

Chapitre 6

LE CONTEXTE
EPISTEMOLOGIQUE

APRÈS avoir examiné les contextes médiatiques, éducatifs et associatifs, il nous reste à nous pencher sur ce que nous pourrions nommer le **contexte épistémologique**.

Il ne s'agira pas ici d'interroger en profondeur les concepts outils que nous retrouverons au chapitre suivant dans l'étude théorique générale, mais bien plutôt de montrer rapidement quelle est notre approche vis-à-vis d'eux et comment ils se sont « introduits » dans notre réflexion pour l'alimenter et l'enrichir.

Nous essaierons aussi de montrer au travers de quelques « sondages » de quelle façon ces concepts, et principalement celui de la **distanciation** se développent dans le champ de la communication médiatisée. Nous indiquerons comment nous-même avons essayé d'en favoriser le développement par divers canaux (articles, livres, vidéogrammes), réexaminés pour certains d'entre eux dans les seconde et troisième parties.

Rappelons enfin que s'agissant de situer un contexte, nous ne nous livrerons pas ici à une compilation historique et épistémologique exhaustive sur ce que ces différents concepts recouvrent ou découvrent. Nous nous centrerons plutôt sur les points qui nous semblent constituer des déterminants de notre propre approche, et afin de clarifier au maximum notre analyse, nous essaierons, dans la mesure du possible d'adopter une présentation « standardisée » allant de ce que nous avons retenu de *l'histoire* du concept, au *sens* que nous lui donnerons ici, en passant par son *utilisation* ou son *interprétation* actuelles. Afin

de ne pas surcharger la lecture, nous limiterons les citations au strict nécessaire en développant plutôt celles-ci à chaque fois que nécessaire aux chapitres théoriques suivants.

Il va sans dire que nous ferons souvent référence à nos hypothèses exposées au chapitre 1 et plus particulièrement celles concernant ce que nous avons appelé le dipôle auto-distanciation immanente / identification - projection - transfert (**ADI/IPT**) ainsi que le dipôle **fonction de création/ fonction de communication** des médias. A cet effet, nous serons amené à présenter de manière assez détaillée un ensemble de sous-hypothèses concernant les phénomènes de médiation et de médiatisation. De même, nous essaierons de présenter des esquisses de typologies des effets d'identification, de projection ou de transfert, ceci dans le but de préparer le terrain pour le chapitre 7 qui traitera plus complètement des justifications théoriques à l'ensemble de nos hypothèses.

Ajoutons enfin qu'après les justifications théoriques de la troisième partie (chapitres 7, 8, 9 et 10) nous retrouverons nos terrains associatifs dans la quatrième partie de cette thèse.

.M1.6.1. Le concept de médiation

Pour nous, il va s'agir d'un concept crucial, à la base de notre édifice. Malheureusement, il ne semble pas qu'il ait été très étudié, au moins dans le champ que nous avons examiné.

.M2.6.1.1. Un aperçu étymologique

L'étymologie officielle du mot « *médiation* » nous montre le double sens historique et logique de ce mot, venant de « *médiat* » qui implique l'idée d'intermédiaire (de *mediare*, s'interposer).

Du point de vue historique, on disait d'un prince du Saint Empire Romain Germanique qu'il était « *médiat* » s'il ne tenait pas son fief de l'Empereur lui-même. Par extension on l'a dit des Etats. Profitons-en pour signaler que c'est sous Napoléon 1^{er} qu'ont été signés les actes de « *médiatisation* » les plus importants, favorisant peut-être par là la future unité de l'Allemagne. La médiatisation consistait à incorporer un pays germanique, dépendant immédiatement de l'Empereur dans un Etat dont le Souverain devenait alors Suzerain intermédiaire...

Du point de vue logique, la médiation décrit le lien qui existe entre une chose et une autre.

Nous laisserons de côté les sens presque triviaux de « *médiateur* » (« *M.Bons offices...* ») pour rappeler la grande

importance du terme en psychologie, pour laquelle la médiation est « *un processus par lequel la pensée tire des données des sens une connaissance abstraite et intellectuelle* ». Cette dernière définition sera évidemment notre point de départ.

On peut encore remarquer que rien dans l'étymologie ne permettrait de passer facilement des **médias** (entendus comme moyens de communication, naturels ou artificiels) à l'action de médier (ou de médiatiser), malgré leur proximité phonétique.

Un examen plus attentif des termes latins de *mediatio*, *mediare* (pour la médiation) et de *medium* (moyen, milieu) pourrait faire remarquer leur ressemblance assez frappante, ne serait-ce qu'en raison du fait que le médiateur se trouve par définition *au milieu* des parties.

.M2.6.1.2. Notre définition

Grossièrement, nous pouvons définir la médiation comme le processus « intelligent » d'enclenchement cognitif des informations que nous transmettent nos sens. Comme nous le verrons au chapitre 7, elle est à la base de la distanciation, via une *double action* consécutive, passant éventuellement par l'intermédiaire de la médiatisation que nous examinerons au paragraphe suivant.

Comme les actions de médiation sont absolument vitales et donc extrêmement fréquentes, nous emploierons souvent le verbe correspondant de « *médier* » dans son sens de *se livrer à*

des actions de médiation ¹. Précisons enfin que la médiation ne présuppose aucunement l'utilisation d'un média artificiel, action pour laquelle nous préférons employer le terme « *médiatiser* ». Par anti-extension, nous pourrions poser que la médiation sous-entend l'emploi de médias « naturels » (nos sens et notre esprit).

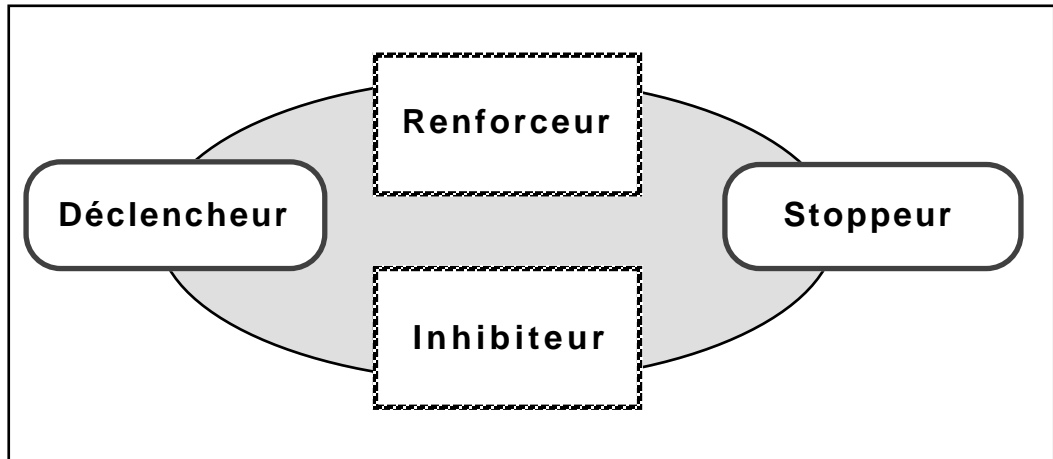
.M3.1. Schéma global de « fonctionnement »

Dans les paragraphes suivants nous allons successivement passer en revue la médiatisation, l'identification, la projection, le transfert, l'aliénation et la distanciation et il nous paraît utile et indispensable de proposer un modèle suffisamment général pour pouvoir rendre compte de l'apparition, du développement et de la disparition de ces phénomènes psycho-perceptifs.

Un schéma en étoile nous semble suffisant :

1 Le fait que celles-ci soient conscientes ou non n'a aucune importance à ce point de notre analyse.

.M9.Figure 6.1. Schéma général d'apparition et de disparition des phénomènes psycho-perceptifs :



Comme on pourra le constater par la suite, le déclencheur ou le stoppeur concerneront aussi bien la médiation que la distanciation, l'identification que la projection. En ce qui concerne le couple renforceur/inhibiteur, les dominantes successives qui seront attribuées à ses deux éléments seront directement dépendantes des phénomènes de rotation du dipôle ADI/IPT (que nous avons postulés au chapitre 1 et sur lesquels nous reviendrons au chapitre 7). Disons grossièrement pour l'instant qu'en fonction des caractéristiques externes et internes du système de communication employé, ce sera l'un *ou* l'autre des pôles (ADI ou IPT) qui s'imposera. Les questions du déclenchement volontaire ou non et conscient ou non seront abordées dans les paragraphes suivants.

Précisons enfin que pour être viable, cette modélisation devra pouvoir « supporter » (au sens informatique) l'interaction des diverses catégories d'identification, de projection ou de

transfert. A cet effet, il semblerait que seul un modèle circulaire, emprunté à la physique nucléaire pourrait peut-être rendre correctement compte du phénomène ².

.M3.2. Esquisse d'une typologie des médiations

Nous reviendrons bien évidemment dans la suite de cette thèse sur les diverses catégories de médiations que nous avons essayé de localiser ³. Précisons simplement que nous avons essayé de mettre au point une modélisation assez générale, susceptible de rendre compte valablement de chacun des concepts dont nous aurons besoin dans cette thèse.

.M4.A. Médiation ontologique autopersonnelle

Nous nommerons ainsi la médiation déclenchée par l'individu (éventuellement en réponse à un stimulus) et qui use de moyens qui lui sont propres, personnels et que nous considérons ici comme **innés**. On pourra ranger dans cette catégorie la plupart des réactions « classiques » aux stimuli.

2 En fait, ce modèle est assez fortement inspiré des modélisations de fonction d'onde, dérivées du travail théorique d'**E. Schrödinger**.

3 Il est évident qu'un long travail de vérification devrait naturellement être engagé pour les certifier.

.M4.B. Médiation ontologique extérieure

Il s'agira du même processus de médiation, mais son déclenchement dépendra directement d'un stimulus ou d'une contrainte extérieure.

.M4.C. Médiation phylologique intrapersonnelle

Dans ce cas, le processus de médiation sera gouverné par l'appareil social et culturel (lui-même éventuellement modulé par le sujet). Il en sera ainsi des médiations plutôt « acquises » ou « *paramétrées* » par le corps social⁴ - on notera que nous reprenons là un des plus riches aspects du vocabulaire et de la batterie de concepts développés par l'informatique. Il nous semble que le paramétrage s'applique parfaitement bien aux opérations complexes par lesquelles la société modèle ou module les caractères innés pour en faire un mélange d'acquis.

.M4.D. Médiation phylologique extérieure

Correspondant à un déclenchement et/ou à un pilotage extérieur de la médiation.

Pour le moment ces quatre catégories vont paraître bien formelles. Nous verrons qu'en les reprenant dans la suite de notre propos, elles acquerront une valeur concrète assez forte. Précisons enfin que cette typologie traitant de la médiation

4 Voir aussi la note 20, p. 670 et l'annexe C-7.

« individuelle » (au sens intrapersonnel ⁵), il conviendrait de lui adjoindre une médiation intrapersonnelle concernant plus particulièrement les aspects sociaux ou groupaux, notamment ceux de la « tribu primitive » (au sens de Freud).

.M2.6.1.3. Quelques références historiques

Ainsi que nous le montrerons au chapitre suivant, la médiation nous semble constituer la base du comportement humain intelligent. Malheureusement, si ce n'est en psychologie, ce concept-clé ne paraît pas avoir été tellement étudié dans le champ des réflexions sur les médias (naturels et artificiels).

Nous en avons trouvé des traces essentiellement chez **André Leroi-Gourhan**, **Herbert Marcuse**, **E. Wexberg**, **Ludwig Von Bertalanffy**, et dans une moindre mesure chez **Mircea Eliade** ou **René Girard**, ou encore **P. Baud**.

Nous pourrions naturellement citer des textes de **Frédéric Schiller** (Lettres sur L'Education Esthétique de l'Homme) ou d'**Arthur Kœstler** (sur la bi-sociation permettant de relier des faits ou des concepts qui n'avaient aucun rapport auparavant), mais nous nous centrerons plutôt ici sur des textes peut-être moins connus.

Dans ses deux ouvrages sur « *Le geste et la parole* » **André**

5 Le préfixe *intra* étant pris au sens de la médecine.

Leroi-Gourhan construit une véritable paléontologie du langage et des symboles, depuis les premiers essais figuratifs de la préhistoire jusqu'à l'écriture et aux techniques audiovisuelles modernes. A cet effet, parlant des premières *re-présentations* ⁶, il considère que l'art figuratif est pris comme témoin d'une expression abstraite du langage, antécédente puis parallèle à l'écriture. On verra au chapitre 6 que nous pouvons interpréter ces « *libérations* » successives comme autant de nouvelles médiations que nous faisons subir à la réalité captée par nos sens, bien que Leroi-Gourhan lui-même n'ait pas employé ce terme.

Chez **Herbert Marcuse**, l'idée de médiation en tant que telle apparaît de manière encore furtive, notamment quand il s'interroge sur la nature des concepts, définis comme « *résultats d'un processus de réflexion* » qui transcendent par là « *l'apparence immédiate de l'objet pour saisir sa réalité* » ⁷.

Dans cet ouvrage, il semble définir la médiation comme une sorte d'explicitation de la pensée qui se crée à mesure que la pensée avance :

« ... Quand ces objets sont appréhendés (*begriffen ; auf irhen Begriff gebracht*), ils sont devenus des objets de pensée ; et en tant que tels leur contenu et leur signification sont à la fois identiques et différents d'eux. Ils

6 Nous préférons utiliser le tiret de séparation du préfixe itératif pour insister sur la répétition de la présentation. Nous reviendrons sur cette question en étudiant le théâtre tragique grec au chapitre suivant.

7 Herbert MARCUSE, *L'homme unidimensionnel*, Paris, Editions de Minuit, 1964 pour l'Édition originale, Boston, et 1968 pour l'Édition française, p. 130.

sont “identiques” dans la mesure où le concept se réfère à la chose même ; ils sont “différents” dans la mesure où le concept est le résultat d'une réflexion, où cette réflexion a appréhendé l'objet à travers le contexte des autres objets et par le moyen de ces autres objets qui n'apparaissent pas dans l'expérience immédiate et qui “expliquent” l'objet de la pensée (médiation) »⁸.

