



Media et cultures du traumatisme

DIANDUE BI KACOU PARFAIT

Maitre Assistant, Université de Cocody/Abidjan

Introduction

L'essor de la technologie, conjugué à la volonté humaine de faire reculer l'obscurantisme, assure aux médias une centralité dans le système de communication inter-humain. Il est, à l'observation certainement, indiqué de noter le triomphe de l'exotérisme dans ce siècle allant. L'habitude de consommation amène à asserter que le champ médiatique étend son dictat sur tous les autres champs de la consommation. Or le système capitaliste l'intégrant à travers la loi du marché, la médiasphère en devient un espace concurrentiel où la compétition des douleurs et l'exploitation des traumatismes font recette. Il apparaît alors judicieux d'interroger l'usage culturel des traumatismes qui fonde une certaine culture dans les médias. Entre le droit à l'information suggérant l'aspect monstratif des médias et la critique de voyeurisme inhérente à l'exigence de la figuration, réside le paradoxe fonctionnel des médias dans la culture de l'information et de la formation et de leurs limites.

L'appât du gain et la morale des consommateurs sont-ils compatibles dans la légitimation ou la délégitimation de l'usage des traumatismes dans les médias ?

Horreur et surprise initiale du spectateur

C'est, à l'évidence, un truisme d'appréciation de soutenir que les médias occupent une place de choix dans nos sociétés interconnectées. Cet état de fait leur assure une prépondérance incontestable quant à leur impact sur le relationnel sociétal de sorte qu'ils centralisent et génèrent toute une industrie culturelle et médiatique. Cependant, certains aspects de leur fonctionnement contreviennent à l'éthique et corrodent la chaste sensibilité du spectateur ; ce qui remet durement en cause leur crédibilité dans l'espace psychosociologique.



Revue Baobab: numéro 4

Premier semestre 2009

Selon une traçabilité évolutive, les médias sont graduellement passés d'un élitisme sectaire à une certaine porosité cognitive, constructive, en ce sens qu'elle a créé une ouverture et un accès à la médiasphère. Cette ouverture, aujourd'hui trop grande, semble un gouffre de l'éthique dans la pratique contestée de l'usage des traumatismes dans l'inter-espace conceptuel et fonctionnel de la coupure liberté-libertinage.

La concurrence, pendant essentiel du capitalisme va infuser une vitalité perverse dans le traitement et les habitudes de pratique dans les médias. C'est d'ailleurs à juste titre que Ignacio Ramonet note, par exemple, dans son *La tyrannie de la communication* (Ignacio Ramonet : 2001,35) que : « Le journal télévisé, dans sa fascination pour le « spectacle de l'événement », a déconceptualisé l'information et l'a replongé peu à peu dans le marécage du pathétique. Il a établi, insidieusement, une sorte de nouvelle équation informationnelle qui pourrait se formuler ainsi : « si l'émotion que vous ressentez en regardant le journal télévisé est vrai, l'information est vrai. ». Cette approche du journal télévisé interroge les rapports d'influence dans le complexe œil – image – vérité. Cette triple articulation conceptuelle met le spectateur et le lecteur de médias dans la distinction du faux et du vrai dans ses habitudes de consommation de l'information telle que proposée par les médias. L'image par sa force visualisante éclipse toujours le mot dont il est paradoxalement la métaphore picturale ou filmique. Elle est en même temps le champ d'expression des sens qui se résolvent et se restreignent à la vue consacrant le porte-à-faux au syndrome de Saint Thomas. Cette monosensorialité temporaire qui confirme l'image, impose ainsi l'œil comme le centre du percevoir là où le toucher, le sentir et l'entendre, par exemple, auraient pu suggérer une vérité de l'existence. L'œil en devient le centre et le vecteur de la vérité par l'image. Le spectateur qui se noie sous les flots des images médiatiques, acquiert une habitude de consommation et une habitude d'interprétation qui en font un média-dépendant. Son conditionnement est tel qu'il n'intègre aucune distance à l'appréhension de sa vérité. Les médias sont pour lui une panacée à l'ignorance. C'est justement cette confiance dans la véridiction absolue de l'information médiatique qui crée l'ignorance du média-dépendant. Pour lui autant que pour les médias, le scoop vaut de l'or puisque « le temps c'est de l'argent » comme le soutient un adage populaire. L'antériorité informative va favoriser la spectacularisation du crime et le voyeurisme dans les médias. Espace d'expiation des maux, de figuration des rêves et de



Revue Baobab: numéro 4

Premier semestre 2009

projets de tous les possibles, les médias vont asseoir ce que l'on pourrait désigner par une aliénation progressive créant une dépendance sociétale. Cette aliénation globale donne cours à la dictature médiatique, rançon de la manipulation des masses conditionnées par des marionnettistes d'un autre genre qui font et défont les destins. Nous sommes en conséquence dans l'ère de la médiaphagie qui conditionne les esprits au moyen du lynchage; banalisant de fait les traumatismes par leur inscription dans l'ordinaire de la consommation.

William URY parle à juste titre d'information spectacle.

