reflétée et exacerbée. (Marion, 1994, p. 323).

Au-delà de l'aspect comptable, le récit des mobilisations se fait surtout par une multitude de micros-trottoirs, un procédé courant pour ce type d'événement comme a pu le montrer Greg Myers dans ses travaux. Rejoignant la notion de *peuple-bloc* évoquée plus haut, ce procédé journalistique permet de jouer sur une logique d'addition et une approche universaliste, les protagonistes constituant les pièces d'un « puzzle » (Sécaïl, 2016, p. 142), qui, une fois assemblées, dessinent ce fameux « peuple français ». Les individus composant l'entité *foule* sont saisis dans leur singularité, tout en étant porteurs d'une vision commune et fraternelle de la société.

Le concept de masse se forge ainsi par le relais d'individualités saisies dans des portraits audiovisuels « instantanés ». Par accumulation de proche en proche,

13. La très grande majorité des unes de presse françaises, nationales et régionales, ont affiché une image de foule le 12 janvier 2015.

dans le temps vécu du direct, le spectateur se construit une *idée* de l'ampleur de manière bien plus forte et pertinemment affective que par d'arides vues aériennes. (Marion, 1994, p. 324)

Le journaliste s'efface alors pour laisser la parole aux anonymes, et devient un simple passeur, qui donne le microphone de ville en ville, de manifestant en manifestant afin de rendre compte d'une « expérience ordinaire » (Myers, 2006, p. 189). Trois sujets font l'objet de micros-trottoirs dans les JT étudiés : les attaques, avec les témoins directs et indirects (4 %), la sécurité et le plan Vigipirate (12 %), les mobilisations et les hommages (84 %). Ce sujet regroupe 149 témoignages, un nombre considérable qui atteste d'une stratégie éditoriale où l'acte de témoigner prime sur le contenu même de ce qui est dit. En effet, seuls quelques mots ou quelques phrases de la discussion sont retenus au montage : « J'ai envie de pleurer. C'est comme si je les connaissais. », « C'est important surtout pour montrer son soutien aux victimes, aux familles des victimes. », « Je suis juste là pour dire ma solidarité avec les Français et défendre la liberté d'expression. »

Le discours journalistique qui accompagne et encadre ces témoignages mobilise des catégories visant à décrire la diversité des participants. Sont ainsi précisés sexe, âge, nationalité, confession, classe sociale, orientation politique : « hommes et femmes, de droite et de gauche, chrétiens, juifs, musulmans ou athées », « en bande, en famille, avec les amis, les enfants ou les parents, traînant des poussettes ou portant leurs petits sur leurs épaules », « de toute génération, qu'ils aient lu ou non *Charlie Hebdo* ». Aboutissant parfois à des formulations mixant les statuts, les origines et les couleurs de peau : « Familles, ados, vieillards, Juifs, Arabes, athées, Chinois, Noirs et tous métisages de France ».

Deux types de micros-trottoirs sont observables, que ce soit à la télévision ou dans la presse : les interviews intégrées dans le corps d'un article ou d'un reportage, dont les extraits, nombreux, se limitent à une ou deux phrases ; et les portraits, au volume de signes plus important<sup>14</sup>.

Tableau 1. Micros-trottoirs lors de mobilisations collectives, JT France 2

| Date du JT                                     | 07/01 | 08/01 | 09/01 | 10/01  | 11/01  | 12/01 |
|--|-------|-------|-------|--------|--------|-------|
| Répartition des micros-trottoirs (homme/femme) | 4H10F | 8H27F |       | 16H21F | 21H22F | 9H11F |
| Total  | 14    | 35    | 0     | 37     | 43     | 20    |

Les questions des journalistes sont, dans leur grande majorité, coupées au montage, cependant quelques-unes subsistent et traduisent une orientation

14. France 2, 10/01; *Libération*, 10-11/01, p. 10, 12/01, p. 10-13; *Le Figaro*, 12/01, p. 3.

émotionnelle du discours : « On vous sent émue ? », « On sent beaucoup d'émotion ? », « Monsieur, vous affichez "Même pas peur" ? ». En outre, si l'on observe un relatif équilibre à la télévision dans la répartition hommes/femmes, celles-ci sont majoritaires (62 %), ce qui renforce l'attribution courante du registre du sensible aux femmes.