Dans ce passage, malgré le fait que la médiation ne vient qu'entre parenthèses, pour préciser le sens d'une phrase au demeurant « *auto-référente* »⁹, nous croyons pouvoir discerner le rôle pour nous essentiel de la médiation intellectuelle que nous opérons à partir de la réalité environnante.

Cette médiation qui trouve chez Marcuse une de ses premières formulations nous laisse encore quelque peu sur notre faim parce que trop imprécise.

Dans son ouvrage « *Arbeit und Gemeinschaft* » **E. Wexberg**¹⁰ prétend que l'homme doit s'*approprier*¹¹ toute situation en recourant à sa propre « *médiation* ». Pour lui, l'activité animale se rattache à une sorte de « plaisir fonctionnel », le travail n'est pas une fonction naturelle et ne s'accomplit jamais « instinctivement ». Nous irons dans le même sens lorsque nous examinerons la question de l'auto-médiation et définirons le principe de notre dipôle « Auto-Distanciation Immanente/Identification-Projection-Transfert.

8 Herbert MARCUSE, *L'homme unidimensionnel*, op. cit. p. 130.

9 Au sens que nous donnons à ce mot au chapitre 2.

10 Cité par Herbert MARCUSE dans *Culture et société*, op. cit., p. 34.

11 Cf. p. 778, sqq. pour un examen de ce terme.

C'est dans une voie assez différente que l'on retrouve la médiation sous la plume d'**André Girard** :

« La pensée moderne conçoit les rapports avec le sacré sur le mode unique de la médiation parce qu'elle essaie d'interpréter la réalité primitive à partir d'un religieux partiellement nettoyé de ses éléments maléfiques »¹².

Sans entrer dans l'argumentaire de Girard, on peut néanmoins remarquer le rapport qu'il établit entre la « pensée moderne » et la médiation religieuse, la religion n'étant en dernière analyse qu'un moyen (détourné) de communiquer avec la divinité ou avec soi-même via la divinité. De cette approche nous retiendrons la confirmation que nos processus de pensée, des plus simples aux plus complexes sont régis par des phénomènes de médiations en cascade.

Theodor Adorno et **Max Horkheimer** quant à eux, ramènent tout simplement la notion d'intellect à une « *instance médiatrice* », rejoignant-là certaines des approches psychologiques « classiques »¹³.

Du point de vue des médias modernes, quelques ouvrages spécialisés peuvent permettre de retrouver la notion de médiation. Il en est ainsi du livre **P. Beaud**, « *La société de connivence. Médias, médiations, classes sociales* »¹⁴ dans lequel il montre les segmentations parallèles entre la

12 In *La violence et le sacré*, Paris, Grasset, 1972, p. 370.

13 In *La dialectique de la raison*, op. cit., p. 52.

14 Ed. Aubier-Montaigne, Paris, 1984. Cf. bibliographie.

programmation et les catégories de spectateurs.

Nous terminerons ce rapide survol préparatoire en rappelant l'approche de **Ludwig Von Bertalanffy** dans son ouvrage fondamental « *Des robots, des esprits et des hommes* » :

« Ce n'est qu'avec le symbolisme que naît un univers “organisé”. Ce n'est que par la dénomination symbolique que le stimulus perçu devient un objet persistant. »¹⁵.

.M1.6.2. Le concept de médiatisation

Nous avons choisi d'utiliser les deux termes voisins de médiation et de médiatisation pour bien différencier deux actions distinctes. La médiation concernera plutôt les médias naturels (en première analyse nos sens et notre esprit) tandis que la médiatisation sera plutôt réservée aux médias artificiels (homomorphes ou non) de nos médias naturels. Par la suite, nous découvrirons que ces deux entités pourront entretenir des rapports entre elles, notamment lorsque certaines médiations de médiations seront réductibles à des médiatisations (chapitre 7).

.M2.6.2.1. Un aperçu étymologique

Le mot « *médiatisation* » ayant été déjà examiné au

¹⁵ In *Robots, Men and Minds*, New-York, G. Braziller, 1967. Edition française en 1982 aux Editions ESF. Sous-titre : *La psychologie dans le monde moderne*. Traduit par C. Chouraqui-Sepel, p. 45.

paragraphe précédent, nous n'y reviendrons pas et nous nous contenterons de rappeler que le verbe *médiatiser* est utilisé en logique dans le sens de « *lier discursivement des termes séparés* ». Nous pourrions volontiers reprendre l'aspect discursif à notre compte. Selon les cas, nous serons donc conduits à employer les verbes « *médier* » et « *médiatiser* » pour bien séparer l'absence ou la présence de médias artificiels dans le processus de communication.

.M2.6.2.2. Notre définition

En première analyse, la médiatisation pourrait se ramener à l'ensemble des processus de présentation et de re-présentation sociale, collective et individuelle. Selon les cultures et les techniques disponibles, des manifestations aussi différentes que les rites sacrés, le théâtre, le cinéma, la télévision ou les dispositifs et systèmes d'enseignement pourraient être décrits comme des **médiatiseurs** plus ou moins puissants et efficaces, déclenchant des actions et des réactions des spectateurs/ acteurs.

Naturellement, pour « fonctionner » cette médiatisation sous-entendra que puisse aussi se dérouler une médiation de nature intra-personnelle.

On pourrait considérer que la médiation, comme nous venons de l'indiquer serait plutôt de tendance personnelle (et éventuellement auto-déclenchante ¹⁶) alors que la médiatisation,

16 Ce qui ne veut nullement dire qu'elle s'exercerait seulement de manière individuelle.

en principe plus fortement et plus sensiblement médiée concernerait davantage la sphère sociétale, même si ses effets peuvent demeurer de tendance individuelle (informatique « personnelle » ou médias « ciblés »). Nous avons par ailleurs commencé à établir qu'à partir d'un certain degré d'intériorisation des médiatisations les plus prégnantes (notamment celles diffusées par les modèles audiovisuels et télévisuels), les sujets concernés « transformaient » presque inmanquablement ces médiatisations en médiations intrapersonnelles. Ainsi, sur un public de jeunes de 10 à 13 ans nous avons mis en évidence la reconnaissance *explicite* par les sujets de l'influence des modèles télévisuels. Dans un questionnaire, nous avons demandé : « *Quand vous êtes avec un ami (une amie), vous arrive-t-il de penser en même temps à un héros (une héroïne) d'un film que vous avez vu avant et que vous auriez aimé être ?* ». **41%** de la centaine d'élèves interrogés ont répondu affirmativement ¹⁷, ce qui peut constituer un premier élément de confirmation de notre interprétation.

En ce qui concerne les aspects technologiques, nous considérons qu'il y a médiatisation aussitôt qu'un artefact entre en jeu dans l'échange en cours (aussi bien interpersonnel qu'intrapersonnel). A la limite, et dans une situation de science-

Il peut s'agir de *micro-phénomènes individuels* dont l'effet n'est sensible qu'au niveau macroscopique de la foule par exemple.

17 Nous avons même constaté un très important écart entre les filles (54% du total à répondre positivement) et les garçons (seulement 29%). Sur les autres résultats de cette enquête réalisée pour l'INRP en 1987, voir p. et l'annexe E-12.

fiction, une conversation avec un androïde parfait (ou un ordinateur réellement « intelligent » au sens humain du terme) resterait du domaine de la médiatisation (même si l'illusion était totale). On observerait alors une sorte de transfert de la médiatisation vers la médiation, mais il ne s'agirait que d'une limite théorique (en principe jamais atteinte...). Ces relations dialectiques nous ouvriraient évidemment des horizons conceptuels assez séduisants, comme par exemple la possibilité de (re)-considérer les médias homomorphes (ceux qui prolongent directement nos sens) *comme de futures extensions* « naturelles » *de ceux-ci*, et partant, de rendre compte conceptuellement, de certaines approches de la science-fiction ¹⁸. Mais il ne s'agit-là que d'une simple conjecture gratuite, non étayée que nous ne développerons naturellement pas ici.

Précisons enfin que nous serons conduit à établir des relations assez fortes entre certains processus de médiatisation sociale comme la *mythisation* (abondamment étudiée par **Mircea Eliade**) et l'excitation de notre dipôle ADI/IPT.

.M3.1. Schéma global de « fonctionnement »

Pour bien fixer le passage de la médiation à la médiatisation ¹⁹, nous pourrions poser de nouveau quelques

18 Il n'est pas indispensable, dans un travail comme celui-ci, de citer quelques écrivains de science-fiction ayant proposé les idées évoquées ci-dessus. Nous nous contenterons de dire que leurs approches fonctionnent évidemment en « *background* », ou comme disent les informaticiens en « *tâche de fond* » ...

19 Passage sur lequel nous reviendrons en détail au chapitre 7 dans notre discussion

sous-hypothèses :

.M4.A.**Principe 1.** La médiatisation s'enclenche *après* la médiation.

.M4.B.**Principe 2.** La médiatisation peut *remplacer* quasiment totalement la médiation.

.M4.C.**Principe 3.** La médiatisation supplée d'abord la médiation phylogénétique et seulement ensuite la médiation ontologique.

Nous reviendrons plus longuement au chapitre 7 sur le premier principe en montrant comment *le passage de la médiation à la médiatisation est justement au cœur de la distanciation.*

Le second principe nous rappelle qu'en face d'une médiatisation bien construite et fortement prégnante, le récepteur, surtout s'il est jeune, isolé et « médiatiquement inculte et immature » va assez vite perdre le premier recul que lui offre sa médiation pour se mettre en prise directe avec l'émetteur et mieux se prêter à ce que l'on peut considérer comme une **aliénation** (au moins médiatique). En fait, nous montrerons que la réalité est (heureusement) beaucoup plus complexe et que la rotation quasi permanente du dipôle ADI/IPT empêche en principe l'apparition et le développement de telles situations de

soumission ²⁰.

Le troisième principe rappelle simplement qu'il est plus facile de « conditionner » nos contemporains en commençant par s'attaquer à leur sphère culturo-sociale (paramétrée ou acquise) parce que celle-ci, de par sa nature même, possède plus de chance d'entrer en résonance avec les artifices médiatiques. La sphère ontologique, de nature personnelle, offrira davantage de résistance parce que moins susceptible a priori de connaître ces phénomènes de résonance. Ce sera tout particulièrement le cas avec les « transversaux » culturels ou les standards idéologiques.

.M3.2. Esquisse d'une typologie des médiatisations

Les catégories proposées pour la médiation doivent s'appliquer sans difficulté à la médiatisation, aussi nous ne les répéterons pas et nous nous contenterons d'en faire un bref commentaire :

La médiatisation ontologique (aussi bien dans sa composante autopersonnelle ou intrapersonnelle qu'extérieure) recouvrirait plutôt le champ des images mentales et des constantes psychoperceptives (au sens des recherches d'**Abraham Moles**).

En revanche, la médiatisation phylologique constituerait le support de choix des habitudes audiovisuelles acquises et le champ des grandes manœuvres des « moyens modernes de communication ». On en a un assez bon exemple quand on

²⁰ Sauf si la rotation du dipôle est ralentie ou empêchée par une médiatisation ultra-prégnante et répétée (ce qui confine à la propagande telle que la pratiquait Gœbbels).

regarde la télévision des pays sous-développés, notamment africains ²¹. On repère très facilement les imitations des « effets spéciaux » de régie (volets, semi-incrustations, fondus enchaînés, rotations, mises en abîme, déformations et colorisations aléatoires, etc.). La plupart d'entre eux sont bien connus dans les télévisions européennes et même partiellement abandonnés parce que jugés trop « démodés ». Il serait intéressant d'effectuer une étude comparée des modes de perception entre les pays développés et les pays « ex-colonisés » ²² avant que les habitudes culturelles des premiers ne se soient installées définitivement chez les seconds.

Nous utiliserons également notre batterie habituelle de préfixes, au premier rang desquels celui d'*hyper-médiatisation*, afin de faire référence aux nombreuses études (prospectives) concernant les soi-disants « environnements médiatiques du futur » ²³.

.M2.6.2.3. Quelques références historiques

21 Nous avons visionné un assez grand nombre de copies des journaux télévisés sénégalais, togolais et malien, dans le cadre d'opérations menées par la Fédération mondiale des villes jumelées.

22 Ou les « *territoires autrefois colonisés* », selon l'appellation de Pierre FOUGEYROLLAS, in *Les Processus sociaux contemporains*, Paris, Payot, 1980, p. 230.

23 Rappelons qu'il ne s'agit évidemment pas de prendre pour argent comptant toutes ces supputations, mais au contraire d'examiner dans quels schémas globaux elles s'insèrent. De plus, ainsi que nous l'avons déjà déclaré, les études prospectives en question se sont toutes révélées fausses ou incomplètes. Nous utilisons surtout ce préfixe « hyper » en référence aux contextes déjà réels de l'*hypertexte* et des *hypermédiats*.

La quasi-totalité des auteurs que nous avons pu étudier ne faisant pas la distinction entre médiation et médiatisation, nous nous contenterons de renvoyer au paragraphe 6.1.3. Signalons quand même, que selon nous, la « *rêverie* » bachelardienne pourrait s'« interpréter » à l'aune de l'auto-médiation et de l'auto-médiatisation intra-personnelles. Dans le texte ci-dessous, on pourrait presque aller jusqu'à « *remplacer* » le mot « *méditation* » par le couple *médiation/médiatisation* :

« ... toute méditation de la vie est une méditation de la vie psychique. Alors tout est immédiatement clair : c'est la poussée du psychisme qui a la continuité de la durée. La vie se contente d'osciller. Elle oscille entre le besoin et la satisfaction du besoin ²⁴. Et s'il faut maintenant montrer comment le psychisme dure, il suffira de se confier à l'*intuition imaginante*. » ²⁵.

