

La force publique devant les caméras. Considérations sur la sous-veillance de la police par ses publics



Par Michaël Meyer
Premier-assistant en sociologie, Université de Lausanne

Les médias de masse, en particulier Internet, ont profondément modifié la distribution du pouvoir dans notre société. Sous l'œil des caméras et des citoyens-reporters, le pouvoir policier est l'objet d'une intense « sous-veillance » publique et médiatique. Pourquoi et comment sensibiliser les aspirants policiers aux « risques médiatiques » de leur future profession ?

Devenir policier : l'épreuve du public et des médias

La surveillance policière s'organise traditionnellement autour du regard que quelques individus portent sur beaucoup d'autres. Cette conception laisse cependant hors de vue un processus opposé, mais tout aussi significatif : la visibilité publique des forces de l'ordre. Pour le sociologue et pénaliste suédois Thomas Mathiesen (1997), « non seulement nous nous dirigeons vers une situation panoptique où un petit nombre peut voir et surveiller un grand nombre, mais nous allons sans cesse plus – en particulier à travers la télévision – vers une situation synoptique symétrique, où un grand nombre peut voir et suivre du regard une petite minorité ».

Cette minorité qui attise la curiosité, il s'agit notamment des policiers. On sait depuis les travaux de John Van Maanen (2003) que l'expérience du public et des médias est capitale lors de l'entrée dans la profession. Comme le déclare l'un de ses interviewés : « Nous sommes constamment sous la pression du public pour expliquer pourquoi nous avons fait ceci ou nous n'avons pas fait cela. C'est presque comme si le public pensait que nous leur appartenons. On devient hypersensible aux critiques du public, on a même peur de faire quoi que ce soit » (Van Maanen, 2003, p.151). Devenir policier, c'est donc fondamen-

talement apprendre à supporter et à manager cette forte visibilité sociale.

Le policier dans nos rues et le policier sur nos écrans

Au quotidien, chacun de nous peut faire l'expérience de rencontres littéraires, télévisées, cinématographiques avec la police. Les travaux de Wesley Skogan (1994) en Grande-Bretagne suggèrent même qu'une majorité de citoyens acquière sa connaissance des policiers d'abord à travers les médias, plutôt que par des rencontres en face-à-face. Narguant les efforts de la police de proximité, le double médiatique du policier se maintient donc comme la principale modalité contemporaine de contact entre la population et la police.

Du point de vue d'une histoire des médias, on observe depuis le début des années 1990 une diversification des formats. Aux séries télévisées et aux romans

*La police est confirmée
comme une entité dont
on ne peut parler sans être
rattrapé par un vaste
ensemble d'images,
d'émotions et de stéréotypes
médiatiques récurrents.*

d'« enquête policière » viennent s'ajouter les livres de témoignage, les *reality shows*, les docu-fictions et les grands reportages qui brouillent les frontières entre information et divertissement. L'avènement de cet « infotainment » se marque par deux évolutions. Premièrement, la diffusion d'images tirées des caméras de surveillance, mais aussi de vidéos amateurs captées par les témoins d'un événement. Deuxièmement, les codes et les effets de réel du « journalisme embarqué » marquent fortement les informations télévisées et même certains sitcoms ou films qui en reprennent le style immersif (caméra à l'épaule, décadage, flou).

La police comme objet dramaturgique

Dans ce contexte de haute visibilité culturelle, la police est confirmée comme une entité dont on ne peut parler (ou faire l'analyse) sans être rattrapé

par un vaste ensemble d'images, d'émotions et de stéréotypes médiatiques récurrents. Comme le souligne Jean-Paul Brodeur (2008), « la dramatisation qui transforme [le travail policier] en une représentation théâtrale est un processus médiatique qui peut être indéfiniment réitéré. Le projet de substituer une représentation scientifique à la représentation affective d'un objet dramaturgique se heurte à la puissance des médias qui diffusent massivement la seconde, plus propre à augmenter les tirages ». Quelles sont alors les conséquences de ce processus médiatique sur les pratiques de travail et pour la formation ? Comment les comportements des agents sont perturbés face aux caméras de télévision ou face aux smartphones des citoyens-reporters ? Et surtout face à ce puissant mythe médiatique, quels sont les outils de « dédramatisation » proposés aux futurs policiers ?

