

# La mise en scène et la spectacularisation de l'information médiatique

## L'IMPRESSION DE RÉALITÉ

Si la presse écrite sollicite un effort de la part du public lecteur pour décoder le langage écrit, la radio et la télévision sont des médias qui diffusent d'autres systèmes symboliques touchant à la sensorialité, et sollicitant des compétences de décodage moins complexes. Selon Marshall McLuhan, la télévision est un média qui ne demande pas une participation très active des téléspectateurs pour accéder au sens du message. Petits enfants, non-lecteurs et locuteurs d'une autre langue sont capables de voir les informations télévisuelles. Une perspective qui ignore que l'image et les sons se « lisent » et nécessitent la maîtrise d'un code et une éducation aux médias pour véritablement accéder au sens... Les médias audiovisuels offrent une extension du corps humain (la vue et l'ouïe). Par cette immersion sensorielle (sons et images), ils procurent aux publics une impression de réalité inégalée.

## IMMÉDIÉTÉ ET UBIQUITÉ : L'URGENCE HYPNOTIQUE

Forcer la signification par l'image et le son, exagérer leur captation pour les rendre plus perceptibles, voire les modifier... Tout ceci contribue à construire une mise en scène ou scénarisation de l'information qui se transforme en spectacle où le perceptible et le sensible sont exacerbés, au dépend de l'intellect et de la raison. L'extension des sens permet d'abolir les limites corporelles de l'humain. Les frontières spatiales et temporelles s'amenuisent et le monde se transforme en « village global ». Doté du don d'ubiquité, le public veut accéder à l'information planétaire immédiatement en « temps réel », emporté par un sentiment d'urgence. Une immédiateté qui paralyse les spectateurs devant leurs écrans, surtout quand ceux-ci diffusent des événements dramatiques. Ce fut le cas, par exemple en France en janvier 2015 avec une actualité très suivie par les médias, intrinsèquement liés à l'événement, s'apparentant en quelque sorte aux « premières victimes » des terroristes, des journalistes et dessinateurs caricaturistes du journal satirique *Charlie Hebdo*. Des médias fascinés par les événements et des publics qui semblent avoir été hypnotisés par les images diffusées (record d'audience de BFMTV, par exemple) et entraînés dans le jeu des échanges verbaux sur les réseaux sociaux numériques. La question de la sidération générée par la violence et la radicalité des événements tragiques advenus est donc à prendre en compte, pour les médias eux-mêmes comme pour les populations.

## CONTEMPLER LA SOUFFRANCE D'AUTRUI POSE UNE QUESTION MORALE

La diffusion d'informations sensibles (otages cachés, par exemple) et d'images violentes (exécution d'un policier) durant les événements de janvier 2015 ont engendré de nombreuses critiques : attitude irresponsable de certains médias, dérapages, prises d'antenne intempestives et « vides »... Pour autant, aucune sanction n'a été prise par le CSA. Dans les semaines qui ont suivi, des acteurs

médiatiques se sont expliqués, quelques-uns ont avoué « en avoir un peu trop fait » et ont fait leur *mea culpa*... D'autres ont ressenti une attaque contre la liberté de la presse. C'est peut-être là un point d'entrée sur le phénomène d'« emballement médiatique ». Quand les médias s'engagent dans une spirale de « surenchère » pour en dire et en montrer toujours plus que la concurrence, plus vite, plus fort... dans le non-respect de certaines règles d'éthique et de sécurité. Il apparaît alors nécessaire de s'interroger sur l'usage du registre émotionnel mobilisé par les médias sur des événements dramatiques, et sur les conditions d'une « acceptabilité morale » du spectacle à distance du malheur du monde (guerres, tortures...) par médias interposés. Selon L. Boltanski\*, il existe trois types de démarche dans le traitement médiatique de la souffrance : la dénonciation (indignation, accusation), le sentiment (compassion, attente de gratitude de la part de la victime) et l'esthétisme (goût du sublime et du pittoresque, tirant parfois à des constructions fictionnelles). Une « politique de la pitié » ne peut être morale qu'en associant ces trois dimensions.

## LA FONCTION CATHARTIQUE ET SOCIALE DU SPECTACLE DE L'INFORMATION

Suite aux excès médiatiques de janvier 2015, une justification a été construite : il s'agissait de répondre à la demande d'un large public derrière ses écrans, exigeant des réponses immédiates à ses questions (nombreuses sur internet), désirant tout « voir » et s'offusquant peu de la diffusion de ce type d'images. L'avènement de la télévision a engendré une attitude de curiosité parfois qualifiée de malsaine, de « voyeurisme » face à des scènes de souffrance à l'issue fatale. Une posture ambiguë : entre attrait et dégoût. Cette scénarisation dramatique répondrait à une attente, pourrait avoir une fonction « cathartique » en canalisant des passions ou des désirs préexistants\*\* et offrir ainsi une sorte d'exutoire individuel ou collectif. Enfin, quand un large public en vient à partager des moments d'émotion intense lors d'une « communion télévisuelle » autour d'une actualité heureuse (victoire sportive) ou malheureuse (attentats), le lien social peut se renforcer au niveau d'une nation ou dans des groupes sociaux (journalistes, policiers, etc.). Mais pas seulement... La population d'un pays peut connaître des rapprochements inattendus, des reconnaissances d'intérêts, des partages d'expériences et d'émotions, des convergences de valeurs partagées.

\* *La Souffrance à distance. Morale humanitaire, médias et politique* (1993).

\*\* Brigitte Le Grignou, *Du Côté du public. Usages et réceptions de la télévision* (2003).

Isabelle Dumez Féroc, maître de conférences en Sciences de l'information et de la communication à l'université de Poitiers