.m2.6.2.4. Quelques références actuelles

Plusieurs auteurs ont tourné autour du concept de médiation/médiatisation, mais nous n'en ferons pas un pointage ici et préférons ne citer que ceux qui se sont approchés au plus près de nos problématiques sur les médias et/ou sur les associations.

En ce qui concerne les implications politiques directes de la

24 L'image de l'oscillation pourrait évidemment rappeler la rotation des deux dipôles communicatoire et perceptif, mais nous n'irons pas plus loin dans cette analogie.

25 Gaston BACHELARD, *L'Air et les songes*, Paris, José Corti, 1943, p. 291. C'est Bachelard qui souligne. Cette

médiatisation des connaissances (ou du savoir) dans les sociétés post-industrielles, nous citerons un extrait de l'ouvrage d'**André-Clément Decouflé** révélant assez bien l'approche des années soixante-dix :

« (...) La société trans-industrielle est profondément inégalitaire dans son fondement même. Elle ne distribue le savoir élémentaire qu'au prix d'une *manipulation* généralisée à laquelle ne paraissent échapper que ceux, qui, à partir d'un quantum de connaissance particulièrement étendu, peuvent accéder à une nouvelle culture, définie de ce point de vue comme lieu d'exclusion des manipulations. Aux autres, le savoir continue d'être distribué à un niveau rudimentaire et sous la forme de produits immédiatement consommables (alors que la culture véritable consiste précisément dans une *connaissance médiatisée*)... »²⁶.

La *manipulation* dont il est question ici, de manière peut-être un peu imprécise (au moins dans la citation), pourrait être éclairée par notre analyse de la médiation/médiatisation. Si nous passons sur le curieux concept de « quantum de connaissance particulièrement étendu », nous retrouvons le thème de « *nouvelle culture* » (entre autres la culture « informatique » ou « médiatique ») dont serait exclue une partie (vraisemblablement majoritaire) des citoyens, ce qui renvoie aux thèmes orwelliens ou huxleyens. Ce qui nous intéresse dans cet extrait arrive ensuite, lorsque l'auteur définit justement la culture

26 A.-C. DECOUFLÉ, *Problèmes sociaux et objectifs de politique sociale des pays industriels avancés membres de l'OCDE*, Paris, OCDE, décembre 1969, p. 48, cité par Albert MEISTER, *Vers une sociologie des associations*, op. cit., p. 80.

comme une « *connaissance médiatisée* » en **identifiant** (au sens mathématique du terme) la **manipulation**, à laquelle il faisait allusion quelques lignes plus haut, avec la **médiatisation**. Nous serions dès lors autorisé à dire que ceux qui connaissent et pratiquent la médiatisation des connaissances (qui sont donc « cultivés ») ne peuvent plus être (ou sont moins) « *manipulés* » ou « aliénés »²⁷. Decouflé confirme implicitement cette analyse quelques lignes plus loin :

« La saturation de l'homme moyen des sociétés trans-industrielles par un flux organisé et contrôlé a, semble-t-il, pour fonction la création d'une aristocratie du savoir : d'une nouvelle classe de dirigeants pleinement adaptés aux structures de la civilisation post-industrielle. »²⁸.

Nous ne discuterons pas l'idée, aujourd'hui sérieusement contestée du flux « *organisé et contrôlé* » (par qui ?) mais nous contenterons de repérer au travers de ce texte un de nos points de départ « politiques » (au sens propre du mot), c'est-à-dire l'émergence ou le renforcement d'une « *aristocratie du savoir* », définie comme une population suffisamment au fait des processus de médiation/médiatisation²⁹.

27 Cf. paragraphe 6.8 pour une discussion de ce terme dans ses composantes médiatiques et médiatisées.

28 Op. cit., p. 81.

29 De ce point de vue, l'étymologie d'« aristocratie » (*aristos*, le meilleur) devrait pouvoir permettre de fixer des objectifs « politiques » (au sens politicien) en cherchant à tirer de chacun le « meilleur de soi-même », ce qui renvoie soit à des thèses un peu « rétro » comme l'éphémère « élitisme républicain » de J.-P. Chevènement, soit à des approches peut-être plus ouvertes et plus prometteuses du genre de la « **Ressource humaine** » présentée par François PERROUX et reprise par Samuel PISAR (*La Ressource humaine*, op. cit.).

Dans un de nos champs d'études les plus directs, celui des associations et des petits groupes sociaux, nous avons relevé quelques indications « confirmant » notre approche des associations en tant que « *médiatiseurs sociaux* », malheureusement sans que le terme ne soit semble-t-il, utilisé en lui-même.

Dans son second ouvrage fondamental sur les associations, **Albert Meister** fixe ses hypothèses générales sur la participation sociale :

« Les associations sont des cadres et des moyens pour les individus et les groupes de manifester leur sociabilité. »³⁰.

Nous considérons que les associations, ainsi définies par Meister comme « *des cadres et des moyens* » peuvent constituer des instruments de médiation et/ou de médiatisation de la sociabilité. Nous pourrions affirmer que leur rôle traditionnel de **médiation sociétale** (sans artefacts technologiques autres que le porte-voix...) est en train de basculer vers une **fonction de médiatisation** renforcée (avec des artefacts de plus en plus sophistiqués, par exemple au moyen des réseaux télématiques)³¹.

Il existe toutefois une différence de taille, relevée par Meister,

³⁰ Albert MEISTER, *La participation dans les associations*, op. cit., p. 79.

³¹ De ce point de vue, la rigueur scientifique devrait nous conduire à réserver l'usage du concept de *médiatiseur social* aux associations qui usent d'artefacts technologiques (à partir par exemple du bulletin imprimé et jusqu'aux messageries ou productions audiovisuelles) et celui de « *médieur social* » à celles qui ne recouraient (ou recourent encore) qu'aux moyens de communication naturels, traditionnels ou, ainsi que nous l'avons fixé, aux technologies homomorphes.

et que nous reprendrons à notre compte, selon laquelle les motifs d'adhésion aux associations se sont décalés de l'idéologique vers l'utilité individuelle immédiate (ou « rentable » :

« ... les individus n'adhèrent plus pour des motifs idéologiques, mais dans des buts instrumentaux : en adhérant ils renforcent l'association, et ils en attendent en échange des actions précises et limitées. »³².

D'où le débat de plus en plus fréquent (et âpre dans certains - Conseils d'administration) de savoir comment *améliorer* les services rendus aux adhérents (pour reprendre la terminologie nord-américaine sur les associations ou activités concernant les services) ou bien de *promouvoir* l'image de marque de l'association, c'est-à-dire de mieux faire connaître les causes et les objectifs qu'elle défend. Dans l'un comme dans l'autre cas, notre appareil descriptif de la médiation/médiatisation nous semble capable de rendre compte aussi bien des premières volontés que des secondes.

Nous terminerons ce survol avec une citation montrant l'importance sociale de la médiatisation (et par conséquent l'urgence de l'« *éducation médiatique* ») :

« Refuser le pouvoir de la médiatisation, c'est se refuser tout pouvoir de conviction. »³³.

32 *Vers une sociologie des associations*, op cit., p. 42.

33 Jacques SÉGUÉLA, *Fils de pub*, op. cit., p. 242.

Son auteur, le publicitaire, Jacques Séguéla, que nous avons déjà souvent cité, nous semble refléter assez fidèlement (par nécessité professionnelle pourrait-on dire...) les aspirations de son époque. C'est à ce titre que certaines de ses « sentences » méritent que l'on s'y arrête, car elles ont au moins l'avantage de correspondre aux réalités les plus saillantes de la vie sociale ³⁴.

.M1.6.3. Le concept d'identification

Au contraire de la médiation, l'identification a été abondamment étudiée, aussi nous nous limiterons aux observations essentielles à notre approche, en essayant de différencier les identifications au sens classique et habituel du terme, des phénomènes voisins de transfert et de projection, sachant que le vocabulaire courant les confond trop souvent ³⁵.

.M2.6.3.1. *Étymologie*

L'identification possède une étymologie relativement simple puisque provenant en droite ligne du mot *idem* (même). En revanche ses significations courantes paraissent assez diverses

34 Même si le ton employé est parfois un peu irritant et les jugements peut-être présentés à l'emporte-pièce. Mais comme nous l'avons déjà signalé, les publicitaires ont cet avantage sur les théoriciens des sciences sociales de pouvoir obtenir très vite confirmation ou infirmation de leurs intuitions : les ventes augmentent ou elles stagnent.

35 Ce qui est souligné par quelques auteurs dont nous allons examiner les approches, entre autres, J. LAPLANCHE et J.B. PONTALIS, *Vocabulaire de la psychanalyse*, Paris, PUF, 1967 et rééditions ; et G. BATESON, *Communication*, trad. D. Bainsard, in *La nouvelle communication*, Paris, Seuil, 1981.

pusiqu'elles peuvent conduire de la sympathie à l'empathie. Quand on cherche l'acception classique de la psychologie, on trouve : « *processus par lequel un individu confond ce qui arrive à un autre avec ce qui arrive à lui-même* ». Nous pourrions dire que pour être exacte en toute circonstance (et en particulier dans l'univers médiatisé), cette définition ne doit pas être réversible et accepter un retournement du genre : « *processus par lequel un individu **confond** ce qui lui arrive avec ce qui arrive à un autre* » (ce qui serait du domaine de la projection ou du transfert ³⁶). Du côté de la psychanalyse, on relève une relation entre l'identification et le développement de la personnalité : « *Processus psychologique par lequel un sujet assimile un aspect, une propriété, un attribut de l'autre et se transforme, totalement ou partiellement sur le modèle de celui-ci. La personnalité se constitue et se différencie sur une série d'identifications.* » ³⁷

36 Dans beaucoup de cas, on confond en effet identification et projection. NOUS allons y revenir.

37 J. LAPLANCHE et J.B. PONTALIS, op. cit., p. 187. Appliquée à la société médiatique, on comprend ce que pourrait signifier l'« aliénation médiatique ».

.M2.6.3.2. Notre définition

Nous n'avons pas spécialement l'intention d'innover et de proposer un nouvel appareil critique ou méthodologique, mais comme les différentes définitions des phénomènes d'identification nous semblent assez imprécises, nous insisterons sur quelques points permettant selon nous de ne pas confondre l'identification et la projection (ou le transfert).

1. **La non réversibilité de l'identification** : A se met à la place de B, avec la personnalité ou les réactions qu'il attribue à B. A « épouse » la psychologie de B. Ceci est très sensible dans les films de suspense. Pendant l'action, on est la future victime (on ne se dit pas qu'« à sa place on ferait autrement »). Ce n'est qu'à la fin du film ou de la séquence que l'on peut se dire qu'elle (la victime) aurait dû s'y prendre autrement. On en trouverait d'autres exemples dans le théâtre de Guignol (ou dans la tragédie grecque ³⁸), nous en décrirons quelques-uns plus tard.
2. **Il convient de ne pas en rester** pour la mesure de l'identification aux seuls *actes significatifs* que suggérait Bateson :

« On dit que A s'identifie à B lorsqu'il se met à modeler ses propres actes significatifs en fonction de ce qu'il pense être les principes de codage de B. » ³⁹.

38 Cf. le chapitre suivant.

39 Gregory BATESON, *Communication*, op. cit., in *La nouvelle communication*, op.

Dans le domaine des médias, l'identification possède évidemment des caractéristiques spécifiques que nous aborderons dans la suite

Nous nous bornerons enfin à rappeler que l'identification est un ensemble de phénomènes successifs rapides amenant un individu à **prendre la place**, à être un autre individu auquel il pense et/ou qu'il voit ou entend. L'identification ne peut se réduire au comportement mimétique. Celui-ci précède et déclenche l'identification ou au contraire, l'accompagne, la renforce ou en fait s'échapper. Comme signalé plus haut, l'identification ne peut être valablement étudiée sans faire référence aux phénomènes de **projection** et de **transfert** avec lesquels elle constitue une *triade* dynamique, ce qui nous amènera dans la suite à ne plus parler que du pôle IPT (identification/projection/transfert). Ceci est tout particulièrement important du point de vue de l'identification aux *actions* menées par l'agent identificateur.

Signalons que l'identification ne s'envisagera pour nous qu'à la *forme pronominale* : on s'identifie à une personne, à un objet, à un concept, etc. Les formes active ou passive induisent une signification parasite, ce que qu'a parfaitement repéré Bateson :

« Le terme d'identification était peut-être un choix malencontreux pour deux raisons : tout d'abord, l'expression “A identifie B à son père” est l'énoncé d'un

transfert. Ensuite l'expression "A est en train de parfaire son identité-*ego*" suggère (comme un idéal) la soustraction de A à toutes les erreurs du transfert, de la projection et de l'identification. »⁴⁰.

.M3.1. Identification, projection, transfert et pôle IPT

On peut considérer que la ligne distinctive entre l'identification et la projection passera par l'intériorisation effective ou non par l'identifié des actions menées par l'identificateur. Dans le cas de l'identification, le sujet vivra les actions de son « modèle » avec les réactions et la psychologie prêtées à celui-ci.

Dans le cas de la **projection**, le projeté cherchera à faire vivre au « *projecteur* »⁴¹ ses propres actions ou passions en attribuant aussi à ce dernier son propre tempérament ou sa psychologie pour les résoudre. Dans certains cas très complexes, on pourra observer une sorte de mélange des « personnalités » ou des « caractères » avec une dominance accordée au projecteur ou au projeté selon le degré d'influence du « modèle »⁴².