Tous les portraits sont présentés selon un dispositif similaire : nom/prénom, âge, profession, lieu d'habitation. Pour les micros-trottoirs insérés dans un article, l'identité de l'interviewé revêt des formes multiples : « Fred », « une musulmane voilée, Dorsaf, 42 ans, venue de Villeneuve-d'Ascq », « Évelyne, fonctionnaire à Paris », « Hamed, un jeune "rebeu et français" », « Estelle et Thomas », « la jeune femme blonde », « Delphine », « Jean-Claude, sexagénaire ». Par cette diversité affichée, qu'elle soit d'âge, de sexe ou d'origine, il s'agit de montrer que tous les Français sont présents. L'assemblage de ces « paroles de citoyens » dessine alors une société unifiée. L'intitulé choisi par *Libération* pour ses portraits est à ce titre révélateur : « Un pays debout face à la terreur », avec en phrase d'accroche : « Plus de 3 millions de "je" pour un seul "nous" ».

Si le contenu même des micros-trottoirs mériterait une analyse à part entière, nous relèverons ici deux éléments. Le premier concerne le traitement médiatique des interviewés maghrébins et/ou musulmans, leur identité étant presque systématiquement et exclusivement réduite à leur origine ou à leur confession, à laquelle s'ajoute parfois le lieu d'habitation, généralement situé en banlieue. Le second touche au consensus affiché par l'ensemble des médias dans une position clairement « pro-marche ». *Libération* laisse une place pour un discours alternatif, interrogeant des personnes qui affichent le souhait de rester « en retrait de la mobilisation ». Cependant, à la lecture, les verbatims sélectionnés indiquent plutôt une posture indécise, voire interrogative. France 2, pour sa part, n'introduit à aucun moment un contre-discours, diffusant d'ailleurs le 10 janvier quatre portraits intitulés : « Pourquoi j'irai marcher demain ».

### « Faire-sens » : des larmes à la célébration

Le « faire sens » soulève la question de la mise en scène, à travers trois éléments : les lieux (les décors), les objets (l'attirail manifestant), les attitudes (les émotions et les gestuelles). Il s'agit d'analyser la mise en scène produite par les manifestants, et la façon dont les médias rendent compte de cet univers de signes, afin de mettre au jour un travail de coproduction.

Pour raconter l'émotion ou pour la susciter, un message médiatique doit forcément tirer parti d'une sorte de « force d'attraction » ou de « force de gravité » du média qui, à des degrés divers, mais de façon irrépressible, *coproduit* l'énoncé. (Marion, 1994, p. 318)

**Ils voulaient mettre à genoux la France, ils l'ont mise debout !**

Sur la page Facebook du groupe de soutien à Charlie

**CABU EST MORT, VIVE CABU!**  
Le grand Duduche est allé déposer une fleur là où il est tombé, le Beauf est venu avec sa collection de «Playboy» qu'il a offerte à sa dépouille. Ils pleurent tous les deux à chaudes larmes et – le croyez-vous ? – c'est le grand Duduche qui tape sur l'épaule du Beauf qui n'arrive plus à arrêter ses sanglots.

Joël Carrasco citoyen marseillais

**Ambiance oppressante à la fac ce matin... notre prof a même fondu en larmes #jesuischarlie**

@alabamaly on sur Twitter



Près des locaux de «Charlie Hebdo», jeudi. PHOTO: DOMINIQUE CARLÉ



En fin de matinée sur la place de la République à Paris... PHOTO: DOMINIQUE CARLÉ



... et avant le grand rassemblement du soir, où plusieurs milliers de personnes ont une nouvelle

**NON À LA HAINE MORTIFIÈRE**

Le but recherché est double : décapiter un journal satirique irrévérencieux et ébranler les fondements de notre république. Car ce n'est pas uniquement la liberté d'expression qui a été attaquée mais également la France laïque et l'Etat de droit, la démocratie et le vivre-ensemble, dont cette liberté est une composante fondamentale.

