

Société

DU PANTHÉON AU STADE DE FRANCE, DES INVALIDES À NOTRE-DAME DE PARIS : QUE RESTE-T-IL DES MOMENTS NATIONAUX À LA TÉLÉVISION ?

Fabrice Février

30/06/2026

Si la retransmission de la panthéonisation de Marc et Simonne Bloch, le 23 juin 2026, a bénéficié d'une audience relativement « correcte » pour une cérémonie de mémoire nationale, cette soirée pose une question qui la dépasse largement : dans une société où les références communes semblent se raréfier, quels sont encore les événements capables de rassembler une partie du pays devant les mêmes images ? Sport, crises, cérémonies républicaines, hommages ou grands événements exceptionnels : Fabrice Février, codirecteur de l'Observatoire des médias de la Fondation, propose une cartographie de ces derniers « moments nationaux » et s'interroge sur ce qu'ils révèlent de la capacité persistante de la télévision en direct à produire du commun.

1,7 million C'est le nombre de Français qui ont suivi, le 23 juin 2026 sur France 2, l'entrée de Marc et Simonne Bloch au Panthéon.

Pendant longtemps, la télévision a constitué l'un des principaux espaces du commun. Une finale de Coupe du monde, une allocution présidentielle en temps de crise, les obsèques d'une grande figure populaire ou certaines cérémonies républicaines réunissaient simultanément des millions de Français devant les mêmes images.

Ce modèle s'est progressivement transformé. La multiplication des chaînes, l'essor des plateformes et des réseaux sociaux, la généralisation du *replay* ont profondément individualisé les usages. Chacun compose davantage son propre programme, au moment de son choix. La fragmentation médiatique accompagne une fragmentation plus large de la société française, où les

parcours, les références et les expériences partagées sont de moins en moins nombreux.

Pourtant, ces moments n'ont pas disparu. Ils sont simplement devenus plus rares, plus concentrés et plus exceptionnels. L'audience en direct ne mesure donc plus seulement le succès d'un programme. Elle renseigne aussi sur la capacité d'un événement à réunir, ne serait-ce que provisoirement, une société traversée par la dispersion des usages et des références.

Nous appellerons ici moments nationaux ces rares séquences où une part importante du pays porte son attention sur un même événement et partage, pendant quelques minutes ou quelques heures, les mêmes images, les mêmes émotions ou les mêmes interrogations.

Tous ne reposent pas sur les mêmes ressorts. Certains mobilisent la mémoire et le récit historique. D'autres s'appuient sur l'expérience collective du sport, sur l'émotion d'un hommage, sur la nécessité de comprendre une crise ou sur la force persistante de certains rituels républicains. D'autres encore naissent d'événements exceptionnels capables, le temps de quelques jours, de fédérer le pays autour d'une histoire commune.

C'est à travers ces différentes formes de rassemblement que nous proposons d'explorer ce qu'il reste aujourd'hui des moments nationaux et ce que ceux-ci nous disent de la capacité de la télévision en direct à produire encore du commun.

Le Panthéon : quand l'Histoire raconte une histoire

Avec 1,7 million de téléspectateurs, la cérémonie consacrée à Marc et Simone Bloch a réuni un public non négligeable pour un événement mémoriel. Le chiffre apparaît inférieur à ceux observés lors des cérémonies consacrées à Joséphine Baker, à Missak et Mélinée Manouchian ou encore à Robert Badinter. La comparaison mérite toutefois d'être nuancée.

ÉVÈNEMENT	DATE	HORAIRE	CHAÎNE(S)	AUDIENCE
Marc & Simone Bloch	23 juin 2026	21h	France 2	1,71 M
Robert Badinter	9 oct. 2025	17h–19h40	France 2 + TF1	3,7 M
Missak & Mélinée Manouchian	21 fév. 2024	18h27–20h09	France 2	3,31 M
Joséphine Baker	30 nov. 2021	17h–19h	France 2 + TF1	4,4 M
Maurice Genevoix	11 nov. 2020	16h30–18h55	France 2	1,92 M
Simone & Antoine Veil	1 ^{er} juil. 2018	10h–12h50	France 2	1,93 M
Brossolette, de Gaulle-Anthonioz, Tillion, Zay	27 mai 2015	16h55–18h15	France 2	1,2 M