Les médias vont ainsi revaloriser le sensationnel, le spectaculaire tout en mettant à mal l'objectivité figurative du réel et de la réalité. La très grande place accordée à la subjectivité débordante et favorisant le commerce de l'ignoble du dévoilement et de l'infecte de la déshumanisation. Le triomphe de l'image en ajoute au cru et à la cruauté du parler ou de l'écrit médiatique. L'on se retrouve face à une société traumatisée dont la sensorialité violée engendre des zombies de la consommation médiatique. La boussole sociétale perd le nord, le crime paie et sa valorisation médiatique davantage. Même si Jacques ATTALI dispense les médias en tant qu'invention, prenant le parti de fustiger leur usage, il ressort que le jeu synecdochique et/ou métonymique de la partie pour le tout ou du contenant pour le contenu ne résout pas la question philosophique de la culpabilité ou de la responsabilité des médias dans l'usage commercial et corruptible des traumatismes et de leurs conséquences traumatiques sur les consommateurs.

La violence dans les médias est un sujet d'intérêt pour les sociétés actuelles. Les sciences cognitives se sont beaucoup attardées sur rapports média/société au cours de ces dernières décennies. Elles ont par exemple évalué l'influence des contenus violents des médias sur les enfants et les jeunes. Bien qu'il soit difficile de conclure à une relation directe de cause à effet, il semble se dégager un consensus voulant que certains enfants puissent être vulnérables aux images et aux messages violents.

Les études ont identifié trois réactions possibles chez les enfants exposés:

- Accroissement de la peur
- Désensibilisation face à la violence en général
- Augmentation du comportement agressif



Revue Baobab: numéro 4

Premier semestre 2009

Ces trois éléments vont entraîner progressivement une accoutumance à la violence pour créer l'inhibition des sens.

Accoutumance¹ et accommodation du spectateur : de l'inhibition à l'indifférence

Il ne serait pas exagéré d'affirmer que les médias restructurent nos sens. Ce postulat d'analyse trouve justification dans l'actualité mondiale chargée de faits dont le crapuleux le dispute à l'incompréhensible :

Un assassinat, des bombes qui explosent, un père qui viole régulièrement sa fille durant deux décennies et lui applique sept (7) enfants, des femmes éventrées, un père de famille qui tue sa femme et ses deux fils avant de se suicider, des enfants mutilés, des attaques meurtrières, des vagues destructrices... Tel est le tableau; peint par les médias. Cette situation crée une angoisse existentielle. La banalisation de l'infamie, de l'infâme, du cruel et de la cruauté familiarise le spectateur avec l'horreur. Les médias cultivent ainsi le traumatisme. L'auditeur, le lecteur ou le téléspectateur finit par devenir insensible à la barbarie. Il ne crie plus au scandale, il l'accepte, et développe lui-même des propensions à s'y essayer puis à s'y exercer. Face à l'importance du traumatisme dans les médias, la question de sa sécrétion ou de son véhicule se pose. Deux tendances se dégagent.

1 Globalement, l'accoutumance ou tolérance est un processus d'[adaptation](#) de l'[organisme](#) à un [stimulus](#) extérieur, un environnement nouveau ou même un produit [toxique](#). Cette accoutumance se manifeste par un affaiblissement ou même un épuisement de la réponse à ce stimulus à mesure que l'organisme y est confronté. Cette diminution de la réponse implique nécessairement une [capacité](#) plus grande à supporter les effets du stimulus et la possibilité potentielle d'augmenter le stimulus afin de recréer les mêmes effets qu'à la première confrontation. En médecine, elle s'appréhende un mécanisme, un phénomène au cours duquel un organisme s'habitue progressivement à un médicament, une drogue, etc... L'accoutumance entraîne généralement la nécessité d'augmenter les doses. Les substances qui rendent dépendantes sont nombreuses. On peut citer par exemple l'alcool, le tabac, les médicaments, la drogue etc.. L'utilisation de ces substances pour lesquelles l'effet espéré est de plus en plus faible, et les doses de plus en plus fortes, aboutit à un phénomène conduisant inévitablement à augmenter progressivement les doses de façon à retrouver l'effet recherché. L'accoutumance est un processus au cours duquel un individu et plus précisément son organisme, devient insensible à l'action d'un poison, d'un médicament. Ce phénomène survient également à la suite de l'administration de quantités, pour commencer, légères et inactives, puis pour continuer, progressivement croissantes, de produit quel qu'il soit.



Revue Baobab: numéro 4

Premier semestre 2009

La première postule une opérationnalité *sui generis* de la violence dans les médias et la seconde argue que les médias ne sont que le transport des traumatismes de la société.

Cette interaction crée une complicité qui laisse apparaître un cercle vicieux entre média et société dans lequel tournoie le spectateur pour s'effondrer comme un derviche étourdi.

