



**HAL**  
open science

## L'émotion dans les médias : Dispositifs, formes et figures

Jean-François Tétu

► **To cite this version:**

Jean-François Tétu. L'émotion dans les médias : Dispositifs, formes et figures. Mots: les langages du politique, 2004, pp.9-20. 10.4000/mots.2843 . halshs-00396314

**HAL Id: halshs-00396314**

**<https://shs.hal.science/halshs-00396314>**

Submitted on 17 Jun 2009

**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.

# *L'émotion dans les médias :* *Dispositifs, formes et figures*<sup>1</sup>

Jean-François Tétu

L'émotion, omniprésente aujourd'hui dans les médias, notamment à la télévision qui fait se succéder devant nos yeux les conflits, les catastrophes et les agressions, pose des questions spécifiques. Et d'abord parce que l'émotion, c'est ce qui suspend immédiatement le raisonnement ("je le vis, je rougis, je pâlis à sa vue"). En cela, l'émotion, parce qu'elle repose sur une perception (voir *infra* la place spécifique du "voir") semble se détourner *a priori* de la rationalité constitutive de l'espace public comme espace de débat. Sauf que nous savons très bien, depuis Voltaire et l'affaire du Chevalier de la Barre, que "l'opinion" peut se mobiliser pour défendre des causes qui lui sont rendues sensibles par le spectacle d'une souffrance induite, et prendre "fait et cause" pour des victimes supposées injustement maltraitées (Sacco et Vanzetti) ou contre des "bourreaux" supposés être la cause directe ou lointaine de la souffrance d'autrui : Zola et Dreyfus, etc.

Comment donc peut-on rendre compte d'un processus médiatique qui repose sur la perception d'une situation extérieure aux récepteurs de l'information et conduit selon les cas à un attendrissement partagé (couronnement d'un roi ou d'une reine), à un déferlement de liesse populaire (la France victorieuse du Mondial de football en 99), à une mobilisation "charitable" (Abbé Pierre en 1954) ou enfin à une mobilisation "politique" (expulsion des sans papiers de l'église Saint Bernard) sans oublier que parfois, l'opinion reste inerte (bombardement d'Hiroshima).

Il est possible d'esquisser une réponse en examinant cette question sous trois angles : celui du dispositif même de l'information ; celui de sa thématique ; celui de sa rhétorique ou de sa mise en scène discursive.

Mais on voit bien qu'il est impossible d'examiner cette question sans prendre en compte la redoutable question des effets ; nous n'aborderons pas ici la réception de l'information qui est pourtant indispensable à la compréhension des effets. Nous partons du seul principe que le

---

<sup>1</sup> Paru dans la revue *Mots* (ENS Editions) n° 75, juillet 2004, p. 9-20.

langage des médias (tout à la fois dispositif de mise en page ou en scène, image et texte) fait sens dans une relation de communication aux trois niveaux précités. Cet article a donc trois limites fortes : d'abord, il n'envisage l'émotion que comme révélateur d'un certain nombre de dispositifs et procédés dont il esquisse l'analyse ; deuxièmement il ne traite pas de l'intégralité des médias, mais de la seule information, elle-même limitée à la télévision au départ, puis à l'écrit dans la troisième partie ; enfin, écartant la question des effets, il laisse de côté le sujet de l'émotion : il est en effet, indiscutable qu'on n'est ému qu'en fonction de ce qu'on est, si bien que chaque média organise sa propre rhétorique en fonction de l'image qu'il se forme de son public (par exemple l'inflation du discours direct dans la presse populaire).

## Le dispositif

Nous examinerons ici le seul cas spécifique de la télévision, parce que, on l'a assez dit, la télévision donne d'abord à voir (le son est monté après l'image). Et il semble bien qu'il y ait un lien tout à fait fondamentalement entre l'émotion et la vue. Certes, si l'émotion, parce qu'issue d'une perception, peut *a priori* surgir de chacun de nos sens (un bruit inattendu fait sursauter) la vue semble bénéficier d'une place originale dans nos émotions : de façon tout à fait archétypale, la cécité de Tirésias et d'Œdipe à Colone, qui leur permet d'échapper aux apparences qui détournent la raison, ou le mythe de la caverne, ou inversement le bon samaritain, qui peut servir de modèle à toute posture humanitaire, se détournant lorsqu'il "voit" un blessé. L'image, pendant des siècles, a ainsi bénéficié d'une fonction édifiante dans l'iconographie profane ou religieuse.