La capacité de se distancier des faux-semblants médiatiques semble en effet indispensable à tout nouvel entrant. Confronté aux médias et à la diffusion de son image (ou de celle de ses collègues réels ou fictifs), chaque policier s'attend à être comparé et jugé à l'aune d'homologues présents en surnombre sur les écrans. Ces doubles médiatiques, dont l'influence est difficilement quantifiable, agissent pourtant en profondeur sur l'identité professionnelle et sur la qualité de la relation avec la population. Au contact d'un public qui est simultanément spectateur des images, le policier moderne a besoin de nouvelles aptitudes (largement invisibilisées dans les cahiers des charges), notamment des capacités de déconstruction de la culture médiatique et de médiation entre le travail effectif et le travail représenté.

Communication, médias et légitimité

A l'inverse d'une telle prise de distance, on remarque en Suisse la tentation d'embrasser les formats de la culture de masse. A partir des années 2000, les corps de police puisent dans les répertoires à succès et les spots de recrutement deviennent des manifestes en faveur d'une revalorisation publique de la profession. Les représentations familières de la police, auxquelles les communicants n'adhèrent souvent que par stratégie, deviennent l'une des choses les plus aisément partageables avec les citoyens.

Mais le risque de cette stratégie est de contribuer à la reproduction des stéréotypes médiatiques. En jouant la carte de la théâtralisation du métier, la communication institutionnelle contribue à naturaliser une vision de la police conçue d'abord pour ménager les habitudes des consommateurs des médias. Cette stratégie d'autopromotion devrait soulever une question parmi les formateurs : l'utilisation des conventions médiatiques ne participe-t-elle pas à renforcer chez les recrues potentielles une vision biaisée, dramaturgique, ultra-efficace et monolithique de la police ? Laissant loin derrière la nature faillible et morcelée d'une institution composée de visions hétérogènes de ce que devrait être et faire la police.

Du point de vue strictement communicationnel, il semble bien sûr plus efficace d'attirer sur la base d'images coutumières dans lesquelles l'action est omniprésente et le policier toujours sûr de lui. Or, si la fascination des images constitue peut-être un bon indicateur du goût des spectateurs des médias, elle ne garantit pas le ciblage adéquat des destinataires. Paradoxe de la communication de masse, on pourrait même envisager que ceux qui auraient les capacités de distanciation pour devenir policier sont les mêmes qui seront rebutés à la vue des représentations médiatiques caricaturales. Dans tous les cas, recruter sur cette base exige un travail collatéral pour les formateurs : désapprendre aux aspirants

En jouant la carte de la théâtralisation du métier, la communication institutionnelle contribue à naturaliser une vision de la police conçue d'abord pour ménager les habitudes des consommateurs des médias.



Vient de paraître :

Michaël Meyer (dir.), *Médiatiser la police. Policer les médias*, Editions Antipodes, Lausanne, 2012.

A partir de perspectives sociologiques, historiques et linguistiques, cet ouvrage collectif se propose d'explorer comment des représentations de la police sont produites et circulent dans, et entre, les champs du divertissement et de l'information. Mais encore comment les institutions policières se sont elles-mêmes constituées en pourvoyeuses et en gardiennes de leur image publique. Sur la base d'exemples suisses, français et anglais, ce livre propose une analyse de l'imaginaire social sur la police, de sa diffusion dans les médias de masse, ainsi que du travail communicationnel des polices modernes.

certain conditionnements nés des imaginaires médiatiques (action omniprésente, vie plus palpitante, danger et répression au quotidien), afin d'éviter les déceptions ultérieures et les renoncements prématurés à une carrière.