Saoud Mahersi | [shd.fr/entreprise](#)

**Chers terroristes, nous sommes des milliers de gros lourds à l'humour déplorable dans une salle de rédaction appelée Internet. Bonne chance...**

@ploum red-weekly 0 005 kuis

**TROP PETITS**

Une enseignante a demandé à ses élèves de maternelle de dessiner ce qu'ils voulaient en silence. Puis, elle a écrit sur chaque feuille: «Parce que nous sommes trop petits pour nous faire pendant une minute afin de rendre hommage aux victimes de l'attentat survenu le 7 janvier 2015, nous dessinons pour que personne ne puisse un jour nous interdire de le faire.» Tous ces dessins seront envoyés à Charlie Hebdo.

Rassemblement sur le compte Twitter de [@princeesse05](#)

Figure 2. *Libération*, 9 janvier 2015, supplément page 2  
© Édouard Caupeil, Julien Mignot, Rémy Artiges

Tout d'abord, les lieux. Si les plans de foule ne permettent généralement pas d'identifier la ville, certaines images intègrent dans le champ des monuments reconnaissables ou des traits typiques, comme un plan large permettant de reconnaître la promenade des Anglais à Nice. Les mémoriaux éphémères constituent le deuxième décor des mobilisations, à savoir ces espaces

temporaires de dépôts d'hommages sur les lieux des tueries, se caractérisant par l'agrégation, plus ou moins désordonnée, d'objets divers, de végétaux et de messages. Ces lieux sont fortement chargés émotionnellement, par la présence des hommages notamment, mais aussi par les pratiques de recueillement. Les journalistes filment les dépôts, la caméra suivant le mouvement, et les hommages constituent souvent le point de départ d'une interview.

Deuxième élément, les objets. Le traitement médiatique des mobilisations met en évidence ce que l'on pourrait désigner comme un attirail du manifestant : pancartes, crayons, drapeaux, unes de presse, etc. On constate un primat accordé à l'écrit dans les visuels choisis. L'image intègre alors en elle-même sa propre légende. Ces « cris en format A4 » (comme ils sont désignés par *Le Monde*), se font le relais des discours et des affects, comme cet agrandissement, en pleine page, d'une pancarte sur laquelle il est écrit « Chialer ». Les éditions spéciales et les suppléments se présentent comme des livrets d'images composés de photographies des participants sans que celles-ci soient nécessairement accompagnées par un article explicatif (figure 2).

Enfin, troisième élément, les attitudes. Les mobilisations des premiers jours semblent empreintes de tristesse, l'ambiance est lourde, recueillie, calme. Cette posture de deuil est soulignée non seulement par les propos des journalistes (« Partout la même tristesse, les mêmes visages fermés », « mine sombre », « les larmes ont coulé », « ces silences graves, déterminés, parfois chargés de sanglots... », « très ému », « douleur »), mais aussi par les illustrations. Les photos publiées sont assez sombres, puisque majoritairement prises à la tombée de la nuit. Mais ce choix éditorial se révèle symbolique. Afin d'illustrer les rhétoriques propres à chaque média dans la mise en scène de l'affect, nous prendrons deux exemples.

Le premier est une photographie publiée en l'édition du 9 janvier du journal *Le Monde*, dans le cadre d'un article intitulé « Ce jour où un peu partout en France, on a crié : "Je suis Charlie" ». Il s'agit de deux femmes, les yeux fermés : la plus âgée, le visage marqué par la tristesse, serre affectueusement contre elle la seconde. Elles sont plongées dans la noirceur de la nuit, tout en étant baignées d'une lumière orangée évoquant celle d'une flamme de bougie. Ces femmes s'inscrivent dans la longue généalogie des *mater dolorosa*, figures récurrentes dans les médias, marquées par l'esthétique des icônes religieuses.