Dans le cas du **transfert**, le candidat au transfert fera vivre à son « porteur » ses propres actions (ou passions) avec sa propre psychologie (à lui), comme dans la projection, mais de façon

40 Gregory BATESON, op. cit., note 1, p. 123.

41 A défaut de trouver un terme aussi peu ambigu qu'agent « identificateur » dans le cas de l'identification, on peut à la rigueur avoir provisoirement recours à celui-ci. On peut aussi user de périphrases du genre : « *la cible sur laquelle le candidat à la projection a jeté son dévolu...* »

42 Ce que la psychanalyse a essayé d'expliquer au travers de l'emploi du pronom « nous » (LAPLANCHE (J.) et PONTALIS (J.B.), op. cit., p. 188).

plus ou moins inconsciente, de manière à se dédouaner de ses éventuels échecs, de les revivre par personne interposée pour ce qui concerne les événements du passé, ou bien, mais plus rarement, de faire des sortes de « brouillons » des événements futurs. Dans le transfert, le candidat au transfert « gomme » la personnalité ou l'ego du porteur du transfert, ainsi que nous allons le montrer dans les paragraphes suivants.

La séparation entre ces trois cas n'est pas toujours aussi simple, c'est pourquoi nous préférons employer le **méta-concept de l'IPT** (identification/projection/transfert), plus général, plus ouvert et finalement plus opératoire. C'est pourquoi nous n'examinerons pas avant le paragraphe 6.6.3 la question de la volonté et/ou de la conscience mises en œuvre dans l'IPT.

On remarquera que dans la définition générale de l'identification nous avons intégré la **dimension temporelle** à nos yeux très importante dans tous les exemples identificatifs. Nous ne distinguerons pas non plus les identifications à des personnes réelles et proches de celles qui concernent des êtres mythiques, voire des animaux ou des objets. De même, nous ne nous occuperons pas, si ce n'est pour en citer quelques-uns, des facteurs déclenchant, accroissant ou inhibant l'identification.

En revanche, nous insisterons tout particulièrement sur les récents phénomènes d'identification à un ordinateur, voire même à une partie des circuits d'un ordinateur⁴³. On en a de

43 Cf. l'ouvrage de Sherry TURKLE, Paris, Denoël, 1986 et notre analyse à l'annexe

nombreuses traces avec le langage « branché » des fanas de micro-informatique quand ils disent qu'ils « saturent » ou qu'ils se mettent en « *stand by* » (c'est-à-dire en « pause ») ⁴⁴.

.M3.2. Esquisse d'une typologie des identifications

Grossièrement, on pourrait distinguer les catégories suivantes d'identification :

.M4.A. Identification abstraite

Elle fonctionne à partir **d'images mentales**, de concepts comme la richesse, la force, la vitalité, la virilité, la santé, le fait d'être bien dans sa peau, etc. ⁴⁵. On y trouve aussi les traces ou les signes d'images sonores ou visuelles façonnant les manières de vivre de nos contemporains. L'analyse paraît d'autant plus complexe que tous ces phénomènes se trouvant en interaction permanente, seule une approche globale peut faire espérer en rendre compte valablement.

Terminons en signalant que l'identification abstraite est le domaine de prédilection des esthètes (notamment dans le domaine musical) et surtout des mystiques (capables de s'auto-

A-9.

44 Cf. aussi l'annexe C-7 sur le vocabulaire informatique.

45 On remarquera que cette énumération correspond assez étroitement à des typologies publicitaires, ce qui ne fait que confirmer les modes dominantes conceptuelles comme l'ont utilisé certaines campagnes du Club Méditerranée (*Vivre - Respirer*, etc.), même si celles-ci sont elles-mêmes déterminées ou influencées par des accroches visuelles.

identifier à l'Univers entier).

.M4.B. Identification médiatisée

C'est la plus immédiatement perceptible parce que correspondant à des pratiques culturelles bien ancrées appartenant prioritairement au domaine de la médiatisation. Depuis l'identification au héros de roman (de roman-feuilleton ou de roman-photo...) à l'identification à un acteur ou une actrice de la société, de cinéma ou de télévision, voire à un disc-jockey ou à un animateur de radio, on observe de nombreuses variantes qui ont pour point commun de concerner des identifications de caractère très précis (et en principe très temporaire). Nous montrerons au chapitre 7 (et dans une de nos études pour l'INRP) que la plupart de ces phénomènes identificateurs sont « *homo-sexués* ». C'est-à-dire que les hommes s'identifient plus volontiers à des acteurs qu'à des actrices, de même que les femmes s'identifient plus fortement à des actrices, ce qui tient évidemment à la division sociale et culturelle (ou « biologique » ?).

Voici par exemple ce que l'on peut lire sur une brochure de présentation de casques « haute fidélité » :

« Avec les casques BST, vous pourrez vous identifier à vos animateurs de NRJ favoris. »⁴⁶.

⁴⁶ In *Brochure de présentation des nouveaux produits du Festival du Son et de l'Image Vidéo*, Paris, SDSA, 1987.

.M4.C. Identification de contact (ou « médiée) ⁴⁷

Nous la nommons ainsi pour insister sur le caractère indispensable de la présence physique non-médiatisée (ou médiatisée de façon hyper-réaliste) de l'agent identificatif (ou « identifié »...) à côté de l'agent identificateur, ou en d'autres termes, rappelant certains termes restés célèbres, entre l'identifiant et l'identifié. On en a des exemples classiques avec l'identification de certains jeunes enfants avec leur enseignant (maître ou maîtresse sans qu'à cet âge la différenciation sexuelle ne semble pas intervenir aussi fortement que par la suite) ou avec un (une) camarade. On en trouve d'autres exemples dans le monde artistique (ou politique) avec l'identification du disciple au maître, se traduisant souvent par des comportements mimétiques (lesquels ne sont d'ailleurs pas indispensables à l'accomplissement identificateur ⁴⁸). Naturellement, on assistera à de très nombreuses interactions entre ces catégories et les phénomènes observés ne seront que le résultat de combinaisons complexes entre elles.

.M4.D. Micro/primo/macro/supra-identifications.

⁴⁷ Au sens que nous avons donné à ce terme p. 657 et dans la note 1, p. 657.

⁴⁸ L'exemple des inflexions de voix, du choix de vocabulaire et de la prosodie est à présent bien connu. Il a été particulièrement repérable sur certains des collaborateurs de **François Mitterrand** (et avant lui de **Valéry Giscard d'Estaing** avec Lionel Stoléro par exemple). Les tournures de Pierre Mauroy, de Laurent Fabius ou de Jacques Delors rappelaient fortement celles de leur « modèle ». La célèbre réplique de L. Fabius à son « Heure de vérité » de l'automne 1985 : « *Lui, c'est lui, moi, c'est moi...* » lorsque F.-H. de Virieux lui a posé une question portant, entre autres, sur sa ressemblance vocale, a montré la pertinence de la question et sûrement la conscience qu'avait l'intéressé de cette ressemblance ou réminiscence.

Nous proposons cette dernière sur-catégorie pour essayer de rendre compte des phénomènes de mode observables sur certains mots ou locutions (« *laisse béton* », « *j'suis chébran* », ou autrefois « *j'suis in* » et des dizaines d'autres) ainsi que sur les attributs vestimentaires, les habitudes de consommation, etc. Les préfixes indiquent une gradation de l'importance relative de l'identification. Dans chacun de ces cas, les personnes qui prononcent ces phrases ou effectuent soigneusement (!) leurs achats en fonction des modes véhiculées par les médias de masse - ou les médias ciblant sans que ceci change quoi que ce soit au phénomène ⁴⁹ - ne sont évidemment pas soumises (de gré ou de force !...) à une identification massive et permanente. Plus simplement, on peut penser - et les publicitaires le savent bien - que ces personnes présentent à des moments variables et toujours très courts - des « pulsions » identificatrices qu'elles assument ou non selon qu'à ce moment précis elles trouvent une « offre » correspondant, non à leur « attente », mais à leur identification intérieure. Ce n'est pas pour rien si, à l'occasion de leurs journées promotionnelles, de nombreux magasins diffusent certaines musiques caractéristiques, hautement porteuses d'images archétypales pour une partie de leur clientèle (les

49 Profitons-en pour rappeler à cette occasion que les analyses selon lesquelles ces fameux médias ciblant seraient « libérateurs » pour leurs récepteurs apparaissent totalement illusoire. Ce n'est pas parce que l'on diminue le nombre de personnes qui regardent simultanément une même émission que les phénomènes « classiques » de participation - adhésion et d'identification-projection-transfert se mettent à diminuer également. Tout porte à croire qu'il n'y a pas grand changement, au moins pendant les premières années de programmation.

publicitaires diraient plutôt d'images de rêve ⁵⁰).

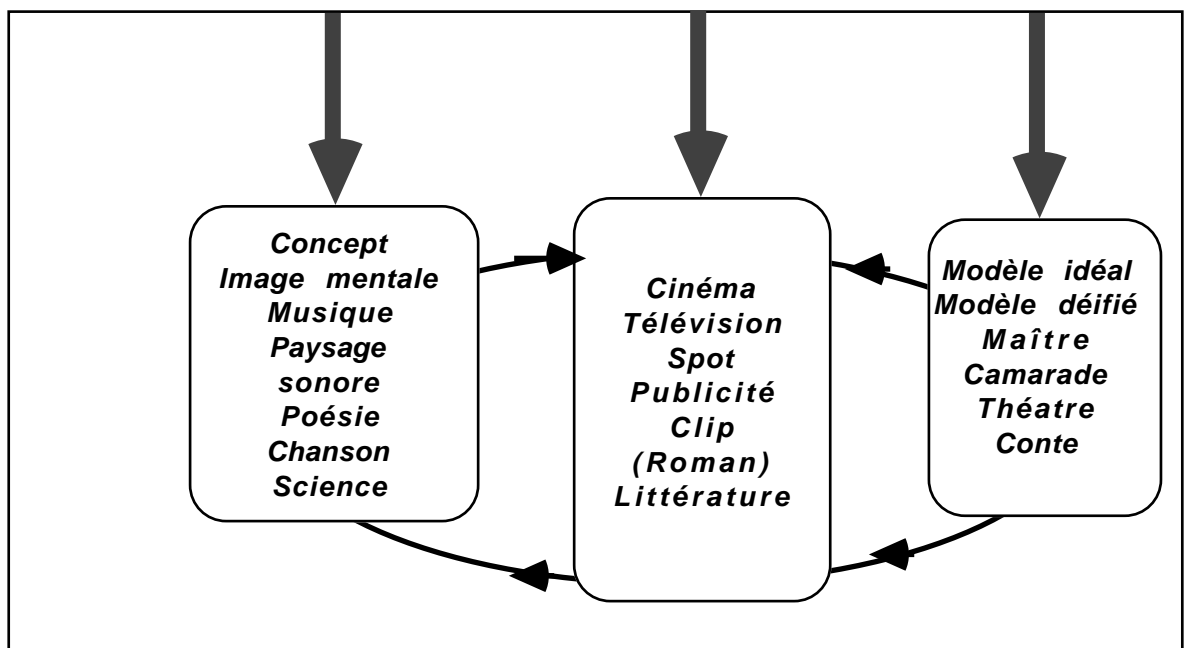
Les micro/macro-identifications, en se comportant plutôt selon un axe perpendiculaire aux trois autres, peuvent bien évidemment former une combinatoire avec eux. Ce sera avec cette combinatoire que nous pourrons étudier plus en détail les différents phénomènes identificatifs ⁵¹.

50 On aura reconnu les « 3J » ou autres « 4 TBM »...

51 On peut trouver des renseignements intéressants sur les phénomènes d'identification touchant de jeunes enfants dans l'ouvrage « *Enfants de l'image* » de M.J. CHOMBART DE LAUWE (cf. bibliographie), en particulier sur la subculture et ce que nous pourrions appeler des phénomènes de résistance médiatique.

.M9. **Figure 6.2.** Nos catégories d'identification :

<i>Tendances générales</i>	Identification abstraite	Identification médiatisée	Identification de contact ("médiée")
Micro-identification	ÿ	ÿ ÿ	
Primo-identification	ÿ ÿ	ÿ ÿ	ÿ
Macro-identification		ÿ	ÿ ÿ
Supra-identification	ÿ	ÿ ÿ	ÿ ÿ



Le tableau ci-dessous indique les définitions sommaires de nos préfixes :

Micro	très faible importance - totalement temporaire
Primo	faible importance - début éventuel d'un processus
Macro	forte importance - s'inscrit dans la durée
Supra	stade ultime - dédoublement ou transfert de la personnalité

Mais cette présentation de notre acception de l'identification ne serait pas complète si nous omettions de signaler qu'il devrait être possible de dresser une sorte d'échelle d'identification des médias en fonction de leurs caractères spécifiques.

Nous en présenterons différents exemples dans la suite, sans oublier que l'analyse complète de l'identification ne nous semble pas possible sans la replacer dans la triade IPT, voire même dans le dipôle ADI/IPT.

.M2.6.3.3. Références historiques

L'identification constitue un des piliers de la psychologie. Nous laisserons de côté les références trop spécialisées à ce domaine, en particulier toutes celles qui traitent de la pathologie schizophrénique ou d'autres affections caractérisées ainsi que de leurs thérapeutiques. Nous nous contenterons pour le moment d'approches plus généralistes, telles qu'elles ont été menées par les auteurs de notre corpus.

La problématique de l'identification passe presque obligatoirement par le couple **catharsis/identification** que voulait briser **Bertolt Brecht** avec son « *effet d'étrangeté* » (*Verfremdungseffekt*), destiné à lutter contre l'empathie rampante de la (re)-présentation théâtrale. C'est à nouveau à ce moment précis qu'il faudra recourir à notre modèle dipôlaire, seul capable de rendre compte de la complexité des phénomènes identificateurs et distanciateurs.