L'information télévisée propose quotidiennement au téléspectateur une situation reconnaissable qui met en jeu une norme sociale dans laquelle un actant est montré comme soudain victime ou bénéficiaire. Le cas le plus fréquent est celui de la description qui montre une scène dramatique ; cas typique : à la suite de l'éruption du volcan Nevada del Ruiz, un reportage montre l'agonie de la petite Omeyra, prise dans une gangue de boue sans que le photographe puisse lui porter secours ; aucun commentaire de la part du présentateur (Noël Mamère, qui présentait le J.T. à 13 h ce jour-là nous a dit avoir pris le parti de se taire parce qu'il découvrait la scène en même temps que le téléspectateur). L'absence de commentaire renforce ici l'effet supposé sur le spectateur. Le second cas est bien sûr celui où le

présentateur explique la situation en indiquant l'état dans lequel est supposé se trouver le locuteur, par exemple, la victime d'un attentat ou d'un accident encore sous le choc, ou le téléspectateur, sur le mode : ayez peur (de ce nuage toxique), ayez pitié (de ces malheureux) ; les deux actants pouvant être réunis comme dans le fameux "la France a peur" de Roger Gicquel (enlèvement du petit Philippe Bertrand).

Mais dans le cas le plus spécifique à la télévision est, bien entendu, celui du "direct".

On a beaucoup dénoncé les effets désastreux du direct sur l'information, et, pire encore, sur l'information en continu qui n'offre aucun recul par rapport à l'événement. Et c'est bien pour cela qu'il est propice au surgissement de l'émotion. Le direct, donc, vise un effet de présence. Mais alors que le direct peut être fortement narrativisé dans le "faux direct", d'usage systématique dans les informations radiophoniques, le reportage en direct, même très narrativisé comme peut l'être la retransmission d'une compétition sportive, laisse une place capitale à l'imprévu : accident dans les stades du Heysel ou de Furiani, chute du peloton dans un sprint final, sortie de piste d'une automobile en compétition. La question centrale ici est de savoir si la fascination du direct, que nous tenons pour acquise tant elle est promue et revendiquée, a un lien particulier avec la production des émotions.

Dans *Media Events*, Elihu Katz et Daniel Dayan remarquent que le spectateur, notamment dans les "cérémonies" programmées, est appelé à se transformer en "témoin". Mais quel genre de témoin ? Non pas le

"témoin objectif de la science empirique, le vérificateur dont le regard silencieux et froid se confondait avec l'exercice de la raison, (mais) un témoin au sens que prenait ce terme dans le christianisme antique, celui à qui on demande de se convertir à une nouvelle définition de la réalité, puis de lui servir de média, de devenir l'instrument de sa propagation"<sup>2</sup>.

Cette analyse constitue une première réponse forte : l'information ne cherche pas ici un savoir ni même un voir, mais un faire-voir susceptible de produire directement un croire, indispensable à l'émotion : "j'y étais (devant la T.V.), je l'ai vu". Le direct produit l'expérience d'un présent insaisissable, irreprésentable comme présent parce qu'il est à peine perçu qu'il est déjà passé ; mais pour cette raison même il est propice à la propagation des émotions car il reste à raconter et à re-raconter. On voit ici comment le direct permet de passer d'une émotion comme suspens du sens à une parole qui lui re-donne sens. Mais cette

---

<sup>2</sup> E. Katz et D. Dayan, 1996, *Media Events*, traduction française *La télévision cérémonielle*, Paris, PUF, p. 132.

parole là, secondaire, appartient au spectateur qui trouve ainsi dans le direct un rôle, un programme d'action (l'action ici est d'en parler). Le direct, en ce sens, projette (au sens propre) chez le spectateur un programme virtuel de prise de parole. Dans le direct, ce n'est pas l'émetteur, mais le récepteur à qui est déléguée la fonction du commentaire, virtuelle. L'interprétation de l'action est transférée au spectateur qui peut la reconstruire. Cela nous semble une explication plausible de l'attrait du direct, qui laisse le champ libre au récepteur pour sa propre "refiguration".