Le maintien d'une image positive demeure un impératif de fonctionnement pour toutes les polices modernes. Si les chargés de communication sont au centre de cet objectif, la mission de veiller à l'image de la profession déborde sur les collaborateurs en uniforme, visibles dans l'espace public. Il faut donc apprendre aux jeunes policiers que non seulement ils auront à charge de communiquer avec les citoyens en rue, mais que l'on communiquera en leur nom, qu'on les filmera sans leur accord et que les médias évoqueront leurs actions dans des termes qui ne coïncideront presque jamais avec leur propre perception des interventions. Mal géré, cet écart entre le vécu professionnel et son reflet médiatique constitue une source majeure de crispation et d'insatisfaction au travail.

Le policier face à son reflet médiatique

Comme l'a montré récemment Guillaume Le Saulnier (2011), les policiers forment un groupe inquiet des échos médiatiques de leurs actions. Ils perçoivent les médias, et le public qui les consomme, comme des menaces pour leur groupe professionnel. Dans leur perception, les critiques adressées à la police par la population seraient la résultante d'une médiatisation

Mal géré, l'écart entre le vécu professionnel et son reflet médiatique constitue une source majeure de crispation et d'insatisfaction au travail.

trompeuse. Selon une autre enquête menée entre 1992 et 2002 : au début de leur formation, les aspirants sont 74% à penser que les médias donnent une image défavorable de leur future profession. Ils sont 94% à penser la même chose à la sortie de l'école de police et le pourcentage augmente encore après quelques mois de terrain (Gorgeon, 2008). Comment expliquer ces résultats alors que dans le même

temps les recherches montrent que le traitement médiatique de la police n'est pas plus critique que pour d'autres professions ?

Nos observations en Suisse montrent que les jeunes policiers sont généralement des consommateurs assidus des représentations de la police et des nouveaux formats médiatiques. Ils les pratiquent dans leur vie privée, mais aussi au travail. Les journaux, les magazines, les ordinateurs et les smartphones sont des objets familiers de la sociabilité professionnelle. Si l'on interroge les policiers à ce sujet, on découvre en premier lieu qu'ils se méfient fortement des déceptions que les médiatisations peuvent engendrer chez le public en fixant des « attentes » impossibles à réaliser. Ne pouvant satisfaire le stéréotype héroïsant, ils se sentent menacés par un double médiatique bien trop brillant pour être égalé au quotidien. Le renoncement aux aspirations héroïques (dont l'un des indicateurs est le cynisme affiché envers les médias) devient une mesure d'efficacité professionnelle et de protection personnelle.

Sensibiliser aux « risques médiatiques » du travail

Les risques physiques, psychologiques et les dilemmes moraux du travail policier sont aujourd'hui bien connus et expliqués durant la formation de base. Mais les technologies numériques, les images et les médias ont fait naître de nouveaux risques professionnels. Ceux-ci sont particulièrement mis en évidence par des phénomènes récents tels les citoyens-reporters, le copwatch et le data-militantisme. Ces initiatives de sous-veillance citoyenne, parfois ouvertement anti-police comme en France en 2011, sont prises au sérieux par les états-majors et les ministères de la sécurité publique. Elles bouleversent le rapport des policiers à la foule présente sur les lieux d'une intervention. Chaque policier sait qu'il peut faire l'objet d'un soudain intérêt médiatique en

Colloque international – La police, entre fiction et non-fiction. Circulation, représentation et communication (XX–XXI^e s.), Paris, 28-29 mars 2013

Le Laboratoire de sociologie de l'Université de Lausanne organise en mars 2013 un colloque scientifique sur le thème « police et médias ». Cet événement bilingue (français et anglais) sera accueilli par l'INA à Paris, en collaboration avec le Centre de recherches sociologiques sur le droit et les institutions pénales (Cesdip – CNRS). L'objectif est de contribuer à ouvrir à l'échelon européen une histoire des relations entre les sphères policière et médiatique. Une place sera faite aux milieux journalistiques et policiers dans un souhait de mise en dialogue des savoirs universitaires et des savoirs professionnels.