Au-delà de l'identification freudienne et des rapports entre mimesis et identification en chaîne, nous ferons remarquer que de nombreux auteurs ont raconté leurs identifications, réelles ou imaginaires, et ceci pas seulement dans le domaine littéraire ou psychologique. De nombreux essayistes l'ont utilisé pour mieux tenter de faire saisir la conceptualisation ou l'idéation en cours. Dans le domaine de la biologie moléculaire naissante, les lignes suivantes, de **Jacques Monod**, extraites du *hasard et la nécessité*, très célèbre en son temps (1970), ont bien montré le rôle qu'un scientifique pouvait assigner à l'*identification simulante*⁵², notamment en s'identifiant à une protéine :

« Tous les hommes de science ont dû, je pense, prendre conscience de ce que leur réflexion, au niveau profond n'est pas verbale : c'est une expérience imaginaire, simulée à l'aide de formes, de forces, d'interactions qui ne composent qu'à peine une "image" au sens visuel du terme. Je me suis moi-même surpris, n'ayant à force d'attention centrée sur l'expérience imaginaire plus rien

52 Nous préférons ce mot à « *simulatrice* » qui présente de trop fortes connotations orientées vers la dissimulation.

d'autre dans le champ de la conscience, à m'identifier à une molécule de protéine. »⁵³.

Comme on peut le constater, les processus identificateurs revêtent une importance considérable dans des domaines où on ne les attend pas a priori.

Juste après, Jacques Monod précise que la découverte n'est pas synchrone à cette identification. Il faut justement en sortir pour conceptualiser ce que l'on a trouvé, ce que **Douglas Hofstadter** exprimera parfaitement bien dans son maître ouvrage « *Gödel, Escher et Bach* »⁵⁴ en indiquant que cette capacité de « *sortir du système* » à un moment ou un autre constitue la pierre d'achoppement des recherches sur l'intelligence artificielle. C'est aussi ce que nous essayons de décrire avec notre modèle de rotation du dipôle ADI/IPT en montrant que c'est par un *acte distanciateur* que l'intelligence humaine apporte la preuve de sa spécificité et illustre peut-être son caractère fondamentalement non-prédéterministe.

« Cependant, ce n'est pas à ce moment qu'apparaît la signification de l'expérience simulée, mais seulement une fois explicitée symboliquement »⁵⁵.

La réflexion philosophique n'est évidemment pas en reste et on trouverait de nombreuses traces d'identification dans des textes très divers, d'**Herbert Marcuse** que nous avons déjà cité,

53 In *Le hasard et la nécessité*, Paris, Le Seuil, 1968, p. 170.

54 InterEditions, Paris, 1985, p. 763.

55 Jacques.MONOD, *Le Hasard et la nécessité*, op. cit. p. 170.

à **Walter Benjamin** en passant par des auteurs contemporains.

Il nous semble qu'une enquête serrée pourrait être menée visant à rechercher toutes les traces d'identification repérables aussi bien dans la littérature générale que dans le domaine des essais. Cette étude devrait naturellement être complétée par une recherche concomitante sur les *marques distanciatrices*. Nous allons esquisser la seconde au chapitre suivant en laissant (provisoirement) de côté la première.

.M2.6.3.4. Quelques références actuelles

A côté des témoignages identificateurs littéraires, il en est d'autres dont la prégnance semble encore plus forte : les identifications auto-personnelles. Nous avons annoncé que nous laisserions de côté les phénomènes liés à la publicité ou au show-business en renvoyant à l'ouvrage de P. Germa ⁵⁶ qui dresse un état assez complet de la question.

En croisant ses observations avec notre grille, on pourrait parvenir à cartographier avec une assez bonne précision les genres d'identifications les plus puissantes et/ou les plus répandues et de là examiner quelles sortes de stratégies éducatives ou sociales il conviendrait de déployer pour engager

56 *La publicité du futur*, in « Nouveaux médias et technologies », Paris, IREP, 1981.

les jeunes à les consommer de manière plus *distanciée* ⁵⁷.

Bien que ce souci paraisse louable, il ne nous semble pas (ou plus) que l'on puisse agir seulement de cette manière univoque. Il paraît au contraire qu'il faut jouer sur les rotations du dipôle ADI/IPT en ne négligeant jamais le potentiel d'auto-distanciation que possèdent tous les individus (certes à des degrés divers, tenant à l'interaction de leur personnalité et de leur éducation).

A ce titre, une politique de distanciation médiatique devrait prendre en compte les travaux déjà effectués au plan de l'utilisation et de la maîtrise des techniques audiovisuelles et les intégrer dans un projet global de renforcement et d'entraînement de l'auto-distanciation immanente.

Si nous laissons ici un peu de côté les phénomènes liés à l'utilisation de l'audiovisuel, nous nous intéresserons d'un peu plus près à ceux déclenchés par l'informatique.

Nous commencerons par rappeler le fort impact des jeux vidéo et informatiques chez les plus jeunes, comme l'a montré **Françoise Holtz-Bonneau** en repérant des mécanismes d'identification aux monstres ⁵⁸ dans différents jeux du genre « *Donjons et dragons* » ou « *Sorcellerie* ».

57 On aura reconnu dans ce rapide schéma toute une approche socio-éducative des médias, passant par leur maîtrise ou leur détournement pédagogique. Profitons-en pour remarquer que cette approche était déjà bien connue et fut même encouragée par certaines instances internationales pas spécialement révolutionnaires comme l'UNESCO. On relira à ce propos avec beaucoup d'intérêt le numéro spécial de la revue de l'UNESCO consacré aux « Arts de l'écran » et tout particulièrement un article de **John Hodgkinson** sur les phénomènes de projection et d'identification déclenchés par les « mass media » sur des jeunes enfants (p. 19), rédigé en 1965 !

58 In *Les images et l'ordinateur*, Paris, INA, 1986, p. 253.

De son côté **Sherry Turkle** dans *Les enfants de l'ordinateur* est parvenue à des résultats similaires en observant des enfants américains. En voici deux exemples :

« Quand on joue au flipper, on agit sur la balle. Quand on joue à Pac Man, on *est* le personnage qui agit. »⁵⁹.

« Grâce aux simulations vidéo, on est “à la place” du pilote du vaisseau spatial, du commandant de missiles ou de l'aventurier d'une nouvelle de Tolkien »⁶⁰.

Pour fonctionner, l'identification n'a pas forcément besoin d'un jeu officiel reconnu comme tel par les enfants puisque le langage **LOGO**⁶¹ semble déclencher des réactions du même ordre avec des identifications au « *splite* » (la « tortue » en français)⁶².

Mais il y a plus intéressant avec les **jeux de rôles** où les enfants doivent apprendre à se mettre à la place de quelqu'un d'autre, à s'imaginer ce qui se passe chez une autre « personne » fût-elle un robot ou un être non-humanoïde. Dans le même ouvrage Sh. Turkle décrit les phénomènes d'identification par *combinaison de l'action et de par l'imagination*. On en arrive même à trouver des enfants qui s'identifient à l'ordinateur lui-même :

« Au-delà de son identification avec les splites, c'est

59 Denoël, 1986, p. 61. C'est nous qui soulignons.

60 Sherry TURKLE, *Les enfants de l'ordinateur*, op. cit., p. 73.

61 Cf. annexe T-8.

62 Sherry TURKLE, *Les enfants de l'ordinateur*, op. cit., p. 90.

vraiment avec l'ordinateur qu'il s'identifie. »⁶³.

A un autre niveau, les « *hackers* », hyper-passionnés d'informatique montrent la même réaction, rejoignant par là les déclarations de **J. Monod** s'identifiant à une protéine :

« L'activité primaire de l'unité centrale consiste à sortir et à entrer quelque chose de pratiquement physique au niveau conceptuel (un bit d'information) dans quelque chose (un registre) qui, au niveau conceptuel, est pratiquement un lieu physique. (...) Ce genre d'identification est une source profonde du pouvoir de fascination exercé par l'ordinateur. L'homme est capable de s'identifier physiquement avec les processus internes de la machine. Cela lui donne l'impression que la machine fait partie de lui-même. »⁶⁴.

Même si l'identification dont il est question ici peu paraître un peu forcée vu qu'elle ne concerne que des cas extrêmes de personnes qui passent leurs journées (et leurs nuits !;) à commander les ordinateurs, on se rend compte que la seule identification ne suffit guère à décrire leur situation. Il nous semble indispensable de recourir à des modèles plus complexes mais plus fiables que nous avons dénommés IPT (identification, projection, transfert) et que nous examinerons par la suite.

63 Idem, p. 117.

64 Ibidem, p. 161.

.M1.6.4. Le concept de projection

Second de notre triade IPT, la projection diffère de l'identification par beaucoup d'aspects que nous avons déjà en partie esquissés.

.M2.6.4.1. Etymologie

Venant directement de *projicere* (« jeter en avant »), l'étymologie ne nous apprend rien de particulier quant aux sens psychologique ou psychanalytique qu'il conviendrait d'attribuer à ce terme. On peut tout de même remarquer que si le « projectile » psychologique se conserve identiquement à lui-même au cours de la « projection » (en termes balistiques), on ignore ce qu'il devient au moment et après l'impact sur sa cible. Est-il conservé ou transformé en un nouvel état ? Pour poursuivre notre comparaison, on serait tenté de répondre que ceci dépend de la nature de la cible (!...), de son plus ou moins grand pouvoir résistant, etc.

.M2.6.4.2. Notre définition

Au paragraphe précédent, nous avons déjà esquissé la définition que nous retenons pour la projection : il s'agit pour nous d'un ensemble de *phénomènes successifs parfois fort longs* amenant un individu à **prêter** à un autre une partie de ses sentiments, affects ou pulsions. Au cours de cette substitution imaginaire, le « *projeté* » cherchera à faire vivre au « *projecteur* » ses propres actions ou passions en substituant aussi à ce dernier son propre tempérament ou sa psychologie pour les résoudre.

Au cours de ce processus de projection, on projette les sentiments (ou pulsions) **et** son tempérament ou sa personnalité (ou encore une partie d'entre eux).

Si nous nous penchons du côté des définitions « officielles » de la projection, nous trouvons la dominante psychologique selon laquelle il s'agit d'un « *mécanisme par lequel un sujet perçoit comme étant dans le monde extérieur, dans autrui, des états affectifs qui lui sont propres* », ce qui ne contredit pas l'approche que nous avons choisie.

La psychanalyse nous propose quant à elle de définir la projection comme « *un mécanisme dans lequel un sujet attribue à autrui des pulsions qu'il ne peut accepter* », par exemple les pulsions agressives qui lui font transformer un « je le déteste » en un « il me déteste » permettant ensuite d'enclencher son comportement agressif réel et non plus

imaginaire.

Naturellement, on retrouvera à ce point précis la différence avec **l'introjection** selon laquelle « *l'image d'une personne est incorporée de manière inconsciente au Moi et au Sur-Moi* », ce qui veut dire que pour nous, dans le champ médiatique, l'introjection se situerait plutôt du côté d'une identification devenue permanente que d'une projection inconsciente, en ce sens que dans les différents types d'identification que nous avons pointés, l'identification de contact semble pouvoir conduire assez directement à des phénomènes d'introjection et aussi, dans une proportion semble-t-il grandissante, l'identification à support concret développée par l'hyper-médiatisation ⁶⁵.

.M3.1. Schéma global de « fonctionnement »

Il n'apparaît pas qu'il y ait lieu de différencier les mécanismes d'apparition de l'identification et de la projection (il en sera de même du transfert). On peut simplement remarquer qu'avec l'introjection dont nous avons parlé plus haut, le rôle des agents inhibiteurs (de son enclenchement) sera fortement réduit, de même que l'effet des « stoppeurs ».

.M3.2. Esquisse d'une typologie des projections

Il nous semble que le modèle que nous avons construit pour l'identification est suffisamment général et qu'il peut accepter

⁶⁵ Au sens des hyper-médias et des sociétés fortement médiatisées. Cf. annexe T-3 et chapitre 15.3.

sans problème une substitution (sans trace d'auto-référence abusive !) de la projection. On pourrait ainsi avancer que nos trois catégories horizontales fondamentales (abstraite - concrète - de contact), croisées avec les catégories verticales (micro - primo - macro - supra) peuvent quasi-directement s'appliquer à la triade IPT, ce qui nous donne également un nouveau tableau à double-entrée :

.M9. **Figure 6.3.** Nos catégories de projection :

<i>Tendances générales</i>	Projection abstraite	Projection médiatisée	Projection de contact ("médiée")
Micro-projection	ÿ	ÿ	
Primo-projection	ÿ	ÿ	ÿ
Macro-projection	ÿ ÿ	ÿ	ÿ
Supra-projection	ÿ ÿ		ÿ

Naturellement, on peut prévoir que dans ce maillage extrêmement serré plusieurs constantes vont apparaître, par exemple une tendance à observer plutôt des projections de contact que des projections abstraites, ou bien une dominance de la supra-projection médiatisée menant à la schizophrénie ou encore de la micro-projection abstraite vers les sentiments d'un héros mythique ou médiatique.

Il s'agirait là de tout un programme d'études qu'une sorte de « *centre de recherches médiatiques* » pourrait entreprendre dans les années futures.

.M2.6.4.3. Références historiques

Si l'on excepte les textes de psychologie et de psychanalyse, les références historiques apparaissent moins nombreuses étant donnée la confusion fréquente avec l'identification qui se comporte dans le monde littéraire et artistique comme un terme générique englobant la projection et le transfert (c'est une des raisons pour lesquelles nous avons choisi l'ordre IPT).

Une étude littéraire générale permettrait de dégager l'importance du terme dans les descriptions d'états amoureux, comme chez **Proust** :

« En étant amoureux d'une femme, nous projetons

simplement en elle un état de notre âme. »⁶⁶.

A un autre niveau, on pourrait rechercher quel type d'identification/projection/transfert les téléspectateurs assidus font-ils sur un personnage comme le célèbre « *JR* » de la série « *Dallas* ».

.M1.6.5. Le concept de transfert

Dernier terme de notre triade IPT, le transfert a été popularisé par la psychanalyse. Nous verrons d'ailleurs que notre typologie générale peut assez bien l'intégrer sous la forme de « *transfert de contact* » (cf. figure 6.4).

Au contraire de la projection, il semblerait qu'il existe davantage de textes généraux le citant ou y recourant, même sous forme de « procédé » littéraire.