Source : Médiamétrie

Diffusée pour la première fois en première partie de soirée, la cérémonie faisait face à une concurrence particulièrement forte : la Coupe du monde de football masculine, la finale de *Koh-Lanta* ou encore une fiction de France 3 qui a dépassé les trois millions de téléspectateurs. Dans ce contexte, l'audience de France 2 ne traduit pas un désintérêt pour le Panthéon. Elle rappelle plutôt que la mémoire nationale doit désormais trouver sa place dans un paysage médiatique beaucoup plus concurrentiel qu'au temps où les grandes cérémonies républicaines s'imposaient naturellement à l'ensemble du pays.

Surtout, Marc Bloch n'est pas une figure comparable à Joséphine Baker, Robert Badinter ou aux Manouchian. Immense historien, auteur de *L'étrange défaite*, résistant fusillé en 1944, il occupe une place centrale dans l'histoire intellectuelle française. Mais son nom est moins immédiatement familier au grand public. Son parcours renvoie davantage à une œuvre, à une pensée, à une exigence civique et intellectuelle qu'à un combat ou à une image fortement identifiée.

Toutes les panthéonisations ne suscitent pas la même résonance. Certaines restent principalement des cérémonies de mémoire. D'autres parviennent à dépasser leur cadre institutionnel pour devenir de véritables moments nationaux. Pour comprendre cette différence, il faut regarder moins la cérémonie elle-même que l'histoire qu'elle raconte.

Pendant longtemps, les grandes cérémonies républicaines bénéficiaient d'une centralité presque naturelle. L'entrée de Pierre et Marie Curie au Panthéon en 1995, puis celle d'André Malraux l'année suivante étaient retransmises simultanément sur TF1 et France 2. Elles s'imposaient comme des rendez-vous nationaux. La télévision contribuait alors à inscrire ces figures dans un récit partagé.

Le contexte est aujourd'hui différent. La République continue de proposer ses grands récits, mais elle ne bénéficie plus de l'attention quasi automatique dont elle disposait autrefois. Les

cérémonies de mémoire doivent désormais convaincre, intéresser, donner envie de s'arrêter. Elles doivent transformer l'hommage en récit.

C'est précisément ce que montrent les fortes audiences des cérémonies consacrées à Joséphine Baker, à Missak et Mélinée Manouchian ou à Robert Badinter. Joséphine Baker n'est pas seulement une figure de la Résistance : elle est une artiste mondialement connue, une femme noire devenue icône française, un destin d'émancipation qui traverse le XX^e siècle. Missak Manouchian n'est pas seulement un résistant : il incarne l'histoire d'un réfugié arménien devenu héros de la nation française. Robert Badinter, quant à lui, renvoie à l'abolition de la peine de mort, au combat pour la justice et à une certaine idée des libertés publiques.

Dans ces cas-là, les Français ne regardent pas seulement une cérémonie. Ils retrouvent un récit qui leur parle encore. Ces figures appartiennent au passé, mais elles éclairent des questions très présentes : la diversité, l'immigration, l'appartenance nationale, l'émancipation, la justice ou les droits fondamentaux. L'Histoire cesse alors d'être seulement commémorative. Elle devient une manière de parler du présent.

Marc Bloch relève d'une logique plus exigeante. Son histoire est forte, mais elle passe davantage par la transmission que par l'identification immédiate. Elle suppose de rappeler ce que fut l'effondrement de 1940, ce que signifie *L'étrange défaite*, ce que représente un historien devenu résistant, puis fusillé par la Gestapo. Son entrée au Panthéon renvoie à des questions essentielles – la lucidité démocratique, la responsabilité intellectuelle, le courage civique – mais moins immédiatement accessibles que l'image de Baker, le combat de Badinter ou le destin des Manouchian.

C'est là que la télévision publique joue un rôle particulier. Ces cérémonies relèvent pleinement de sa mission : transmettre, contextualiser, donner à des figures historiques parfois moins familières les moyens de redevenir lisibles pour le présent. L'audience de la panthéonisation de Robert Badinter, forte en pleine après-midi et très largement portée par France 2 devant TF1, montre que le service public conserve une légitimité singulière sur ces moments-là.