Le second exemple est extrait du JT de France 2, lors d'un micro-trottoir d'un père et de sa fille. Ils se tiennent la main, celle de la fille serrée contre le torse de son père, dans une position protectrice. La séquence débute par un plan serré sur ce geste, puis la caméra remonte lentement vers leurs visages et les affichettes « Je suis Charlie » qu'ils brandissent. Ensuite vient l'interview, lui est en larmes, il peine à trouver ses mots, submergé par l'émotion. Sa fille vient alors poser sa tête contre son épaule, pour le réconforter. Jean-François Tétu dit de la télévision qu'elle est « propice au surgissement de l'émotion » (Tétu, 2004,

p. 11) : le téléspectateur, face à ce spectacle de désolation, se trouve confronté à l'incertitude du moment de vacillement, lorsque l'émotion déborde.

En outre, par l'éloignement à la fois géographique (des mémoriaux éphémères) et temporel (des attentats), on constate un glissement dans le traitement médiatique : le « peuple en larmes » devient un « peuple en marches ». La marche républicaine entérine ce basculement : « Dimanche, place de la République, la France ne pleure plus, elle n'a plus peur, elle est au front, solidaire et déterminée à se battre contre le fanatisme » (*Le Figaro*, 12 janvier 2015, p. 2). Le vocabulaire utilisé par les anonymes et les journalistes est beaucoup plus festif. Les images prises en journée apportent un nouvel éclairage sur les mobilisations, privilégiant les attributs identitaires, dont le drapeau français, et les postures combatives, cristallisées autour de la gestuelle du crayon brandi (Bazin, 2016b, p. 78-80). La photo du « Crayon guidant le peuple », de Stéphane Mahé dans *Le Monde*, est révélatrice de ce processus de figement représentationnel. La référence au célèbre tableau d'Eugène Delacroix révèle cette volonté d'inscrire l'événement dans l'Histoire. Le JT de France 2 du 12 janvier confirme cette esthétisation de l'image. « *This is a place where I don't feel alone, This is a place that I call home* », c'est sur ce refrain d'une chanson du groupe The Cinematic Orchestra que se déroule une séquence sur la marche de la veille, véritable condensé des possibilités de dramatisation offertes par le média : musique extradiégétique, ralentissement de l'image, passage au noir et blanc, incrustation d'une vidéo amateur prise par un téléphone portable, alternance de silences et de paroles d'anonymes.

Dans cette coproduction d'un « peuple-émotion », un autre élément crucial doit être pris en compte : la proximité professionnelle, voire intime, des producteurs de contenus informationnels avec les premières victimes.

## **« Nous sommes Charlie » : les journalistes producteurs d'une « information-émotion »**

La particularité du traitement médiatique des attentats de janvier 2015 repose en partie sur l'identité des victimes. En effet, les journalistes sont susceptibles d'être doublement affectés par l'attaque de *Charlie Hebdo* : sur le plan professionnel d'une part, car c'est une rédaction de presse qui a été visée, par extension c'est donc toute la corporation qui est concernée ; sur le plan affectif d'autre part, car les victimes comptaient des personnalités connues, que les journalistes ont parfois été amenés à rencontrer personnellement au cours de leur carrière, nouant pour certains une amitié. Nous étudierons moins dans cette dernière partie l'ampleur de la couverture médiatique, déjà évoquée, que les traces de l'investissement émotionnel des journalistes. Il s'agit alors d'identifier les marques de subjectivité qui relèveraient d'une « information-émotion », pour reprendre le vocabulaire de Philippe Marion (Marion, 1994).



Le journal qui énonce le plus explicitement cette proximité, c'est *Libération*. L'éditorial de Laurent Joffrin, daté du 8 janvier, illustré par une large photographie d'une foule endeuillée, est révélateur. L'auteur dresse des portraits à la fois élogieux et intimes des dessinateurs, de Bernard Maris, et de Philippe Lançon (collègue de *Libération* et survivant de l'attentat) pour lesquels le terme *amis* est répété à plusieurs reprises.