.M2.6.5.1. Etymologie

Venant de *tranferre* (transférer), on ne peut pas dire que l'étymologie nous apporte beaucoup de renseignements utiles. On pourra tout de même signaler le retour du terme dans son acception psychologique à la fin du 19^{ème} siècle à partir de

⁶⁶ Citation relevée dans le *Dictionnaire Robert*, édition 1969, p. 1403.

l'anglais *tranference of feelings* (transfert des sentiments). Les cybernéticiens se sont emparés du terme dans les années 50 pour décrire les multiples façons dont un système crée un signal de sortie à partir d'un signal d'entrée. Les transferts positifs et négatifs ont été repris par la psychologie expérimentale pour caractériser les phénomènes par lesquels une activité manuelle ou intellectuelle modifie une autre activité qui lui est consécutive dans le temps, en la rendant plus facile (transfert positif) ou en la perturbant ou en la rendant impossible (transfert négatif).

On le repère enfin dans le vocabulaire psycho-technique, notamment chez **Henri Piéron** dans « *Développement mental et l'intelligence* » (1930) quand il décrit le transfert comme un « *phénomène par lequel les progrès obtenus au cours de l'apprentissage d'une certaine forme d'activité entraînent une amélioration dans l'exercice d'une activité différente, plus ou moins voisine* ». On retrouvera dans cette approche le rendement « *ineffaçable* » de la cure psychanalytique réussie telle que la dépeignait Freud dans son *Abrégé de psychanalyse* . On y localisera aussi le point de départ de notre approche éducative ou cognitive de ce que nous appellerons bientôt la distanciation médiatique.

.M2.6.5.2. Notre définition

Conformément à notre approche générale, nous pourrions définir le transfert comme un ensemble de phénomènes parfois *fort longs* amenant un individu à prêter à un autre une partie de ses sentiments, affects ou pulsions en effaçant quasi-totalement l'« alter ego » de sa cible. Au cours de cette substitution imaginaire, le *candidat au transfert*⁶⁷ cherchera à faire vivre (imaginairement) à sa cible ses propres actions, passions ou pulsions en substituant aussi à ce dernier son propre tempérament ou sa psychologie pour les résoudre. A priori, le transfert peut se décrire dans les mêmes termes que la projection, mais il existe une différence importante tenant à une sorte de *médiation de la projection* que nous allons essayer de montrer. Commençons d'abord par rappeler une définition possible de la projection (en l'occurrence celle de G. Bateson) :

« Quand A projette sur B, il postule simplement que les signaux de B doivent être interprétés comme A les interpréterait s'il les avaient lui-même émis. C'est-à-dire que A postule que B opère en fonction de systèmes de codage similaires au sien. »⁶⁸.

Dans le cas du transfert, on pourrait dire que A transfère sur B ses affects ou pulsions parce qu'il a déjà constaté qu'un tiers (extérieur ou intérieur s'il s'agit d'une *partie* de lui-même) que

67 Que nous n'osons appeler le « transférateur ».

68 Gregory BATESON, *Communication*, op. cit., in *La nouvelle communication*, op. cit., p. 122.

nous proposons de nommer **tiers projectif** (C) sur lequel il pouvait se projeter se projetait lui-même sur A. Par une sorte de *transitivité*⁶⁹, on aurait alors la *réaction* psychologique suivante :

A projette sur C
A constate que C projette sur B
A transfère (ou surprojette) sur B

Ce schéma nous fait retrouver Bateson :

« De la théorie freudienne, nous reprenons aussi la théorie du transfert généralisé : toute personne qui a émis des signaux qu'elle a appris le fait en supposant (généralement de façon inconsciente) que le récepteur de ces signaux les comprendra "correctement" c'est-à-dire qu'elle présume que son interlocuteur du moment ressemble psychologiquement à quelque partenaire antérieur (ou même fictif) avec lequel, elle a acquis à l'origine ses habitudes en matière de communication. »⁷⁰.

En effet le « *partenaire antérieur (ou même fictif)* » dont parle Bateson correspond assez bien au *tiers projectif* dont nous avons suggéré la médiation. On notera immédiatement qu'il s'agirait alors, conformément à notre typologie d'une supra-médiation abstraite.

Du côté de la psychanalyse, il ne semble pas que cette affaire

⁶⁹ La *vraie* transitivité mathématique suppose que l'on ne change pas de relation au cours du raisonnement, ce que nous faisons ici sans vergogne en utilisant *surprojection* et *transfert*. On notera cependant que cette chaîne de conséquence correspond au schéma transitif général : Si $A \ R \ C$ et $C \ R \ B$, alors $A \ R \ B$.

⁷⁰ Gregory BATESON, idem, p. 122.

de *tiers projectif* ait été clairement élucidée. Nous n'avons pu relever de contradiction formelle avec les sources que nous avons examinées ⁷¹, et il semble même que la « *répétition de prototypes infantiles* » auxquels Laplanche et Pontalis font référence ⁷² puisse aller dans notre sens. En effet, d'où viennent ces prototypes ? De l'image du père évidemment, mais alors, ne serait-ce pas lui le tiers projectif (ou identificateur) ? Cette interprétation semblerait correspondre à sa médiation dans le transfert classique opéré par l'analysé sur l'analyste.

Ainsi, le *transfert serait une projection médiée*, voire dans certains cas *intra-médiée*, si le candidat au transfert s'invente le tiers projectif ; d'où la difficulté de séparer la projection du transfert dans certains cas particulièrement complexes. On remarquera que cette interprétation explique ce que nous avons signalé dès le paragraphe 6.1. et l'explication selon laquelle le candidat au transfert « gomme » la personnalité de sa cible.

Si cette interprétation était « vérifiée », il serait tentant d'opérer une substitution et de remplacer la médiation par une médiatisation. Dans cette hypothèse, le candidat au transfert transférerait ses affects ou pulsions sur un cible quelconque en fonction des projections (et sûrement) des identifications qu'il aurait pu opérer sur un *tiers médiatisé*, par exemple à la télévision. On disposerait peut-être ainsi d'un cadre explicatif pour certaines névroses ou psychoses prenant en compte des effets particulièrement extrêmes de la société médiatique. Nous

71 Cf. bibliographie, mais nous ne sommes évidemment pas spécialiste de la psychanalyse.

72 J. LAPLANCHE et J.B. PONTALIS, op. cit., p. 492.

n'irons pas plus loin dans cette voie et nous contenterons de poser la question, ce qui d'un certain point de vue donne un angle théorique supplémentaire de mesure des effets psychologiques des médias.

Pour nous résumer, nous pourrions dire que le transfert est une *surprojection*, opérée à partir de projections ou d'identification réelles ou imaginaires faisant apparaître un *tiers projectif*. Une fois établi, le transfert peut se décrire avec les outils conceptuels utilisés pour la projection. Une bonne méthode permettant de rendre compte de ces interactions circulaires entre le transfert, la projection ou l'identification est évidemment la triade **IPT** suggérée par l'hypothèse **A6**.

Il nous reste enfin à examiner à grands traits comment la psychanalyse traite du transfert dans son sens thérapeutique. On citera surtout **l'Uebertragung** grâce auquel :

« Tout se passe comme s'il [le patient] agissait devant nous, au lieu de seulement nous informer. »⁷³.

Dans ce texte (écrit en 1938), **Freud** décrit aussi les célèbres transferts positif et négatif. Dans le transfert positif « *le moi faible se renforce* » (op. cit., p. 43), et si le patient « *substitue l'analyste à son père (ou sa mère) il lui confère en même temps la pouvoir que son surmoi exerce sur son moi...* » (id.) d'où la

73 Sigmund FREUD, *Abrégé de Psychanalyse*, Paris, PUF, 1949,1985, p. 44.

possibilité tentante d'exercer une sorte de « *post-éducation* » sur certains névrosés.

Au contraire, dans le transfert négatif, le patient frustré du dédain de l'analyste transforme son attitude « positive » en attitude « négative et hostile » (op. cit. p. 44), ce qui risque de détruire les bienfaits de la cure.

Pour parer à cette difficulté centrale, Freud commence par donner des conseils généraux ou techniques dans plusieurs de ses autres ouvrages demandant par exemple à ce que l'analyste veille à ce que « *ni les sentiments amoureux, ni les sentiments hostiles n'atteignent un degré excessif* » (op. cit. p. 45), **mais c'est dans ce texte de 1938 que nous croyons pouvoir dire qu'il fait référence (sans la nommer) à la distanciation que le patient devrait exercer sur son propre transfert pour que celui-ci réussisse valablement :**

« Le soin avec lequel il [l'analyste] veille au maniement du transfert est un sûr garant de succès. Lorsqu'on réussit, comme il arrive généralement, **à éclairer les patients sur la nature véritable des phénomènes de transfert**, on enlève aux résistances une arme puissante, on transforme les dangers en gains. En effet, ce que le patient a vécu sous la forme d'un transfert, jamais plus il ne l'oublie et il y attache une conviction plus forte qu'à tout ce qu'il a acquis

par d'autres moyens. (...) **C'est d'abord en apprenant au moi à se mieux connaître que nous parvenons à le fortifier** »⁷⁴.

Toutes proportions gardées, et bien modestement, il nous semble que notre modèle de dipôle ADI/IPT rend assez correctement compte de ce besoin de *distanciation du transfert* préconisé par Freud lui-même comme condition indispensable au succès durable de la cure psychanalytique. Si nous reprenons notre interprétation du tiers projectif, médiateur de la projection, nous pourrions peut-être en déduire que c'est en *médiant le transfert* que l'analyste peut arriver à déclencher cette distanciation⁷⁵.

Notre travail consistera aussi à rechercher de quelles façons favoriser l'exercice de l'auto-distanciation immanente vis-à-vis des phénomènes de projection et surtout d'identification-transfert, fortement associés à la communication médiatisée.

.M3.1. Schéma global de « fonctionnement »

Il nous suffit de reprendre nos trois catégories horizontales, croisées avec les cinq verticales et de les appliquer successivement à l'identification, à la projection et au transfert, ce qui nous donne la figure de la page suivante :

74 Sigmund FREUD, *Abrégé de Psychanalyse*, op. cit. pp. 45-46, c'est nous qui soulignons.

75 Nous reverrons ce point capital au chapitre suivant avec des textes de Leroi-Gourhan.

.M9. **Figure 6.4.** Nos catégories de transfert :

<i>Tendances générales</i>	Transfert abstrait	Transfert médiatisé	Transfert de contact (“médié”)
Micro-transfert	ÿ		ÿ
Primo-transfert		ÿ	ÿ ÿ
Macro-transfert		ÿ ÿ	ÿ ÿ
Supra-transfert		ÿ ÿ	ÿ ÿ

.m2.6.5.3. *Références historiques et actuelles*

Nous n'avons guère trouvé dans le champ littéraire que nous avons parcouru de grandes traces de transfert, voire même d'une de ses variantes les plus célèbres comme la fixation-transfert.

Nous montrerons au chapitre 7 que les traces les plus sensibles sont sûrement à chercher du côté du roman policier ou de certains récits d'aventure.

En ce qui concerne le champ psychanalytique, on trouve au contraire, et presque par définition, un grand nombre de références diverses puisque le transfert positif (ou négatif) constitue un des fondements de la cure psychanalytique. Freud l'a souvent expliqué dans ses différents ouvrages. Nous n'en

retiendrons provisoirement que l'aspect ci-dessous :

« Nous surmontons le transfert en montrant au malade que ses sentiments, au lieu d'être produits par la situation actuelle et de s'appliquer à la personne du médecin ne font que reproduire une situation dans laquelle il s'était déjà trouvé auparavant (...) » ⁷⁶.

Dans ce même texte de 1916, Freud reconnaissait que le transfert ne pouvait s'effectuer avec les « névrosés narcissiques », en ce sens que chez eux « *la libido a dû se détacher des objets et se transformer en libido du moi (...)* » ⁷⁷.

Nous ne pouvons oublier, pour finir, de citer globalement les très nombreuses « histoires drôles » qui regorgent d'allusions de toutes sortes au processus de transfert ⁷⁸. Il en serait de même de certains films, entre autres ceux de Woody Allen ⁷⁹.

⁷⁶ Sigmund FREUD, *Introduction à la psychanalyse*. Leçons professées en 1916, traduction S. Jankélévitch, Paris, Payot, 1969, p. 421.

⁷⁷ Sigmund FREUD, *Introduction à la psychanalyse*, op. cit. p. 425.

⁷⁸ S'il fallait n'en citer qu'une, nous pourrions rappeler (!) l'histoire du commerçant juif (ou écossais... ou auvergnat...), débiteur d'une dette importante et sachant fort bien qu'il ne pourra l'acquitter le lendemain matin, ce qui l'empêche évidemment de s'endormir jusqu'à ce que son épouse lui propose d'aller le dire tout de suite (c'est-à-dire en pleine nuit) à leur créancier. Aussitôt dit, aussitôt fait, de sorte qu'une fois le créancier prévenu, ce sera son tour de ne plus dormir ! L'insomnie a été transférée.

⁷⁹ Lequel active souvent le pôle IPT, par exemple avec les multi-identifications de « *Zelig* ».

.M1.6.6. Identification, projection et transfert

Après avoir étudié séparément chacune des composantes de l'IPT, et avant d'examiner la distanciation, il nous semble utile de revenir sur la triade elle-même et sur les délicates inter-relations qu'elle entretient ou déclenche, afin de clarifier les ressemblances et les dissemblances entre l'identification, la projection et le transfert.

.M2.6.6.1. Comparatif des catégories

En première analyse, on pourrait avancer que l'identification amène ses sujets à emprunter des modèles *extérieurs* de manière à peu près consciente ⁸⁰, tandis que la projection et le transfert consistent plutôt à ce que les sujets utilisent les modèles pour projeter ou transférer sur eux (en eux) des comportements ou des raisonnements plus ou moins profondément enfouis dans leur inconscient. Comme on s'en doutera, cette proposition est sans doute trop schématique et réductrice pour rendre correctement compte de la réalité, c'est pourquoi nous allons avoir recours à une première figure pour tenter de visualiser la situation.