Plus d'informations sur www.police-medias.net ou par email michael.meyer@unil.ch

raison de l'enregistrement de sa voix ou de ses actes. De plus, la présence de caméras impose le rappel d'autres interventions filmées (ici ou ailleurs, réelles ou fictionnelles), mais aussi oblige à anticiper les conséquences d'une diffusion publique des images. Par conséquent, la sous-veillance fait peser tout le poids sur les épaules des seuls policiers visibles en rue. Plutôt qu'une conspiration contre le droit à l'information, c'est plutôt en lien avec le stress relationnel produit par les images qu'il faut interpréter les réactions agressives de certains policiers à l'encontre des photographes ou des vidéastes.

Au-delà d'identifier les comportements à éviter face caméra, il semble donc aussi impératif d'éduquer les agents aux effets sociaux parfois inattendus des images. Certains actes-métiers routiniers (notamment les arrestations au milieu d'une foule) peuvent fragiliser la légitimité des actions de l'institution. A cela s'ajoute pour les policiers toute une liste de devoirs communicationnels nouveaux : participer à des séances photo et des mises en scène pour les médias, embarquer en patrouille des journalistes, participer à des stands d'information et des journées portes ouvertes, prêter son image pour des campagnes de recrutement. Ces tâches, parfois vécues comme indues, produisent des peurs et des demandes paradoxales, comme par exemple de pouvoir bénéficier d'un « droit à l'image » en tant que fonctionnaire de police.

Pour un bilan médiatique des polices suisses

Les risques pour la profession policière à l'ère des communications de masse sont donc multiformes pour les agents sur le terrain. Pour aider à les penser, il serait important de commencer par établir un « bilan médiatique » de la police en Suisse. Dans un objectif de recherche fondamentale autant que de recherche appliquée, il semble en effet indispensable d'analyser les formes et les directions prises par cette médiatisation. Une base de données pourrait être initiée simplement par la mise en commun des revues de presse existantes dans la plupart des services Presse et Communication des corps de police.



© Police de Lausanne

En plus de servir à la sensibilisation des nouveaux collaborateurs et d'être un outil stratégique pour les chargés de communication, cette base de données pourrait contribuer à une histoire contemporaine de la culture médiatique sur les polices et les policiers suisses. Derrière cette ambition, il y a l'idée que cette culture médiatique est particulièrement significative pour comprendre les attitudes individuelles à l'égard des forces de l'ordre. La communication de masse, en premier lieu télévisée, a condensé les représentations autour de quelques activités et comportements, dans le même temps où elle en a invisibilisé beaucoup d'autres (par exemple les actions moins médiagéniques de la police de proximité). Une base de données nationale pourrait participer à dédramatiser simultanément la *perception publique du travail policier* et la *perception policière du travail des médias*.

Références bibliographiques

- MATHIESEN T. (1997). The Viewer Society: Michel Foucault's 'Panopticon' Revisited, *Theoretical Criminology*, 1(2).
- SKOGAN W. (1994). Contacts between Police and Public: findings from the 1992 British Crime Survey, *Home Office Research Study*, n°134, Londres: HMSO.
- BRODEUR J.-P. (2008). Que dire maintenant de la police?, in DOMINIQUE MONJARDET, *Notes inédites sur les choses policières, 1999-2006*, Paris: La Découverte.
- LE SAULNIER G. (2011). Les policiers réels devant leurs homologues fictifs: fiction impossible?, *Réseaux*, n°165.
- GORGEON C. (2008). La cohorte de gardiens de la paix: quels apports pour la connaissance de la culture professionnelle des policiers?, in MONJARDET D., *Notes inédites sur les choses policières, 1999-2006*, Paris: La Découverte.
- Van Maanen J. (2003): Comment devient-on policier?, in BRODEUR J.-P. et MONJARDET D. (dir.), *Connaître la police. Grands textes de la recherche anglo-saxonne*, Paris: IHESI.