*Libération* est touché au cœur. *Charlie* et sa bande, ce sont nos cousins. Avec leurs amis, leurs familles, nous pleurons. [...] *Charlie* vivra, grâce à ses lecteurs, *Charlie* vivra en esprit, à travers nous. Nous sommes tous des *Charlie*. [...] Quant à nous, journalistes, amis des journalistes assassinés, nous continuerons. (*Libération*, 8 janvier 2015, p. 3)

Le texte retrace l'histoire du journal satirique, multipliant les adjectifs qualificatifs. Le lien de longue date entre les deux rédactions<sup>15</sup> est également souligné, clé de lecture de cette amitié affichée. Si le ton est très différent dans l'éditorial du même jour du *Figaro* – où aucun lien affectif ou professionnel n'est énoncé –, on retrouve une rhétorique similaire, bien que moins emphatique et intimiste, dans l'éditorial du journal *Le Monde*. Gilles van Kote parle de « collègues » et de « camarades ».

Dans les pages internes des trois quotidiens, les marques d'affects disparaissent. Les témoignages de solidarité se font de façon indirecte, dans les choix de sujets. À ce titre, notons les longs portraits sous forme de nécrologies, les pages dédiées aux hommages des dessinateurs de presse du monde entier, mais aussi la publication de dessins de *Charlie Hebdo*, et notamment de caricatures du prophète Mahomet dans *Libération*.

Sur France 2, le vocabulaire de la camaraderie se retrouve dans le discours de certains invités. La chaîne publique a en effet convié sur son plateau plusieurs journalistes connus, notamment Plantu, Franz-Olivier Giesbert, Caroline Fourest, Jean d'Ormesson, qui font part de leur amitié et de leur admiration pour les victimes, pour ce qu'elles étaient et représentaient. Les questions des présentateurs orientent la discussion vers le registre émotionnel. L'interview de Patrick Pelloux, invité le 8 janvier sur le plateau de France 2, en constitue sans doute le point d'orgue. Un média invite ainsi des journalistes d'autres rédactions à parler de leur propre profession, tout en s'incluant dans un discours incitant à la défense de la liberté d'expression : « Tout le monde se mobilise pour *Charlie Hebdo*, France Télé parmi beaucoup d'autres, pour vous aider », dit David Pujadas à l'urgentiste et chroniqueur.

Ces aménagements et choix éditoriaux traduisent une vive émotion dans les rédactions, comme le démontrent les multiples hommages publics des jour-

15. Outre la collaboration de journalistes travaillant conjointement pour les deux rédactions, *Libération* avait hébergé l'équipe de *Charlie Hebdo* en 2011, à la suite d'un incendie criminel dans leurs locaux. Un accueil d'ailleurs renouvelé en 2015 après les attentats.

nalistes, et notamment une tribune intitulée « Je suis Charlie », signée par les principaux dirigeants des médias français. La reprise de la formule virale de Joachim Roncin, telle quelle ou transposée à la première personne du pluriel, permet aux organes de presse et de télévision d'énoncer de façon concise leur solidarité. Cependant, les recours à ce slogan se font de façon plus ou moins explicite. À ce titre, la mise en abîme de la formule à travers les pancartes des manifestants dans les images, et à plus forte raison dans les unes, maintient une ambiguïté sur l'énonciateur : simple illustration des rassemblements ou marqueur implicite d'une éditorialisation du contenu ? Aucun doute pour la couverture de *Libération*<sup>16</sup>, qui mélange la typographie de son propre logo avec celui de *Charlie Hebdo*, le tout sur fond noir ; mais l'ambivalence persiste pour la une du journal *Le Figaro* du 9 janvier, et surtout pour celle du *Monde* datée du même jour, avec une vue en plongée sur une manifestante, regard vers le ciel, brandissant vers la caméra une pancarte « Je suis Charlie » (figure 1).