⁸⁰ La rotation de notre dipôle ADI/IPT en fournit une explication convenable en ce sens qu'elle permet de montrer que les phénomènes identificateurs ne sont jamais permanents (sauf dans les cas cliniques) et se trouvent relativisés par l'apparition plus ou moins fréquente des phénomènes distanciateurs.

Nous poserons comme seule hypothèse supplémentaire de départ que l'IPT se manifeste soit vis-à-vis du **comportement** (ce sera sa composante « corporelle » originelle et d'une certaine manière non « médiée » ou non « réfléchie »⁸¹) soit vis-à-vis du **raisonnement** (composante « intellectuelle », ou plutôt « *idéelle* »).

Il nous faut croiser les 3 tableaux précédents entre-eux, (contenant les préfixes et les modes d'action) avec les trois variables de l'IPT, ce qui va nous donner 36 cases à remplir. Pour améliorer la clarté, nous avons regroupé les modes d'action sous chaque préfixe :

81 Nous préférons parler plutôt de comportement que de corps afin d'éviter la dichotomie peut-être sclérosante et dépassée entre le « corps » et « l'esprit ».

.M9. **Figure 6.5.** Nos catégories d'IPT :

<i>Tendances générales</i>	<i>IPT</i> abstrait	<i>IPT</i> médiatisé	<i>IPT</i> de contact (“médié”)
Micro-identification	ÿ	ÿ ÿ	
projection	ÿ	ÿ	
transfert	ÿ		ÿ <i>7</i>
Primo-identification	ÿ ÿ	ÿ ÿ	ÿ
projection	ÿ	ÿ	ÿ
transfert		ÿ	ÿ ÿ <i>11</i>
Macro-identification		ÿ	ÿ ÿ
projection	ÿ ÿ	ÿ	ÿ
transfert		ÿ ÿ	ÿ ÿ <i>11</i>
Supra-identification	ÿ	ÿ ÿ	ÿ ÿ
projection	ÿ ÿ		ÿ
transfert		ÿ ÿ	ÿ ÿ <i>12</i>
	11	15	15

Nous avons indiqué sur la droite du tableau (en italique) les sous-totaux pour chacun des préfixes, ceci dans le but de vérifier leur répartition. De même, dans la partie inférieure du tableau, nous avons rappelé les totalisations par déclencheur, renforceur ou inhibiteur. On remarquera que l'IPT abstraite est légèrement moins « activée » que les autres, ce qui semble

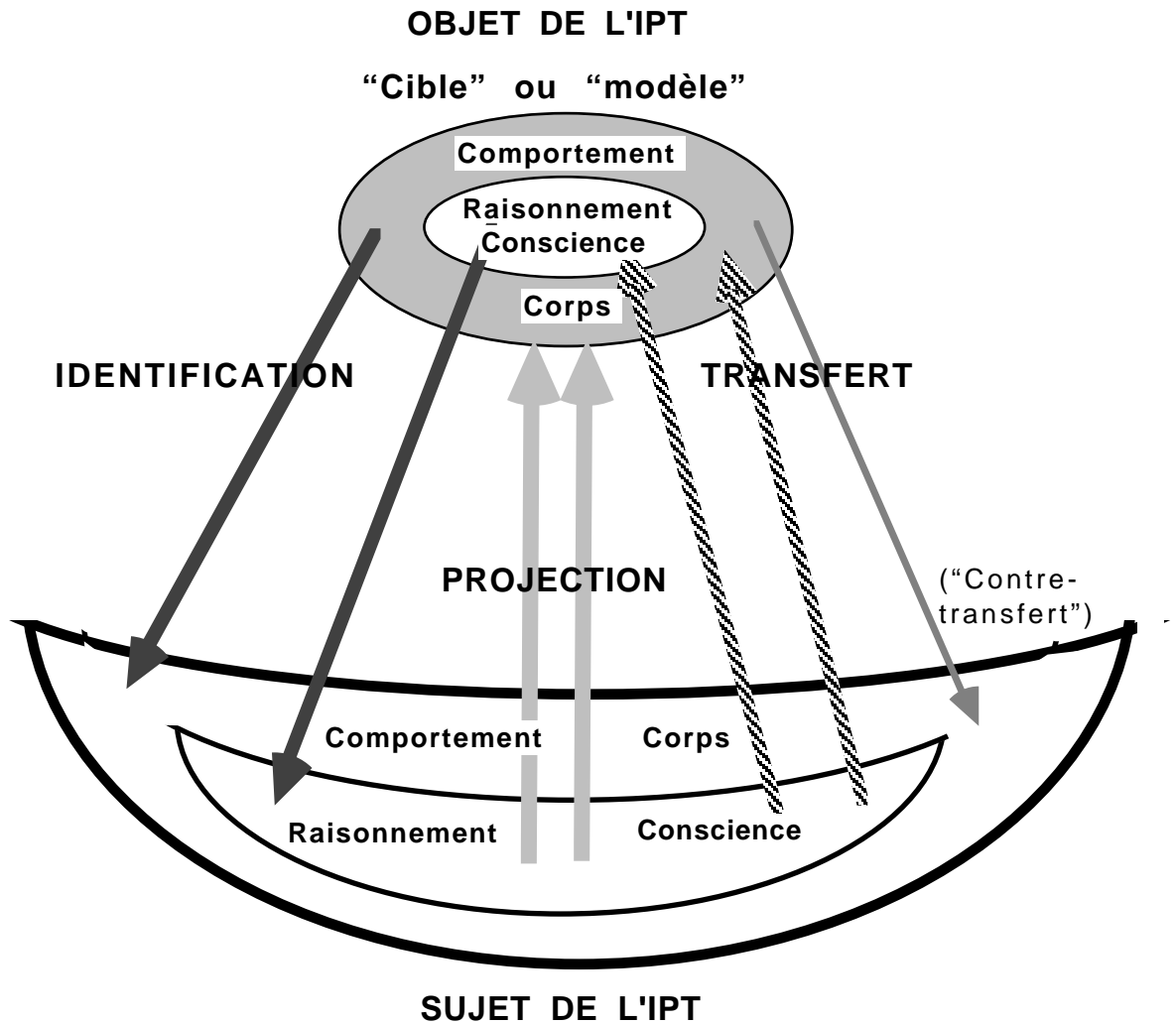
correspondre à des observations courantes. On s'identifie, on se projette ou on transfère moins lorsqu'il s'agit de concepts abstraits que d'identification médiatisé (par le cinéma ou la télévision) ou de projection de contact (ou « médiée » pour reprendre notre terminologie).

Les flèches en haut du tableau renvoient à la figure 6.1. Elles symbolisent les interdépendances entre les fonctions de renforceur, de stoppeur ou d'inhibiteur de chacune de nos catégories.

Rappelons que nous avons attribué des valeurs aux possibilités croisées de préfixes, de déclencheurs et de catégories d'IPT en fonction de nos propres travaux de terrain. Il conviendrait évidemment de reprendre cette préétude préparatoire et de l'affiner, ce qui n'est pas dans le cadre de notre travail ici.

.M2.6.6.2. Objet et sujet de l'IPT

Il ressort de notre approche que l'IPT peut concerner aussi bien le comportement que la conscience, d'autant plus qu'elle peut être elle-même médiée. Dans la figure ci-dessous, nous avons tenté de clarifier les rétroactions nombreuses entre chacun de ses constituants.

.M9. **Figure 6.6.** IPT, comportement et raisonnement :

Nous avons fixé l'**objet** de l'IPT (c'est-à-dire la cible ou le modèle vers lequel on s'identifie ou l'on se projette) en haut de ce schéma et en bas ce que l'on peut nommer le **sujet** (c'est-à-dire le candidat à l'identification, à la projection ou au transfert). Chacun d'eux étant un être humain, nous avons indiqué sommairement les couples comportement/ raisonnement et corps/conscience. On aurait pu y faire figure le principe de

plaisir ou de réalité ou encore la Raison pratique ou théorique, ce dont nous nous sommes dispensés pour ne pas compliquer l'interprétation.

Si nous prenons l'exemple (le plus simple) de l'identification, nous pouvons remarquer que conformément aux définitions en usage, le sujet *calque* son comportement ⁸² et au moins une partie de son raisonnement ⁸³ sur sa cible (ou son objet), d'où le sens des flèches. L'identification « *écrase* » la personnalité du sujet pendant une durée plus ou moins longue, ce qui influe d'autant sur la formation de son surmoi dans le cas des enfants.

Dans la projection pure, c'est au contraire le sujet qui « impose » à l'objet sa personnalité, ses affects, ses passions ou ses pulsions. Au contraire de l'identification qui concernait le corps et la conscience, la projection ne concerne que la sphère de la conscience et du raisonnement. Le supporter de foot-ball peut s'identifier au corps de ses héros, il peut projeter en eux une partie de ses rêves, mais il est peu probable qu'il se projette dans leur corps (on pourrait dire pour reprendre certains exemples de Marcuse qu'il intériorise son infériorité : il *sait* qu'il ne peut que s'identifier et sûrement pas projeter) ⁸⁴.

Dans le cas du transfert, notre travail théorique nous permet

82 Ceci est très sensible dans des revues pour certaines catégories de jeunes, comme par exemple « Hit » qui regorge de phrases du genre « *Habillez-vous comme...* » ou « *maquillez-vous comme...* », etc.

83 D'où le ton très *personnel* (ou intime) de certains interviews ou reportages destinés à faciliter l'identification des lecteurs (fut-elle brève et légère, c'est-à-dire relevant du préfixe micro ou primo). Outre le magazine cité plus haut et ceux de la même « famille », on pourrait citer « *Point de vue, images du monde, l'hebdomadaire de l'actualité heureuse.* ». Il nous semble que des études pourraient (et devraient) être menées auprès de ces lectorats.

84 Nous n'envisageons évidemment pas ici les états « pathologiques ».

peut-être de mieux comprendre une situation plus complexe. ON observe deux flèches allant dans le même sens que celles de la projection, ce qui signifie bien que le transfert, en première analyse « fonctionne » comme la projection. Les points de départ de ces deux flèches sont les mêmes ((raisonnement et conscience). En revanche, les arrivées diffèrent légèrement puisque l'une des deux va vers le corps ou le comportement de l'objet. Il n'est bien sûr pas question que cette situation soit réelle (sauf cas pathologiques graves), autrement dit le sujet du transfert va jusqu'à croire que sa cible a son comportement et ses réactions physiques (il les sublime). On retrouverait-là une effet du renforcement du tiers projectif que nous avons décrit plus haut. La dernière flèche à droite rappelle la possibilité du contre-transfert, classique en psychanalyse. Nous pourrions dire que ce contre-transfert, qui se rapporte alors à une identification trouve *naturellement* sa source dans le fait que le transfert, en étant le résultat d'une médiation de la projection ou de l'identification *fonctionne* ensuite en restituant l'un ou l'autre de ces processus.

.M2.6.6.3. Volonté et conscience de l'IPT

Pour achever notre tableau général de l'IPT, il nous faut enfin nous interroger sur les deux couples volontaire/involontaire et conscient/inconscient.

Signalons en exergue qu'à partir du moment où nous opérons une dissociation de la volonté et de la conscience, il nous fallait, concomitamment en opérer une de l'involontaire et de l'inconscient⁸⁵. En effet, l'IPT, selon nous, ne peut se satisfaire de la volonté ou de la conscience seules, et ainsi que nous allons essayer de le montrer, il nous faut disposer de véritables chaînes logiques dissociant les IPT involontaires, inconscientes, volontaires et conscientes.

Nous pourrions presque tenter une démonstration par l'absurde de l'utilité de cette dissociation. En effet, admettons un instant que la volonté et la conscience puissent être confondues. Par homologie, l'involontaire et l'inconscient le seraient aussi. Or, il existe des faits (nombreux) qui sont *involontaires mais pas inconscients*. Se piquer un doigt est un acte involontaire qui n'est pas du tout inconscient. Réciproquement, on pourrait trouver des actes *inconscients qui ne sont pas involontaires*. Le léger excès de vitesse du « bon père de famille » qui occasionne un accident de la route est sûrement inconscient⁸⁶, (il dira qu'il « ne s'est pas rendu compte... »), mais, aux yeux de la loi, il n'est pas *involontaire* (la preuve

85 Nous ne mésestimons pas ce que cette position peut avoir de dangereux, compte tenu du fait que l'on considère souvent que *tout acte volontaire est conscient* puisque la volonté est une des premières manifestations de la conscience. Outre le fait que cette position surprivilegie selon nous la « conscience », nous préférons considérer qu'il s'agit de deux « niveaux » distincts de l'appareil psychique. La conscience serait la matrice de la volonté, de sorte que l'on ne pourrait les rapporter l'une à l'autre. De plus, est-on bien certain que tout acte volontaire soit conscient ? Il semble que la psychanalyse ait montré plusieurs fois que la réalité était nettement plus complexe.

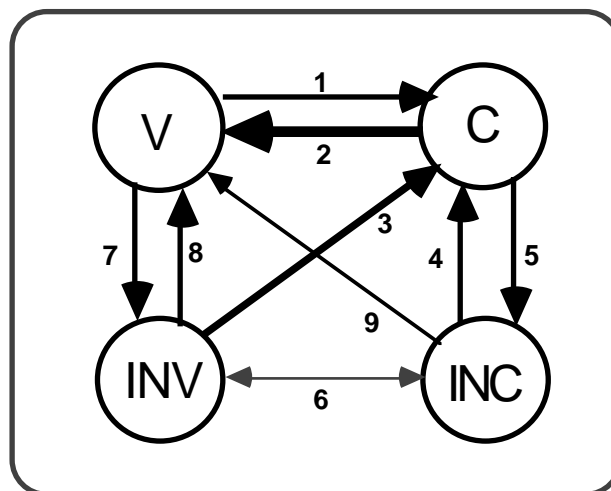
86 Nous ne prenons pas l'exemple du chauffard qui, en droit, est « conscient » et responsable de ses actes « volontaires ».

pouvant être donné par une condamnation le jugeant responsable).