Il y a une autre explication possible de l'effet du direct qui recourt à l'usage que faisait Jacques Lacan du concept de "réel"<sup>3</sup>. Le "réel", pour J. Lacan, c'est en particulier ce qui est dans l'ordre des choses, dans l'ordre de la "cause". La "cause" dont parle Lacan tient à l'ordre des choses : ainsi la chute d'un corps, du fait de la gravitation universelle. La chute de ce corps, fût-ce une tribune dans un stade, n'a, à proprement parler, aucun sens, alors que le discours que l'on peut tenir dessus permet précisément de lui en trouver un. Bref, et on nous pardonnera ici ce raccourci de la pensée de J. Lacan, le réel est proprement "irreprésentable", parce que, régi par la cause, il est in-sensé, alors que la construction de nos représentations n'a qu'un but, l'organisation des significations.

Je ne peux pas regarder, à la télévision, un match de tennis ou de football, par exemple, sans éprouver quelque chose comme une passion du coup qui viendra : j'attends, passivement, de subir l'émotion du coup attendu ou inattendu. Si le coup est attendu (*i.e.* correspond au schéma narratif prévu), je puis éprouver la joie du supporter, mais aucun trouble ne me guette. Je n'éprouve que le plaisir d'une répétition : le spectacle vient me fournir le double de ce que j'avais préconçu. Ce qui me "passionne" vraiment, en revanche, c'est l'attente de ce qui, n'étant pas préconçu, va bientôt faire causer (et que, en tant que supporter, je puis aussi bien espérer que redouter), bref, ce qui, dans le programme, peut échapper au programme. Donc, j'attends. J'anticipe, je scénarise, je pré-récite autant que la régie, sur fond des images produites par la régie, mais j'attends confusément quelque chose. Quand l'inattendu survient (le tennisman glisse, et perd ; Challenger explose en vol), alors, je me trouve devant une image, une représentation, qui me renvoie à ce qui demeure pour moi proprement insensé et irreprésentable, alors que dans un film-catastrophe, la catastrophe est tellement pré-construite qu'elle ne fait surgir aucun insensé, mais de l'héroïsme ou de la turpitude à

---

<sup>3</sup> J.-F. Tétu, 1994, "La radio, ou la maîtrise du temps", *Etudes de communication* 15, Bulletin du Certeic, Université Lille 3, p. 86.

foison. En somme, la force du direct, c'est qu'il permettrait l'attente de l'irreprésentable, quitte à construire, ensuite, de grands édifices représentatifs dessus. Attente de l'irreprésentable, du moment où le "réel" lacanien (l'irreprésentable, l'insensé) surgit dans le parcours pré-raconté. Dans le direct, donc, le téléspectateur fait une expérience originale de suspens du sens, parce qu'il y a tant de sens possibles qu'il ne sait pas *a priori* lequel est le bon, même si l'angle de prise de vue par exemple, constitue le point de vue d'où il voit les choses. Bref parce que c'est au présent et que le présent échappe, il perçoit que la cause peut prendre la place du sens, ce qui est une source majeure d'émotion.