Die Polizei vor den Kameras

Von Michaël Meyer (Übersetzung SPI)

PolizistInnen sind Gegenstand zahlreicher Mediendarstellungen und stehen im Fokus des öffentlichen Interesses. Im Zusammenhang mit dieser erhöhten Sichtbarkeit wird die Polizei zu einer Einheit, welche man kaum untersuchen kann, ohne von den in den Massenmedien verbreiteten, geläufigen Stereotypen eingeholt zu werden. Darstellungen der Polizei entstehen in und bewegen sich zwischen den Bereichen der Unterhaltungsindustrie und der Information, aber auch innerhalb der polizeilichen Institutionen selbst, welche als Hüterinnen ihres « öffentlichen Bildes » auftreten.

PolizeianfängerInnen bilden eine Gruppe, die um die Reaktion der Medien auf ihre Handlungen besorgt ist. Geboren im Zeitalter der Massenkommunikation nehmen sie die Medien und deren Publikum manchmal als Bedrohung für ihre Berufsgruppe wahr. In ihren Augen resultiert die von der Bevölkerung geäusserte Kritik an der Polizei aus einer irreführenden Mediatisierung. Nach einer französischen Untersuchung (1992–2002) denken 74% der AspirantInnen zu Beginn ihrer Ausbildung, dass die Medien ein schlechtes Bild ihres zukünftigen Berufs zeichnen. Beim Austritt aus der Polizeischule denken 94% dasselbe und der Prozentsatz steigt sogar weiter nach einigen Monaten im Dienst.

Diese Besorgnis wird noch verstärkt durch die neuen Herausforderungen, welche die PolizistInnen auf der Strasse erwarten. Angesichts der Kameras

der JournalistInnen und *Copwatcher* oder der Smartphones der LeserreporterInnen steht die Polizei heute unter intensiver *sousveillance*. Jeder Polizist und jede Polizistin weiss, dass ihre Äusserungen oder Handlungen aufgenommen werden können. Die aktuelle Frage, welche in der polizeilichen Ausbildung aus den Sozialwissenschaften übernommen wurde, beschäftigt sich damit, wie PolizistInnen auf diese « medienbedingten Risiken » ihres zukünftigen Berufs sensibilisiert werden können.

Da die Aufrechterhaltung eines positiven Image ein Muss für das Funktionieren der Institution geworden ist, muss folglich jeder Polizist und jede Polizistin im Gelände auf die manchmal unerwarteten Wirkungen der Bilder aufmerksam gemacht werden. Manche Routinearbeiten können die Legitimität der ganzen polizeilichen Institution anfällig machen. Auf der anderen Seite stellt die Diskrepanz zwischen dem beruflich Erlebten und seinem Spiegelbild in den Medien eine Hauptquelle der Gereiztheit und Unzufriedenheit bei der Arbeit dar.

Vor diesem Hintergrund entsteht in Europa an der Schnittstelle zwischen Medienuntersuchung und Polizeisozio­logie ein neues Forschungsfeld. In der Schweiz haben 2012 ein Kollektivwerk und eine Tagung an der Universität Lausanne die Eröffnung der akademischen und angewandten Forschung zu diesem Thema markiert. Unter den zukünftigen Projekten könnte eine Datenbank, welche jedes Erscheinen der Schweizer Polizeien in den Medien

umfassen würde, dazu beitragen, die PolizistInnen intern zu sensibilisieren und die öffentliche Wahrnehmung der Polizeiarbeit zu entdramatisieren. 2013 wird bei einer internationalen Tagung in Paris eine neue, ganz Europa umfassende Forschung zu diesem Thema eingeführt.



© Thibaud Epeche, 2011