Cette légitimité ne se mesure d'ailleurs pas uniquement à l'aune de la cérémonie elle-même. Après l'entrée de Marc et Simone Bloch au Panthéon, le documentaire diffusé dans la foulée a encore réuni près de 600 000 téléspectateurs et environ 5% du public. À l'échelle de la télévision, le chiffre peut paraître modeste. À l'échelle d'un documentaire historique diffusé en seconde partie de soirée, il représente au contraire une exposition considérable. Plusieurs centaines de milliers de Français ont ainsi choisi de prolonger le moment commémoratif par un temps d'explication et de

transmission.

Ces moments ne doivent donc pas être lus seulement avec l'œil de la compétition télévisuelle. Leur valeur tient aussi à leur capacité à faire circuler une histoire, des références et des connaissances à une échelle que peu d'institutions culturelles ou éducatives peuvent encore atteindre. C'est aussi cela, la mission du service public.

Dans une société marquée par l'accélération des usages médiatiques et la fragmentation des références, cette forme de commun est plus exigeante. Elle suppose un effort de mémoire, de transmission et d'appropriation. Mais elle n'a rien perdu de sa pertinence. Lorsque l'Histoire raconte une histoire qui nous parle encore, le Panthéon demeure capable de rassembler bien au-delà de son public naturel.

Recevez chaque semaine toutes nos analyses dans votre boîte mail

[Abonnez-vous](#)

Le sport : le principal fabricant de moments nationaux

À l'autre extrémité du spectre se trouve le sport. Aucun autre registre ne conserve aujourd'hui une capacité comparable à réunir simultanément des millions de Français.

ÉVÈNEMENT	DATE	HORAIRE	CHAÎNE(S)	AUDIENCE
Finale de la Coupe du monde, France-Argentine	18 déc. 2022	16h–19h	TF1	24,1 M (pic 29,4 M)
Cérémonie d'ouverture des JO de Paris	26 juil. 2024	soirée	France 2	23,2 M
Demi-finale de la Coupe du monde, Portugal-France	5 juil. 2006	21h	TF1	22,2 M
Demi-finale de la Coupe du monde, France-Maroc	14 déc. 2022	20h	TF1	20,7 M
Quart de finale du Mondial de rugby, France-Afrique du Sud	15 oct. 2023	21h–22h53	TF1	16,5 M (pic 18,4 M)
Les quatre titres de Léon Marchand	juil.–août 2024	soirées	France 2	jusqu'à 15 M
France-Sénégal, Coupe du monde	16 juin 2026	21h	M6	14,0 M

Source : Médiamétrie

La finale de la Coupe du monde 2022 entre la France et l'Argentine a rassemblé 24,1 millions de téléspectateurs sur TF1, avec un pic à 29,4 millions lors de la séance de tirs au but. Et il n'est pas nécessaire d'attendre une finale. Le premier match des Bleus lors du Mondial 2026 a réuni près de 14 millions de personnes¹. Aucun autre programme n'a approché de tels niveaux cette année. En 2023, pendant la dernière Coupe du monde de rugby, le quart de finale France/Afrique du Sud a dépassé les 15 millions de téléspectateurs.

Ces chiffres disent évidemment quelque chose de la popularité du football ou du rugby. Mais ils racontent surtout autre chose : la capacité persistante du sport à produire une expérience collective à une échelle devenue exceptionnelle. Car le sport possède une caractéristique rare dans l'univers médiatique contemporain : il repose entièrement sur le direct. Un film peut être regardé le lendemain, une série plusieurs semaines après sa mise en ligne. Un match, lui, perd une grande partie de son intérêt une fois son résultat connu. Son enjeu réside dans l'incertitude et dans le fait de la partager avec les autres. C'est ce qui fait du sport l'un des derniers grands rendez-vous synchrones de nos sociétés. Pendant quelques heures, des millions de personnes regardent les mêmes images, commentent les mêmes actions, réagissent aux mêmes rebondissements et vivent les mêmes émotions au même moment.