La fonction de l'image d'information a connu depuis quelques décennies une forte modification due à la multiplication des échanges internationaux d'images. Cela aboutit, bien sûr, à une standardisation des informations télévisées, comme il apparaît nettement lorsque la source des images est raréfiée (guerre du Golfe) mais aussi à une décontextualisation qui nous semble à l'origine d'une forme spécifique d'émotion. On le sait bien depuis Roland Barthes, le mode original de signification de l'image photographique est de combiner le "ici-maintenant" de la lecture et le "avant-ailleurs" de la prise. L'image d'actualité, même lorsqu'elle n'est pas en direct, mais simplement d'actualité, produit une concordance des temps (le présent de l'actualité) en même temps qu'une discordance radicale entre le contexte d'origine et le contexte de réception. Or cela produit une rupture tout à fait insurmontable entre l'information et l'action, entre l'ici du récepteur et le là-bas du conflit ou de la catastrophe. Si l'émotion est bien "ce qui déplace" nous avons affaire ici à une émotion bien particulière, celle qui appelle une réaction impossible du fait de la discordance des lieux (du contexte). Elle conduit donc soit à une action décalée, par exemple les sacs de riz pour la Somalie, soit à une impossibilité d'action qui fait de l'émotion le cœur même de la consommation médiatique.

Précisons. Les images des situations catastrophiques sont légion. Ces images sont comme les matériaux bruts, indiscutables, d'une situation insupportable et presque indicible (le commentaire est d'autant plus sobre que la mort est plus visible et, en fait, irreprésentable) : la mort est évidemment là. D'où le quasi-silence du commentaire.

Cela distingue radicalement le direct télévisé du direct radiophonique où les voix sont surabondantes (commentateur sportif haletant ou voix de rescapés d'une catastrophe), et le silence très perturbant ("qu'est-ce qui se passe" ?). À la radio, l'événement n'est que voix, ou

son, et cette condensation synecdochique produit nécessairement chez l'auditeur un appel à l'expansion symétrique des représentations.

Pourquoi ne rien dire alors aux moments les plus intenses de l'image télévisée ?

Parce qu'il y a une discordance insurmontable entre l'évidence du constat et l'impossibilité de changer le cours de l'action insupportable : les images que reçoit le téléspectateur sont, absolument, différentes ou séparées de la vision *in situ* des acteurs de l'événement.

Mais autre chose mérite d'être examinée.

Devant chaque catastrophe, les médias soulignent la solidarité de la population ; or cette solidarité immédiate, sur le terrain, est interdite au téléspectateur qui reste loin de l'événement. L'action de solidarité immédiate peut être dans les faits impossible à quiconque (explosion de la navette Challenger) ou inutile (mort de Lady Diana), ou bien elle ne peut qu'être déléguée (catastrophe lointaine) ; il reste alors un écart insurmontable entre les acteurs (sur place) et les téléspectateurs (au loin). D'où la prolifération des dispositifs d'aide d'urgence dont la montée coïncide justement avec la visibilité des catastrophes d'actualité. L'image d'actualité court-circuite les dispositifs institutionnels du contexte, elle vise une "urgence" qui rend le discours inutile et pousse à agir tout de suite avec des médiateurs eux aussi, urgents ("Médecins d'urgence"). Tant qu'il y a des vies à sauver, l'humanité peut trouver dans l'horreur un aliment et une justification.

En d'autres termes, la solidarité des gestes "humanitaires" est une réponse à une émotion inassimilable, celle qui nous ferait spectateurs tranquilles de la mort ou de la douleur d'autrui.

La mondialisation de l'information (le monde couvert en continu) a stimulé l'action humanitaire, non comme une réponse politique à des actions injustifiables (Rwanda, Kosovo, ou Tchétchénie) mais comme seule réponse du téléspectateur à ce qu'il reçoit de loin. L'urgence humanitaire, de date récente, doit beaucoup aux médias parce que la vision de la catastrophe appelle une réponse immédiate, en réponse à la médiatisation de l'émotion qu'elle provoque.

# Les thématiques

Depuis plus d'un siècle, la psychologie a défini l'émotion comme un trouble de l'adaptation [voir John Dewey, 1895 : "je vois un ours, je tremble, j'ai peur"<sup>4</sup>], dû au fait que le sujet ne dispose pas d'une réponse toute prête ; d'où le trouble de l'activité et des représentations. D'autre part, le lien a souvent été fait entre l'émotion et la motivation (même origine langagière : le latin *movere*). Mais là où le bon samaritain, ému par la détresse du blessé, se détourne pour lui porter secours, l'usager des médias, lui, n'a aucune possibilité d'action immédiate parce qu'il n'est pas dans la situation pratique dont il est un lointain témoin : il ne peut pas fuir Manhattan. Étant dans l'ordre des représentations, la seule émotion qui lui est possible devrait être une émotion esthétique, or nous savons que ce n'est pas le cas. Il faut donc bien que l'information, pour un temps au moins, fasse croire que l'usager des médias est confronté à une situation émouvante.