Retour ou projet de la violence sociétale

L'on est tenté de se demander si la sublimation de la raison humaine, *a posteriori*, n'est pas suspecte au regard du réel violent et des fois dépassant l'imagination des possibles de l'humain. Les post modernes ont peut être tranché en évoquant la postmodernité et le postmoderne et même le post humain cependant l'état délétère de l'humanité et de la conscience déclinante de l'humain semble nous plonger à nouveau dans le *Léviathan*. Rousseau dans son *Du contrat social* a investi l'humain d'un degré de collégialité respectable eu égard à sa capacité de fédération des idées. Plus tôt bien avant lui le Protagoras (voir l'homme est à la mesure de toute chose) et le *cogito ergo sum* cartésien ont hissé la conscience humaine à la sacralité absolue dont le triomphe a assis la prétention de l'humain sur la nature. Le déclin de la conscience lisible aux horreurs des guerres et à l'invention du trafic humain dans la traite des Noirs par exemple achève de compromettre la respectabilité de la conscience dont la crise paradoxalement trouve justification dans une prétendue évolution de l'espèce à travers ses mœurs dont la notion émergente de l'hypermodernité et très probablement de l'hyperhumanité s'en feront l'écho. Somme toute, l'on semble se retourner vers Hobbes pour soutenir l'état de nature où la raison du plus fort est toujours la meilleure. Il s'est développé dans les sociétés humaines l'idéologie de la compétition. Tous les domaines et secteur d'activités usent de l'esprit de compétition pour émousser les compétences et glaner des trophées en natures, en intérêts, en primes, en rangs, en production...

Nul doute, le triomphe du capitalisme en ses principes fondamentaux de l'accumulation du gain, de la propriété privé et de l'exploitation; en un mot dans son projet de la soumission de la matière à l'idée; s'étend à la médiasphère.

La thaumatourgie inhérente au système capitaliste, notable au commerce de l'illusion, du rien, du vide, de l'inexistant et même de l'impensé et de l'impensable, phagocyte la médiasphère



Revue Baobab: numéro 4

Premier semestre 2009

en intégrant l'utilisation des douleurs et des souffrances humaines misent pour le coup en compétition à la solde du *scoop* médiatique et dont la sensibilité du spectateur en paie le prix cher. L'esprit du marché amène à organiser le désordre et à planifier le chaos en rendant la douleur spectaculaire; c'est ici que l'image fait mal mais paradoxalement qu'elle s'incruste dans l'inconscient de l'œil la rendant perpétuelle à la mémoire pour créer un imaginaire du désastre. L'on est sans doute dans une ère traumatique où l'indifférence à la violence rime avec la conscience du soi car le sensible (l'individu sensible) est une curiosité. Notre quotidien de misère, d'attentats, de prise d'otages, ne laisse pas la place de s'imaginer ou de se projeter un monde sans explosion. Car justement, c'est par la violence que règnent les Etats et les médias. Les premiers maintiennent leurs populations dans la misère en protégeant leurs biens par la violence policière. Les régulations sociales sont des lieux de pressions de tous genres : police, factures, impôts, taxes...ce champ chaotique instaure une dictature du matériel et engendre une violence comportementale de la part des opprimés : voleurs, mendiants...il se crée une volonté de corriger la violence par la violence ; cet état de fait codifie l'étendue du champ de la violence. Les seconds s'appuient sur le commerce de la violence pour assoir leur puissance. Ils secrètent bon gré mal gré de la violence en société tant ils posent des modèles violents à exalter.

Conclusion

Le scoop dynamise le milieu médiatique en ce qu'il constitue une denrée de notoriété des médias dit majeurs. Cependant il expose par moment le cynisme des faiseurs d'informations en ce sens qu'il dévoile l'inexistence de la distance entre le fait informationnel et le traitement de l'information. C'est ici que le feu de l'action brûle la sensibilité du spectateur ou du lecteur, l'insensibilisant pour inhiber le sens. Par là même les médias cultivent le traumatisme en sa double lecture de ce qu'ils en font leur toile de fond et leur fond de commerce tout en l'instillant dans les habitudes des consommateurs pour phagocyter leur aptitudes sensorielles.



Revue Baobab: numéro 4

Premier semestre 2009

Bibliographie

Bourdieu (Pierre), *Sur la télévision*, Paris, Raisons d'agir, 1996

Chomsky (Noam), Edward S. Herman *La Fabrique de l'Opinion publique - La Politique économique des médias américains*, Paris, Serpent à plumes, 2003

Debord (Guy), *La société du spectacle*, Paris, Gallimard, 1996

Debord (Guy), *Commentaires sur La société du spectacle*, Paris, Gallimard, 1996

Guéguen (Nicolas), *Psychologie du consommateur*, (Pour mieux comprendre comment on vous influence : 100 petites expériences), Paris, Dunod, 2008

Helbrun, Tissiers-Desbordes, *Le comportement du consommateur*, Paris, Pearson Education, 2005

Ramonet (Ignacio), *La Tyrannie de la communication*, Paris, Gallimard, 2001

Rieunier (Sophie), *Le marketing sensoriel du point de vente*, Paris, Dunod, 2009

Volle (Pierre), Darpy (Denis), *Comportements du consommateur et décisions marketing*, Paris, Dunod, 2007