Lorsque l'équipe de France entre en scène, un mécanisme supplémentaire se met en place. Le match ne met plus seulement en jeu une victoire sportive. Il devient un support temporaire d'identification collective. Le maillot bleu, *La Marseillaise*, le drapeau tricolore ou la simple opposition entre « nous » et « eux » offrent un point de convergence à des Français qui, le reste du temps, ne partagent pas nécessairement les mêmes références, les mêmes opinions ou les mêmes modes de vie.

Il ne faut pas surestimer cette unité. Les divisions politiques, sociales ou culturelles ne disparaissent évidemment pas le temps d'un match. Mais elles passent provisoirement à l'arrière-plan. Pendant quatre-vingt-dix minutes, le pays regarde dans la même direction. C'est ce qui distingue les grandes compétitions internationales de la plupart des autres programmes. Elles ne se contentent pas de réunir une audience. Elles donnent à voir une communauté nationale en train de se regarder elle-même. Les succès des Bleus deviennent des sujets de conversation communs. Les défaites suscitent des émotions partagées. Les grandes victoires s'inscrivent dans une mémoire collective qui traverse les générations, de 1998 à 2018.

Les Jeux olympiques de Paris de 2024 ont confirmé cette dynamique. Bien au-delà des performances sportives, ils ont offert aux Français un récit national positif, porté par des symboles, des athlètes et des images largement partagés. Pendant deux semaines, une majorité du

pays a suivi les mêmes exploits, célébré les mêmes médailles et vibré aux mêmes émotions.

Le sport n'est plus seulement un programme populaire. Il est devenu l'un des rares lieux où la société française continue régulièrement de faire l'expérience d'elle-même. Il apparaît ainsi comme le plus puissant producteur de moments nationaux. Non parce qu'il efface les divisions du pays, mais parce qu'il offre régulièrement un espace où celles-ci s'estompent au profit d'une expérience, d'une émotion et d'une appartenance momentanément retrouvée.

Les crises : le commun par la nécessité

Le 16 mars 2020, à 20 heures, Emmanuel Macron annonce le confinement de la population et prononce la formule « Nous sommes en guerre ». Près de 35 millions de personnes suivent son intervention. Quatre jours plus tôt, sa première allocution consacrée à l'épidémie avait déjà réuni près de 25 millions de téléspectateurs. Jamais, hors événements sportifs exceptionnels, la télévision n'avait rassemblé autant de Français.

ÉVÈNEMENT	DATE	HORAIRE	CHAÎNE(S)	AUDIENCE
« Nous sommes en guerre » (confinement)	16 mars 2020	20h	toutes chaînes	≈ 35 M
Première déclaration sur le Covid	12 mars 2020	20h	toutes chaînes	24,8 M
Chute du gouvernement Barnier	5 déc. 2024	20h	toutes chaînes	17,5 M
Dissolution de l'Assemblée	9 juin 2024	21h	TF1, France 2, info	15,3 M

Source : Médiamétrie

La mécanique à l'œuvre est ici presque inverse à celle du sport. Il ne s'agit ni de partager une émotion positive ni de vivre un moment de célébration collective. Il s'agit de comprendre une situation qui concerne chacun. Les crises recréent brutalement un horizon commun. Les différences de génération, de profession, de territoire ou de consommation médiatique s'effacent momentanément derrière une même question : que va-t-il se passer ? Qu'est-ce que cela va changer dans ma vie ? Dans celle de mes proches ? Dans celle du pays ?

Les crises politiques produisent des effets comparables, à une échelle moindre. L'annonce de la dissolution de l'Assemblée nationale en juin 2024 a réuni plus de 15 millions de téléspectateurs. Quelques mois plus tard, la chute du gouvernement Barnier en a attiré près de 18 millions. Dans les deux cas, les Français se sont tournés vers la télévision pour comprendre un événement dont les conséquences dépassaient le seul champ politique.