La situation émouvante, dans la réalité, tient à la nature de la relation entre le sujet et cette situation, qui provoque peur ou colère, joie ou honte, etc. ; il faut donc au moins au support d'information quelque chose qui soit commun au groupe social : il faut représenter une situation à propos de laquelle une norme sociale (un jugement de valeur socialement partagé) met en cause dans un récit un actant qui est, le plus souvent soudainement, victime ou bénéficiaire. Cette situation doit en outre reposer sur une motivation forte. D'où le succès garanti de représentations de situations connues de tout le public comme le trac avant l'examen, ou les fortes émotions devant une épreuve : le sport, qui précisément joue cela, déploie ainsi les émotions communément possibles comme l'angoisse du gardien de but avant le penalty, ou l'explosion de liesse après un "essai" réussi. Et comme nous savons tous que l'émotion ne va pas sans les sentiments qui l'accompagnent ou le suivent, c'est par le brandissement des signes exprimant les sentiments que la situation est rendue émouvante : "Le monde a peur" titre *Le Parisien*, le 12 septembre 2001. Et comme nous avons appris depuis l'enfance que les sentiments peuvent se communiquer plus facilement lorsqu'on en amplifie les signes, la dramatisation est une constante de la médiatisation de l'émotion, sous des formes évidemment propres à chaque support.

---

<sup>4</sup> J. Dewey, 1895, "The Theory of Emotion", II, "The Significance of Emotions", dans *Psychological Review*.



La dramatisation des sentiments est donc le premier ressort thématique de la représentations des émotions. Le second, qui va de pair avec lui au point d'en être quasiment indistinct, est à coup sûr l'événementialisation, *i.e.* une fracture dans l'état du monde. C'est bien ce qu'exprime le recours, au soir du 11 septembre, au vocable "la guerre" (*Paris Match*, *Marianne*, *L'Express*, *Le Figaro*), ou aux vocables qui indiquent le surgissement du choc : "L'épouvante" (*La Croix*), "L'Amérique foudroyée" (*Les Échos*).

Cela indique la volonté des informateurs de mettre le public dans une sorte de prise directe sur l'événement qui conduit à brandir en titre tantôt une posture compassionnelle ("l'épouvante"), tantôt la dénonciation des bourreaux ("*Les nouveaux barbares*", dans *Marianne*). Ce sont là les deux grands régimes de discours qu'on retrouve chaque fois qu'une catastrophe alimente l'actualité : naufrage du *Prestige* et marée noire inéluctable, milliers d'automobilistes bloqués sur une autoroute par le verglas, etc. On trouve chaque fois trois composantes majeures :

- la norme sociale sous forme de morale à maintenir (solidarité à l'égard des victimes *vs* dénonciation de profiteurs en tous genres, pillards, ou voyeurs ; respect des personnes et de la propriété),
- la norme sociale sous forme de l'opinion, prompte à dénoncer l'inaction, le retard ou l'inefficacité des pouvoirs publics ou des autorités en général. On y voit en particulier une tendance forte des médias à prendre parti pour la victime, pour susciter l'identification du lecteur (l'opinion se fonde sur la morale précédente),
- l'esthétisation du spectacle de la désolation : *pietà* algérienne à la suite d'un massacre. Cette esthétisation participe à la fois de la thématique et de la figuration.