Le soir même des premiers attentats, David Pujadas referme l'émission par un « hommage aux victimes des attentats [...] réalisé en images » et signé par les « collaborateurs de France Télévisions ». La séquence<sup>17</sup>, de deux minutes, est un montage composé de portraits des victimes, mais aussi de dessins, unes de journaux et photographies d'hommages de journalistes et d'anonymes, rythmé par la musique du titre *Reckoner* de Radiohead. La vidéo se termine sur le message « Nous sommes tous Charlie ». La pratique du remix et l'amateurisme des animations font alors écho aux « sanctuaires spontanés numériques » (Figeac, Paton, 2013), ces montages audiovisuels mis en ligne par les internautes afin de rendre un hommage public aux défunts, sorte de prolongement sur internet des mémoriaux éphémères. Le format commémoratif choisi par France 2 brouille les frontières entre les productions médiatiques professionnelles et les productions amateurs. Les pratiques commémoratives se répondent, se mélangent, les éléments qui les composent circulant d'une sphère médiatique à une autre, à l'instar de la une de *Libération*. De la maladresse du montage, de ce bricolage « bien fait », émane alors une certaine authenticité du propos. Il en résulte un effet de proximité avec le téléspectateur, grâce au partage d'émotions dont la mise en mots et en images s'inscrit dans des pratiques expressives communes.

Cette étude du traitement médiatique des manifestations de masse comme réponses ordinaires aux attaques terroristes témoigne du rôle des médias dans la construction d'un climat d'union nationale après les attentats de janvier 2015.

16. France 2, *Envoyé spécial*, « Édition spéciale Attentats à Charlie Hebdo », 8 janvier 2015, 95 minutes, avec un reportage à la rédaction de *Libération* lors des attentats, et notamment une séquence sur le choix de cette une.

17. France Télévisions, « #CharlieHebdo : la vidéo hommage de France Télévisions #NousSommesCharlie », 2 minutes, <https://www.youtube.com/watch?v=7iXPRKsWctQ> (consulté le 13/06/2018).

La couverture intensive des rassemblements et les procédés de mise en scène participent à une co-construction de l'événement. Si chaque média présente des spécificités, le discours journalistique converge vers la représentation d'un « peuple-émotion » à deux visages : la foule et les individus. Les grandes illustrations et descriptions des rassemblements s'imbriquent avec de nombreux micros-trottoirs regroupant des paroles d'anonymes supposément représentatifs de la diversité de la société française. Médiatisation de la foule donc, mais surtout d'une foule endeuillée, s'appuyant sur différents procédés de dramatisation et de sublimation de l'affect. Grâce au direct et au suivi régulier des mobilisations en cours, le JT encourage une communion partagée. Les unes de presse, quant à elles, réaffirment leur fonction symbolique. Condensés d'un événement, elles sont ré-médiatisées (Niemeyer, 2016, p. 20-21) dans d'autres médias comme indice d'un « concernement » généralisé. Mais elles constituent aussi des objets à part entière, au point d'être utilisées comme pancartes dans les manifestations.

La prise en compte du statut de l'énonciateur permet d'enrichir l'analyse en révélant la fonction thérapeutique des médias à destination de leur lectorat, mais également envers eux-mêmes. Les journalistes ne sont pas seulement des témoins de l'événement, mais également des acteurs essentiels dont les productions informationnelles rendent compte d'une « écriture en quête de catharsis » (Sreberny, 2006, p. 231). Il serait intéressant de poursuivre cette réflexion sur l'« émotricité », pour reprendre le néologisme de Florence Le Cam et Denis Ruellan (Le Cam, Ruellan, 2017), c'est-à-dire l'émotion comme moteur de réflexion et de production journalistique. Si de nombreux journalistes ont ponctuellement pris la parole ces dernières années pour parler de la gestion de l'affect au moment des attentats de janvier, réaliser des entretiens approfondis permettrait de mieux cerner ces enjeux, de les replacer dans des logiques journalistiques plus larges, et de se détacher de l'approche événementielle.