Les rendez-vous républicains : la persistance des repères communs

Tous les moments nationaux ne naissent pas d'un événement exceptionnel. Certains reviennent simplement parce qu'ils appartiennent au calendrier collectif. Le défilé du 14-Juillet en est l'exemple le plus visible. Année après année, sa retransmission sur TF1 et France 2 réunit entre six et huit millions de téléspectateurs. En 2025, près de huit millions de Français ont ainsi suivi le défilé militaire. Peu d'émissions diffusées en matinée atteignent de tels niveaux.

LE 14-JUILLET		LES VŒUX PRÉSIDENTIELS		
défilé militaire - TF1 + France 2		31 décembre - toutes chaînes		
ANNÉE	AUDIENCE TOTALE	ANNÉE	PRÉSIDENT	AUDIENCE TOTALE
2016	5,7 M	2014	F. Hollande	9,8 M
2017	6,6 M	2015	F. Hollande	11,0 M
2018	6,5 M	2016	F. Hollande	10,1 M
2019	6,0 M	2017	E. Macron	11,2 M
2020	6,6 M	2018	E. Macron	9,2 M
2021	8,8 M	2019	E. Macron	10,9 M
2022	7,9 M	2020	E. Macron	17,5 M
2023	6,6 M	2021	E. Macron	12,5 M
2024	6,0 M	2022	E. Macron	10,1 M
2025	7,9 M	2023	E. Macron	10,2 M
		2024	E. Macron	9,7 M
		2025	E. Macron	8,9 M

Source : Médiamétrie
 14-Juillet : audience cumulée TF1 + France 2 (matinée du défilé).
 Vœux : toutes chaînes, allocution du 31 décembre - 2018 chiffre partiel (hors chaînes d'info). 2020 : confinement (vœux record, défilé annulé).

Les vœux présidentiels du 31 décembre témoignent de la même permanence. Malgré des variations liées à l'actualité et à la cote de popularité du chef de l'État, ils continuent de rassembler autour de dix millions de téléspectateurs. Même en 2025, dans un paysage audiovisuel profondément fragmenté et la forte défiance vis-à-vis d'Emmanuel Macron, l'allocution présidentielle a encore été suivie par près de neuf millions de Français.

Ces chiffres sont remarquables pour une raison simple : leur contenu est largement prévisible. Chaque année, les téléspectateurs savent ce qu'ils vont voir. Le défilé militaire suit un protocole codifié. Les vœux présidentiels obéissent à un exercice connu de tous. Pourtant, ces rendez-vous continuent d'attirer des audiences que la plupart des programmes de divertissement ou

d'information envieraient.

Leur force réside moins dans la surprise que dans le rituel. Ils marquent des étapes du calendrier national. Ils rappellent l'existence de symboles, d'institutions et de repères communs. Ils donnent aussi le sentiment que, au-delà des débats et des divisions, certaines séquences demeurent inscrites dans une histoire collective plus longue.

Leur audience ne dit pas seulement quelque chose de la télévision. Elle dit aussi quelque chose du besoin persistant de repères communs. Le calendrier républicain demeure l'un des rares cadres collectifs capables de réunir régulièrement plusieurs millions de Français.

Les hommages : quand l'émotion recrée une communauté provisoire

En décembre 2017, les obsèques de Johnny Hallyday réunissent 14,4 millions de téléspectateurs sur TF1 et France 2. Les chaînes bouleversent leurs programmes. Des centaines de milliers de personnes se massent sur les Champs-Élysées et autour de l'église de la Madeleine. Pendant plusieurs heures, une partie du pays suit la même cérémonie, réécoute les mêmes chansons et partage les mêmes images.

ÉVÈNEMENT	DATE	HORAIRE	CHAÎNE(S)	AUDIENCE
Johnny Hallyday	9 déc. 2017	12h45–15h25	TF1 + France 2	14,4 M (cumul)
Victimes du 13-Novembre (10 ans)	13 nov. 2025	fin d'après-midi	TF1 + France 2	3,8 M
Jacques Chirac (deuil national)	30 sept. 2019	matinée	TF1 + France 2	3,6 M
Jean-Paul Belmondo	9 sept. 2021	16h	TF1 + France 2	3,5 M
Charles Aznavour	5 oct. 2018	matin	France 2	1,94 M

Source : Médiamétrie

À elle seule, cette audience place l'hommage à Johnny Hallyday parmi les plus grands moments télévisuels de la décennie. Très peu d'événements, hors sport et crises majeures, ont atteint un tel niveau de mobilisation. Ce succès ne s'explique pas seulement par la popularité du chanteur. Johnny Hallyday n'était plus seulement un artiste, il était devenu un repère biographique de notre roman national.