La compassion et la dénonciation [voir Luc Boltanski<sup>5</sup> et Patrick Charaudeau<sup>6</sup>] peuvent prendre d'autres formes : celle de l'attendrissement devant l'action bienfaitante, et, à l'opposé, celle de l'indignation qui présuppose l'existence d'un monde juste (L. Boltanski). L'appel à la justice permet d'articuler la dénonciation du malheur et l'accusation des auteurs présumés du même malheur : la folie des hommes, ou leur inhumanité (Dutroux, Ben Laden, acteurs des guerres civiles), ce qui explique les deux figures majeures du thème de la pitié :

---

<sup>5</sup> L. Boltanski, 1993, *La Souffrance à distance, morale humanitaire, médias et politique*, Paris, Métailié, p. 15-37 et p. 91-116.

<sup>6</sup> P. Charaudeau, 2000, " Une problématisation discursive de l'émotion. A propos des effets de pathémisation à la télévision", dans C. Plantin (dir.), *Les Emotions dans les interactions*, Lyon, Presses Universitaires de Lyon, p. 125-156.

- le malheur, lorsqu'il est renvoyé au coupable/responsable, conduit à la mise en scène du ressentiment de la victime ("je n'ai plus rien" dit la victime) et, de ce fait, à l'indignation du (télé-) spectateur,
- le malheur, lorsqu'il est combattu par le bienfaiteur, conduit, plus rarement il est vrai, à la gratitude de la victime et à l'attendrissement du spectateur. Ce cas plus rare est surtout le fait des catastrophes naturelles où la Culture (solidarité des hommes) s'oppose à la violence aveugle de la Nature. Il est à noter que cette thématique, assez peu fréquente dans l'information, appartient à un autre registre de la télévision, celui des reality-shows initiaux, ou des magazines (*Perdu de vue*).

Entre la victime du monde "réel" et l'usager des médias, il faut un tiers dont R. Barthes avait fait une analyse magistrale dans *Mythologies*, avec la figure de l'abbé Pierre<sup>7</sup>. Ce qui montre que le réalisme (voir *infra*) a un effet "mythique" immédiat : soustraire la souffrance à une victime pour l'exhiber devant les usagers des médias qui, eux, ne souffrent pas.

La troisième thématique majeure, issue de la précédente, est la menace sur la sociabilité. D'où l'insistance sur l'opposition "guerre vs paix", comme figure archétypale du bien ou du mal-être social. Il s'agit ici surtout de "guerre" interne au corps social : le chauffard meurtrier qui est un élu local, le voisin qui peut être un terroriste, etc. C'est ainsi d'abord que le conflit de Bosnie fut montré ; par exemple un jeune couple (l'un bosniaque, l'autre serbe) assassiné sur un pont de Sarajevo, sans que personne n'ose recueillir les cadavres. D'où la valeur émotive de tout ce qui bloque le social normal : autoroute bloquée, aéroport bloqué, grande panne de téléphone ou d'électricité.

La dernière est celle de la menace sur l'humanité, d'où le recours à la figure majeure du "monstre" pour expliquer l'inexplicable, et source d'une menace latente sur chacun. C'est une des figures les plus anciennes des médias, dont les anciens occasionnels sont remplis (passage miraculeux d'une armée d'anges dans le ciel vs crimes abominables).

Quatre grands axes, donc, pour la thématique : la fracture et l'excès, l'a-social et l'in-humain qui fournissent des figures renouvelées sans cesse, et permettent la mise en oeuvre de procédés rhétoriques récurrents.

---

<sup>7</sup> R. Barthes, 1957, *Mythologies*, Paris, Le Seuil, rééd. 1970, p. 54.

# La mise en scène discursive

La rhétorique des émotions n'est pas, pour une large part, spécifique : d'une part, elle ne fait qu'amplifier les traits habituels de toute information, et d'autre part elle utilise toutes les figures possibles de la rhétorique traditionnelle. On peut cependant repérer cinq tendances majeures que nous relevons dans la seule information écrite où nous cherchons ce qui est le plus apte à figurer l'émotion.