## Références

- ARQUEMBOURG Jocelyne, 2006, « De l'événement international à l'événement global : émergence et manifestations d'une sensibilité mondiale », *Hermès*, n° 46, p. 13-21.
- BACOT Paul, 1996, « Des mots pour dire la politisation : *État, nation, patrie, peuple*, dans les corpus politiques français contemporains », dans *Les mots de la nation*, S. Rémi-Giraud et P. Rézat éd., Lyon, Presses universitaires de Lyon, p. 41-64.
- BADIOU Alain, BOURDIEU Pierre éd., 2013, *Qu'est-ce qu'un peuple ?*, Paris, La fabrique éditions.
- BAUDOT Pierre-Yves, 2015, « Le 11-janvier : crise ou consensus ? », *La Vie des idées*, <http://www.laviedesidees.fr/Le-11-janvier-crise-ou-consensus.html> (consulté le 13 juin 2018).
- BAZIN Maëlle, 2016a, « L'énonciation d'un deuil national : usages de "Je suis Charlie" dans les écritures urbaines », dans *Le défi Charlie : les médias à l'épreuve des attentats*, P. Lefébure et C. Sécaïl éd., Paris, Lemieux éditeur, p. 153-186.

- 2016b, « Brandir un crayon : geste-emblème des rassemblements post-attentats de janvier 2015 », *Mots. Les langages du politique*, n° 110, p. 67-82.
- BENSA Alban, FASSIN Éric, 2002, « Les sciences sociales face à l'événement », *Terrain*, n° 38, p. 5-20.
- BOUSSAGUET Laurie, FAUCHER Florence, 2017, « Quand l'État convoque la rue : la marche républicaine du 11 janvier 2015 », *Gouvernement et action publique*, n° 2, p. 37-61.
- CHARAUDEAU Patrick, 2000, « La pathémisation à la télévision comme stratégie d'authenticité », dans *Les émotions dans les interactions*, M. Doury, C. Plantin et V. Traverso éd., Lyon, Presses universitaires de Lyon.
- DAYAN Daniel éd., 2006, *La terreurs spectacle : terrorisme et télévision*, Bruxelles, De Boeck.
- DIDI-HUBERMAN Georges, 2013, « Rendre sensible », dans *Qu'est-ce qu'un peuple*, Paris, La fabrique éditions, p. 77-114.
- FIGEAC Julien, PATON Nathalie, 2013, « La commémoration des "mauvais morts" au sein de sanctuaires spontanés numériques », *Les Cahiers du numérique*, vol. IX, n° 3-4, p. 241-270.
- FRAGNON Julien, 2006, « Le recours aux affects ou une première réponse à la précarité du monde : 11-Septembre, canicule et tsunami », Congrès de l'Association française de sociologie, Bordeaux, <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00619245/document> (consulté le 13 juin 2018).
- GARCIN-MARROU Isabelle, 2004, « L'affaire Dutroux : de l'émotion à la mobilisation », *Mots. Les langages du politique*, n° 75, p. 89-99.
- 2001, *Terrorisme, médias et démocratie*, Lyon, Presses universitaires de Lyon.
- HARE Isabelle, 2016, « Médias et terrorisme : entre changements et continuités ? », *Les Cahiers de la SFSIC*, n° 12, p. 41-52.
- LATTÉ Stéphane, 2012, « La "force de l'événement" est-elle un artefact ? Les mobilisations de victimes au prisme des théories événementielles de l'action collective », *Revue française de science politique*, vol. LXII, n° 3, p. 409-432.
- LEFÉBURE Pierre, SÉCAIL Claire éd., 2016, *Le défi Charlie : les médias à l'épreuve des attentats*, Paris, Lemieux éditeur.
- LE CAM Florence, RUELLAN Denis, 2017, *Émotions de journalistes : sel et sens du métier*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble.
- MARION Philippe, 1994, « L'affect télévisuel : les funérailles du roi Baudouin », *Hermès*, n° 13-14, p. 315-332.
- MARIOT Nicolas, 2006, *Bains de foule : les voyages présidentiels en province, 1888-2002*, Paris, Belin.
- MERZEAU Louise, 2015, « #jesuisCharlie, ou le médium identité », *Médium*, n° 43, p. 33-46.
- MYERS Greg, 2006, « *Vox populi*. Les micros-trottoirs du 11 septembre », dans *La terreurs spectacle : terrorisme et télévision*, D. Dayan éd., Bruxelles, De Boeck, p. 187-198.
- NIEMEYER Katharina, 2016, « Les Unes internationales du 8 janvier 2015 : entre uniformité et singularité », dans *Le défi Charlie : les médias à l'épreuve des attentats*, P. Lefébure et C. Sécaïl éd., Paris, Lemieux éditeur, p. 19-48.
- RICÉUR Paul, 1991, « Événement et sens », dans *L'événement en perspective*, J.-L. Petit éd., Paris, Éditions de l'EHESS, p. 41-56.
- ROSANVALLON Pierre, 1998, *Le peuple introuvable : histoire de la représentation démocratique en France*, Paris, Gallimard.
- SÉCAIL Claire, 2016, « L'Histoire en marche (républicaine) : l'information continue et "l'esprit du 11 janvier" », dans *Le défi Charlie : les médias à l'épreuve des attentats*, P. Lefébure et C. Sécaïl éd., Paris, Lemieux éditeur, p. 117-151.