Pendant plus d'un demi-siècle, plusieurs générations de Français ont grandi avec ses chansons,

suivi ses concerts, vu ses apparitions à la télévision ou accompagné les différentes étapes de sa vie publique. Sa disparition ne marquait donc pas seulement la fin d'une carrière, elle donnait à beaucoup le sentiment qu'une partie de leur propre histoire s'éloignait avec lui. On retrouve, à une échelle plus réduite, un phénomène comparable lors des hommages rendus à Jean-Paul Belmondo, Charles Aznavour ou Jacques Chirac. Chacun incarne davantage qu'une trajectoire individuelle. Ils représentent une époque, un imaginaire ou un souvenir partagé.

Mais les hommages collectifs ne concernent pas seulement des personnalités. Ils peuvent aussi se construire autour d'événements qui ont profondément marqué le pays.

Dix ans après les attentats du 13-Novembre, plusieurs millions de Français ont suivi les cérémonies organisées en hommage aux victimes. Contrairement aux obsèques de Johnny Hallyday, il ne s'agissait pas ici de saluer une figure populaire. Ce qui était commémoré, c'était un moment de sidération collective. Les attentats de novembre 2015 appartiennent à ces rares événements dont chacun se souvient encore précisément : où il se trouvait, comment il a appris la nouvelle, avec qui il a partagé les heures qui ont suivi. Comme les grandes crises ou certains événements historiques majeurs, ils ont produit une expérience collective vécue simultanément par des millions de personnes.

Dix ans plus tard, les cérémonies ne réactivent pas seulement le souvenir des victimes. Elles réveillent la mémoire d'un pays confronté au même choc. Elles rappellent un moment où les différences de génération, de territoire ou de condition sociale s'étaient momentanément effacées devant une émotion commune.

C'est ce qui rapproche finalement les hommages aux grandes figures populaires et les grandes commémorations nationales. Dans les deux cas, la télévision ne se contente pas de raconter un événement. Elle permet à une société de revisiter une part de sa propre histoire.

À la différence du Panthéon, qui mobilise une histoire transmise, les hommages s'appuient sur une mémoire vécue. Les Français ne découvrent pas une figure historique, ils retrouvent une personne, un événement ou une émotion qui appartient déjà à leur propre expérience.

Notre-Dame et les Jeux : quand l'événement reconstitue un récit collectif

La réouverture de Notre-Dame de Paris, en décembre 2024, a réuni plus de 7 millions de téléspectateurs sur France 2. Quelques mois plus tôt, la cérémonie d'ouverture des Jeux

olympiques de Paris avait attiré plus de 23 millions de personnes, établissant un record historique. À première vue, peu de choses rapprochent une cathédrale restaurée et une cérémonie olympique. Pourtant, ces deux événements racontent la même chose : la capacité de certains récits à recréer du commun.

ÉVÈNEMENT	DATE	HORAIRE	CHAÎNE(S)	AUDIENCE
Incendie de Notre-Dame	15 avr. 2019	soirée	TF1 + France 2	8,9 M
Cérémonie d'ouverture des JO de Paris	26 juil. 2024	soirée	France 2	23,2 M
Cérémonie d'ouverture des Jeux paralympiques	28 août 2024	soirée	France 2	10,2 M
Réouverture de Notre-Dame (cérémonie)	7 déc. 2024	19h15–21h05	France 2	7,23 M (pic 8 M)
Messe inaugurale de Notre-Dame	8 déc. 2024	10h30	France 2	2,2 M

Source : Médiamétrie

Leur force ne tient pas seulement à leur importance symbolique. Elle tient à leur inscription dans le temps. Pendant plusieurs mois, parfois plusieurs années, une partie du pays suit la même histoire, partage les mêmes attentes et assiste au même dénouement. L'incendie de Notre-Dame, en avril 2019, avait été regardé en direct par plus près de vingt millions de Français, littéralement scotchés devant les éditions spéciales de TF1, France 2 et M6. Sa réouverture venait clore un récit collectif commencé cinq ans plus tôt. Chacun connaissait l'histoire. Chacun en attendait l'issue.