La première est le minimalisme ou la minimalité du discours, qu'on pourrait aussi définir comme raréfaction des mots. Ainsi, en 1914 ou 1939 : "mobilisation générale", ou "la guerre". Et tout est dit. *A contrario*, après les accords de Munich, *Paris Soir dimanche*, dernière édition, le 1<sup>er</sup> octobre 1938 ne comporte qu'un titre "La Paix", quand *Le Figaro*, la veille, était plus "bavard" : "La paix est sauvée". Plus près de nous, l'élection présidentielle de 2002 est scandée dans *Libération* par trois interjections : "NON", "OUI", "OUF".

C'est la forme rhétorique la plus proche de la stupeur de l'événement, la plus proche de ce qui laisse sans voix, la bouche bée.

En dire le moins possible (litote) mais avec une recherche de la désignation la plus appropriée, qui, dans les deux cas précédents, renvoie, soit à l'expression de l'informateur comme archi-lecteur (*Libération*), soit à la référence (*Paris Soir*), sous la forme la plus condensée possible.

Le choix des mots semble reposer sur quatre stratégies (P. Charaudeau *op. cit.*) : l'hyperbole (d'où l'inflation fréquente des chiffres) ; le choix de mots qui décrivent l'émotion de manière transparente (joie, peur, colère) ; le choix de mots supposés déclencher l'émotion (terroriste, tueur, violeur, etc.) ; le choix enfin d'énoncés qui produisent de l'émotion du fait de la situation : "J'étais au téléphone avec une fille à New York, raconte un opérateur d'une maison de courtage, et elle m'a dit : l'immeuble est en train d'exploser". Depuis, je n'ai plus de nouvelles". "Putain, nous sommes en train de mourir" hurle un inconnu avant de raccrocher... au moment où s'effondre sa tour" (*Paris Match*, après le 11 septembre).

Le "poids des mots" n'irait pas ici sans le "choc des photos" qui appartient le plus souvent à quatre registres :

- celui d'une culture commune largement empruntée à l'univers pictural immédiatement reconnaissable : outre les exemples déjà mentionnés, la femme couverte de cendres le 11

septembre, yeux fixes et bouche ouverte, semble sortie tout droit de Pompéi. Ici, la référence culturelle donne une sorte d'éternité instantanée à la victime, ou à l'événement,

- celui, à l'opposé, du "jamais-vu" (l'explosion de Challenger) qui n'est compréhensible que par l'usage de signes visuels reconnaissables (la fumée, le feu) qui renvoient à la catastrophe. La vague déferlante appartient au même registre qui signifie, par l'emprunt de signes "naturels" (l'eau ou le feu), que la nature submerge la culture (forme visuelle de l'a-socialité ou de l'inhumanité signalée plus haut),
- le troisième est celui du geste tout à fait inattendu qui renvoie à l'émotion de l'acteur photographié : le pape embrassant le sol, la première fois (ensuite, c'est un geste rituel) ; Mitterrand et Kohl se tenant par la main, etc. Le caractère incongru ou jamais vu constitue ici une figure de la rupture événementielle (voir *supra*),
- le dernier est celui de la forme hyperbolique d'un geste usuel (saut inimaginable de Noureev, embrassades spectaculaires de sportifs après un but), qui correspondent à la dramatisation que nous avons signalée.

La tentative de faire une sorte d'inventaire des figures les plus fréquentes dans la représentation des situations émouvantes est un peu vaine parce que, s'il y a des figures privilégiées, de la litote à l'hyperbole, ce sont toutes les "figures" rhétoriques qui sont plus ou moins convoquées, de la métonymie banale (les cendres sur le visage d'un pompier) à la synecdoque (morceaux de ferrailles tordues en place du World Trade Center).. A une réserve près, c'est que certaines figures (chiasme ou oxymoron, par exemple) imposent une distance (une intellectualisation) contradictoire avec le choc émotionnel, qui préfère l'anaphore, l'allitération, l'antithèse, l'ellipse, l'hyperbole, la répétition, la synecdoque, etc.

Une troisième forme privilégiée est la "présentification" qui réduit la distance temporelle et spatiale sur le modèle de "Madame se meurt, Madame est morte" : tous les titres et toutes les légendes du numéro spécial de *Paris Match* sur le 11 septembre sont soit des phrases nominales, soit des présents narratifs.