- SREBERNY Annabelle, 2006, « Pour qui nous prenons-nous ? La distance journalistique et le problème du pronom », dans *La terreur spectacle : terrorisme et télévision*, D. Dayan éd., Bruxelles, De Boeck, p. 229-241.
- TAMBA Irène, 2012, « Le peuple : un nom collectif, une notion ambivalente », dans *Le peuple existe-t-il ?*, M. Wieviorka éd., Auxerre, Sciences humaines éditions, p. 17-40.
- TÉTU Jean-François, 2004, « L'émotion dans les médias : dispositifs, formes et figures », *Mots. Les langages du politique*, n° 75, p. 9-20.
- TRUC Gêrôme, 2016, *Sidérations : une sociologie des attentats*, Paris, PUF.
- VENIARD Marie, 2018, « La presse devant les attentats terroristes : usages journalistiques du mot *guerre* (Paris, 2015) », *Mots. Les langages du politique*, n° 116, p. 91-109.
- WIEVIORKA Michel, 2012, *Le peuple existe-t-il ?*, Auxerre, Sciences humaines éditions.

## Résumé / Abstract / Compendio

### Peuples en larmes, peuples en marches : la médiatisation des affects lors des attentats de janvier 2015

Cet article étudie le processus médiatique de co-construction d'une performance collective et consensuelle du deuil et de la solidarité à la suite des attentats terroristes de janvier 2015 à Paris, s'inscrivant dans le prolongement du mythe de l'unité nationale porté par les responsables politiques. Par une couverture intensive des manifestations de masse et divers procédés de mise en scène, les médias ont contribué à forger un « peuple-émotion » autour de deux pôles complémentaires : la foule et les individus.

*Mots-clés* : médias, émotions, peuple, attentats janvier 2015, Charlie Hebdo

### Peoples in tears, marching peoples: the mediatization of affects in the aftermath of the terrorist attacks of January 2015

This article studies the media process of co-construction of a collective and consensual performance of grief and solidarity following the terrorist attacks of January 2015 in Paris, as a continuation of the myth of national unity shown by French politicians. Through intensive coverage of mass demonstrations and various staging techniques, the media have helped to shape a "people-as-emotion" around two complementary poles: the crowd and the individuals.

*Keywords*: media, emotions, people, terrorist attacks January 2015, Charlie Hebdo

### Pueblos en lágrimas, pueblos en marchas: la mediatización de los afectos durante los atentados de enero de 2015

Este artículo estudia el proceso mediático de co-construcción de los medios de comunicación de una performance colectiva y consensuada de duelo y solidaridad tras los atentados terroristas de enero de 2015 en París, como una extensión del mito de la unidad nacional llevado a cabo por responsables políticos. A través de una cobertura intensiva de eventos masivos y varias técnicas de puesta en escena, los medios han ayudado a dar forma a un « pueblo-emoción » en torno a dos polos complementarios: la multitud y los individuos.

*Palabras claves*: medios de comunicación, emociones, personas, atentados de enero de 2015, Charlie Hebdo