Les Jeux olympiques ont obéi à une logique comparable. Bien avant la cérémonie d'ouverture, ils existaient déjà dans l'imaginaire collectif : candidature, préparation, chantiers, débats, relais de la flamme, attente de l'événement. Lorsque la Seine s'est transformée en scène olympique, les Français n'assistaient pas seulement à un spectacle. Ils voyaient l'aboutissement d'une histoire qu'ils suivaient depuis des années.

C'est ce qui distingue ces événements des rendez-vous ordinaires. Ils ne se contentent pas de rassembler une audience. Ils produisent un récit collectif dans lequel chacun peut trouver sa place. Ils offrent le sentiment de participer à quelque chose qui dépasse les individus et qui, pour un temps, devient une histoire commune.

Notre-Dame et les Jeux montrent ainsi qu'il existe une autre manière de fabriquer du commun : non par l'émotion immédiate, ni par l'urgence, ni même par le rituel, mais par la construction progressive d'une histoire partagée. C'est sans doute là que se trouve aujourd'hui la forme la plus complète du moment national. Celle qui combine la force du symbole, la durée du récit et l'expérience du direct.

Les derniers lieux du commun

À l'origine, cette note était censée parler d'audiences télévisées. En réalité, elle a fini par raconter autre chose : la difficulté croissante à fabriquer du commun dans une société où les pratiques médiatiques, les références culturelles et les trajectoires individuelles sont de plus en plus morcelées. Pendant longtemps, la télévision a constitué l'un des principaux espaces où se construisait cette expérience collective. Des millions de Français regardaient les mêmes programmes, au même moment, et partageaient ainsi un socle de références communes.

Cette époque est largement révolue. Les chaînes se sont multipliées, les plateformes ont individualisé les usages et chacun compose désormais son propre univers médiatique. La télévision n'occupe plus la position centrale qui était la sienne dans les décennies précédentes. Pour autant, les moments nationaux n'ont pas disparu.

L'entrée de Marc et Simonne Bloch au Panthéon rappelle que la mémoire continue de rassembler, même si elle mobilise davantage la transmission que l'émotion. Le sport demeure le plus puissant producteur d'expériences collectives simultanées. Les crises recréent un horizon commun lorsque chacun cherche à comprendre ce qui est en train de se jouer. Les hommages transforment des souvenirs individuels en émotions partagées. Les rites républicains continuent d'inscrire la vie collective dans un calendrier commun. Quant aux grands événements exceptionnels, de Notre-Dame aux Jeux olympiques, ils parviennent encore à fédérer le pays autour d'un récit national.

Ces mécanismes sont différents. Ils ont pourtant un point commun : ils suspendent, pour quelques heures ou quelques jours, la logique de dispersion qui caractérise désormais nos pratiques médiatiques – et plus largement, notre rapport au pays. C'est sans doute ce qui donne aujourd'hui leur valeur particulière. Les moments nationaux ne sont plus des rendez-vous ordinaires. Ils sont devenus des exceptions. Ils n'occupent plus le quotidien de la société française, ils en constituent les points de convergence.

La question n'est donc pas seulement de savoir combien de Français regardent encore les mêmes images. Elle est de comprendre où se fabriquent encore les expériences collectives dont toute société a besoin pour se raconter, se reconnaître et faire nation.

À cet égard, la télévision conserve une fonction singulière difficilement substituable. Si elle n'est plus le lieu permanent du commun, elle demeure l'un des rares médias capables, dans certaines circonstances, de donner à des millions de Français le sentiment de vivre, au même moment, une même histoire : un morceau de l'Histoire de France.

1. Fabrice Février, *Coupe du monde de football : jusqu'à quand la télévision gratuite pourra-t-elle suivre la folie des grandeurs de la FIFA ?*, Fondation Jean-Jaurès, 22 juin 2026.