Le dernier moyen souvent exploré est évidemment le réalisme de la description : démarrage *in medias res*, retard du sens, etc.<sup>8</sup>, avec, en particulier, l'omniprésence de la métonymie.

Enfin une figure clé de l'émotion est la référence à une expansion de l'"onde de choc" de l'événement, figure privilégiée des médias qui se refusent généralement au sensationnalisme : par exemple, *Les Échos* le 12 septembre : "Le monde s'est figé d'effroi, après les attentats (...) Et les messages ont afflué de la planète" ; même chose à peu près dans *La Croix* : "inspirer la terreur au monde entier, et faire horreur à tous les habitants de la planète".

---

<sup>8</sup> M. Mouillaud et J.-F. Tétu, 1989, *Le Journal quotidien*, Lyon, Presses Universitaires de Lyon, p. 157-158.

Une piste utile pour comprendre l'émotion médiatique a été naguère proposée par P. Charaudeau qui oppose le savoir de connaissance au savoir de croyance, à l'œuvre dans l'émotion. Pour cela, il faut, disait-il, à la fois une information (un savoir), une évaluation par rapport à ce savoir, et enfin une position, ce qui nous renvoie à la norme sociale ou au jugement de valeur que nous plaçons au début<sup>9</sup>.

La particularité de la situation médiatique est que là où, dans la réalité, il y aurait, par exemple, une obligation d'assistance, il ne peut y avoir pour l'utilisateur des médias qu'une saturation de l'imagination. D'où l'intérêt de la pensée lacanienne pour cet objet : d'abord le surgissement du réel : l'avion explose du fait de l'impact ; les tours s'effondrent du fait de la chaleur. Cela est proprement irréprésentable : aucune loi n'autorise l'assimilation de cet attentat, car nous sommes en temps de paix, alors que les compte rendus du bombardement d'Hiroshima, ne suscitent en leur temps aucune émotion particulière sinon l'émoi du merveilleux [*"A quand le premier voyage sur la lune"*<sup>10</sup>]. Il ne reste donc à l'utilisateur des médias que l'image de lui-même confrontée à ce qu'il ne peut assimiler que comme fantasme.

Soit, pour conclure, la situation suivante : cinq pompiers volontaires, en train de porter assistance à un automobiliste accidenté, sont fauchés par une voiture qui roule à une vitesse folle. L'attention, très vite, se détourne des victimes pour se concentrer sur le "bourreau". C'est un cas, exemplaire, où l'on voit s'inverser l'attention accordée à la victime et à son persécuteur (Patrick Henry, Patrice Alègre, etc.). Il y aurait donc, en fait, une théorie du pouvoir sous-jacente qui fait juger de façon tout à fait différente les victimes "normales" du verglas sur la route en hiver et les "abandonnés" de Cofiroute en janvier 2003 parce qu'on peut penser qu'une instance quelconque du "pouvoir" aurait pu l'éviter.

Cette théorie sous-jacente serait cela seul qui peut expliquer la différence de traitement, selon les médias, de l'indignation et de l'apitoiement. Ainsi, après le "coup de grisou" de Liévin, en 1971, où 40 mineurs trouvent la mort à 700 m sous terre, on peut trouver une pitié sans colère (*"Cette faille était maudite"* dans *France Soir*), ou une colère sans pitié (*"40, ils en ont tué 40"* dans *Libération*). Il y aurait ainsi une représentation critique implicite d'un pouvoir qui constituerait le véritable destinataire de l'action représentée : derrière le brandissement de l'émotion comme dénominateur commun de l'humanité, se trouverait un présumé de

---

<sup>9</sup> P. Charaudeau, *op. cit.*

<sup>10</sup> J.-F. Tétu, 1982, *Le Discours du journal*, thèse de doctorat d'Etat, Lyon, tome 2.

nature politique qui trouve dans une situation émouvante euphorique ou dysphorique une façon de dire l'ordre ou le désordre du monde.