Dans ce second cas, et dans le premier surtout, nous venons de montrer que l'involontaire et le conscient ne pouvaient être confondus, d'où l'« absurdité » de l'hypothèse de départ, et d'où encore la nécessité de dissocier la volonté de la conscience, comme dans la figure de la page suivante :

.M4.A. Représentation symbolique

.M9. Figure 6.7.



Sur ce schéma, la taille des flèches est à peu près « proportionnelle » à la force, à la densité ou à la fréquence des échanges ⁸⁷.

Flèches 1, 2 et 3 :

Les échanges entre l'IPT volontaire et l'IPT consciente

⁸⁷ Il ne s'agit pour le moment que réflexions purement théoriques, éclairées par notre pratique et nos investigations personnelles.

paraissent évident. Ce qui est volontaire est conscient. En revanche, on pourrait déjà remarquer que tout ce qui est conscient n'est pas volontaire (on peut se sentir tomber, on se rend compte que l'on va avoir un accident) d'où les flèches inégales et la jonction diagonale entre l'involontaire et le conscient (flèche 3).

Flèches 4 et 5 :

Le passage entre l'inconscient et le conscient est tellement clair qu'il illustre un truisme : une partie de l'inconscient est déversée dans le conscient et une partie du conscient se sédimente en inconscient. Le passage de l'IPT inconsciente à l'IPT consciente serait le propre de l'ADI (et de certaines techniques psychanalytiques) tandis que le passage inverse semblerait moins fréquent, sauf dans des situations particulières : Une IPT consciente devenant inconsciente évoque les situations de dépendance, par exemple à l'égard de la drogue.

Flèche 6 :

Entre l'inconscient et l'involontaire, les choses ne sont pas aussi simples. On peut considérer que l'IPT inconsciente est involontaire (au moins de la part du sujet ⁸⁸), d'où l'utilisation du pointillé pour symboliser l'incertitude.

Flèches 7 et 8 :

Entre l'IPT volontaire et l'IPT involontaire, il semble

⁸⁸ Mais pas de la part de l'auteur de roman, du réalisateur de film ou du metteur en scène.

que les échanges soient égaux. Ainsi, un individu qui va voir un film d'A. Hitchcock fait acte volontaire. Quand il paie son billet, il sait qu'il y aura du suspense qui excitera son pôle IPT. Dans la salle, si le film « fonctionne » sur lui, son IPT sera activée, mais de manière involontaire, par le scénario et la mise en scène. Naturellement, il n'y a sûrement jamais de simultanéité parfaite (par définition, pourrait-on dire), mais il n'empêche que le *moment* de l'IPT volontaire peut être très proche de celui de l'IPT involontaire. On en aurait d'autres exemples avec les situations de « rêve » (bachelardien) semi-éveillé où l'on sait que l'on rêve, ou encore dans le cas de la drogue (avec Henri Michaux par exemple).

Flèche 9 :

La relation entre IPT inconsciente et IPT volontaire est assez facile à illustrer : un individu a fortement activé son IPT face à un acteur ou un chanteur à la mode ⁸⁹ (mais de manière inconsciente). Il sort s'acheter un vêtement identique (le mot est évidemment de la famille d'« identification »), et à ce moment-là, son IPT devient en partie volontaire. Si elle ne l'était pas, on peut imaginer que tôt ou tard (sauf cas pathologique) elle le deviendrait, par exemple lorsque la vendeuse lui dirait : « *Ah oui, comme dans le film de...* ».

⁸⁹ Dans tous ces exemples, nous prenons volontairement des cas un peu caricaturaux. La réalité, évidemment plus complexe pouvant, dans une certaine mesure aux propositions plus simples que nous avons émises (sachant qu'en sciences sociales, il est difficile ou dangereux de parler de « lois » comme en physique).

.M4.B. Chaînes ternaires

En fait, plutôt que d'opérer sur des couples, on peut observer des chaînes plus complexes, par exemples d'ordre 3. Ainsi, une IPT involontaire peut devenir consciente puis volontaire (selon le schéma : **INV--->C--->V**) ; ce pourrait être le cas de la naissance d'une superstition : un incident se produit, on y projette un moment de son existence en croyant y re-connaître un signe. L'IPT devient consciente volontaire (phobie, phobie, ou autres). Ou encore, une IPT inconsciente devient consciente puis volontaire (selon le schéma : **INC--->V--->C**) ; ce pourrait être la naissance d'une manie. Ou enfin une IPT involontaire reste inconsciente mais devient volontaire (selon le schéma : **INV--->INC--->V**) ; ce pourrait être une fixation transfert pathologique.

Cette modélisation n'a évidemment pas la prétention de permettre de décrire et encore moins d'expliquer tous les cas possibles, elle nous permet simplement de commencer à montrer la souplesse et le caractère opératoire du métaconcept d'IPT, que nous emploierons désormais de manière générale (sans pour autant nous dispenser d'insister sur l'un ou l'autre de ses constituants).

<p>.M1.6.7. Concepts associés - Mimétisme, possession, catharsis, effet d'étrangeté</p>

Nous serons beaucoup plus bref sur ces questions, d'une part parce que la littérature sur elles apparaît assez abondante, et de l'autre parce qu'il ne s'agit pour nous que de domaines connexes. Nous nous attacherons surtout aux aspects les plus « modernes » des phénomènes médiatiques après avoir toutefois étudié en détail au chapitre 6 la question de la mythisation, notamment au travers de la description qu'en donne **Mircea Eliade**.

.M2.6.7.1. Le mimétisme et la possession

Nous avons articulé notre réflexion sur les contributions de Mircea Eliade et de **René Girard** en puisant chez l'un et chez l'autre ce qui nous paraissait utile et fécond par rapport à notre démarche générale.

Du premier nous avons retenu la multiplicité des formes mimétiques et la difficulté de les rapporter à un mode d'émergence unique, si ce n'est justement les processus de mythisation que nous avons signalés ci-dessus.

Du second, nous avons retenu évidemment le « désir mimétique » en laissant de côté sa résolution nécessairement

sacrificielle.

Des deux enfin, nous avons surtout tiré la confirmation de l'importance extrême des processus d'IPT dans la constitution fondamentale des cultures. Ce qu'ils nous ont le plus apporté tient aux synthèses qu'ils ont tenté de faire entre les approches d'autres anthropologues. Ce qui nous a conforté dans notre recherche de mise au point d'une modélisation dipolaire en cherchant à voir si ces hypothèses permettaient de rendre valablement compte des observations de ces derniers.

Se situant en marge de la vision structuraliste (ou carrément contre !...), ils nous ont enfin permis de réintégrer dans des cadres moins rigides des observations que l'on avait tenté d'y faire entrer malgré tout. Nous étudierons au chapitre 7 quelques unes des figures des rites de possession en essayant de montrer que notre modèle intègre et dépasse (sur ce point) les contradictions formelles entre des systèmes réputés « ennemis ».

.M2.6.7.2. La catharsis

Avec la catharsis, Aristote a fixé au théâtre la mission de purger le spectateur de ses passions par ce que nous pourrions appeler une sorte de « *cure d'IPT pré-psychanalytique* ». Cette purgation libératrice (ou rédemptrice) était la finalité même du théâtre, en admettant que la représentation théâtrale devait posséder une fonction morale. Pour que la catharsis s'enclenche, le spectateur devait s'identifier à l'acteur qui lui-même

s'identifiait au héros. Et pour que ce « mécanisme » fonctionne le mieux possible, Aristote en vint à définir ce qui lui semblait être les meilleures conditions « techniques » de l'identification (ou la projection ?) des spectateurs aux « protagonistes » de l'action. Nous verrons au chapitre 7 qu'il est possible de considérer la tragédie grecque du V/VI^{ème} siècle avant J.C. comme un « *média innovant* » (par rapport à son époque bien entendu).

.M2.6.7.3. L'effet d'étrangeté (*Verfremdungseffekt*) de Bertolt Brecht

Le concept de *Verfremdungseffekt* a été employé par Bertolt Brecht dès 1923 et surtout en 1924/25 dans « *Homme pour homme* » pièce dans laquelle on assiste aux métamorphoses successives du personnage principal, Galy Gay⁹⁰. Mais il ne le « théorisa » qu'à partir de 1948 dans son « Petit Organon pour le théâtre » ainsi que dans les additifs de 1954 (« *Versuche* »). On le traduit souvent par le terme de « **distanciation** » en oubliant parfois le sens exact que Brecht lui attribuait. Bien des auteurs d'essais théâtraux de « distanciation brechtienne » complètement abusifs auraient gagné à mieux connaître la

90 « La question qui se pose [à propos de ce personnage] est la suivante : vit-il réellement ? Et la réponse est celle-ci : il est vécu. », Frédéric EWEN, *Bertolt Brecht, sa vie, son art, son temps*. trad. E. Gille, Paris, Seuil, 1973, p. 89, cité par Jean-François CHIANTTARETTO *Brecht, penseur intervenant*, Paris Publisud, 1986, p. 29.

traduction la plus proche de l'allemand, « effet d'étrangeté », ou encore l'« effet-V » comme le nommait Brecht lui-même (cf. texte ci-dessous).

.M3.1. L'effet-V

En 1930, dans la préface de *Sainte-Jeanne des abattoirs*, Brecht présente l'effet-V de manière encore plus précise :

« Sainte-Jeanne des abattoirs est une pièce de l'art dramatique non-aristotélien. Cet art dramatique requiert une prise de position très précise de son spectateur. Il lui faut être en mesure de s'attacher aux processus de la scène (...) et cela en vue d'une révision fondamentale de son propre comportement. **Il ne doit pas s'identifier spontanément à des personnages bien précis** pour prendre part alors purement et simplement à leur vécu (...). »⁹¹.

Outre la présentation non-aristotélienne de son théâtre, Brecht insiste déjà sur son désir d'empêcher toute identification trop précise des spectateurs aux personnages. Il ne dit évidemment pas dans cette préface que son outil sera naturellement le *Verfremdungseffekt*.

Avant d'aller plus loin, commençons par voir comment Brecht lui-même présentait cet effet-V. Exceptionnellement, nous nous livrerons à une citation intégrale d'un assez long texte, vu son intérêt et les erreurs fréquentes de compréhension

91 In *Théâtre complet*, Paris, l'Arche, 1974. C'est nous qui soulignons.

de la distanciation ou plutôt de l'effet d'étrangeté⁹² On verra que Bertolt Brecht donne plusieurs exemples très concrets de son fameux effet-V :

« ... L'effet-V consiste en ce que la chose qu'il s'agit de faire comprendre, sur laquelle on veut attirer l'attention, est transformée, de chose habituelle, familière et immédiate qu'elle était, en une chose singulière, frappante (voire choquante), inattendue. Ce qui se comprenait de soi-même est rendu en un sens incompréhensible, mais seulement afin de le rendre mieux compréhensible. Pour qu'une chose connue devienne une chose reconnue (remarquée), il faut qu'elle cesse de passer inaperçue ; il faut briser avec l'habitude qui fait que cette chose n'a pas besoin d'explication. Il faut mettre sur l'événement le plus commun, insignifiant, mille fois répété, le sceau de l'inhabituel.

C'est un effet-V des plus simples qu'on emploie quand on dit à quelqu'un : as-tu quelquefois regardé ta montre ? Celui qui me pose cette question sait que je l'ai regardée bien des fois, mais par sa question, il me rappelle tout d'un coup ce regard jeté sur une montre qui ne me disait plus rien depuis longtemps. Je regardais une montre pour savoir l'heure, maintenant je constate de façon frappante que je ne l'ai jamais gratifiée d'un regard d'étonnement, elle qui est pourtant à bien des égards un mécanisme étonnant.

C'est encore un effet-V de l'espèce la plus simple qu'il s'agit lorsqu'une conversation d'affaires est introduite par ces mots : avez-vous déjà réfléchi à ce que deviennent les

92 Profitons-en pour signaler qu'un auteur comme Herbert Marcuse, présentant ces erreurs de compréhension parle même (au moins dans la traduction française de l'« *Homme unidimensionnel* » qu'il a personnellement revue) d'un « *effet de distanciation* » (p. 91 de l'édition originale française de 1968 aux Editions de minuit).

détritus qui bon an, mal an sortent de votre usine et descendent le cours de la rivière ? Ce n'est pas qu'on n'ait jamais remarqué ces détritrus voguants au fil de l'eau, on les a acheminés très soigneusement vers la rivière, on a employé pour cela des hommes et des machines, le flot en est déjà tout troublé, on a bien aperçu les détritrus partir, mais on les a aperçus en tant que détritrus. Pour la fabrication, comme objets inintéressants, et nous nous y intéressons. La question en les éloignant (distançant) de notre travail quotidien nous les a rendus étranges, et c'était son but.

Les questions les plus banales telles que les phrases avec un “non pas, mais au contraire...” (il ne disait pas “entrez”, mais “allez votre chemin” ; il n'était pas vexé, il était content) renferment un effet-V ; on s'attendait à une chose, posée comme normale, au nom de l'expérience commune, et cette attente a été déçue ; on aurait pu croire que..., eh bien non, on n'aurait pas dû ; il n'y avait pas qu'une possibilité, il y en avait deux, et voilà que les deux sont mentionnées, la seconde est soumise à l'effet d'étrangeté, mais par là-même, la première aussi. Pour qu'un homme voit sa mère comme la femme d'un homme, il faut un effet-V qui surgit par exemple lorsque sa mère se remarie ; quand un élève voit son maître saisi par l'huissier, il se produit un effet-V : le maître est arraché à un contexte où il paraissait grand et respectable, il est entraîné dans un autre où il apparaît petit. Une auto est soumise à l'effet d'étrangeté, lorsque, après avoir longtemps conduit une voiture moderne, nous conduisons une vieille Ford ; tout à coup nous entendons des explosions : en effet, le moteur d'auto est un moteur à explosion... »⁹³.

93 In Appendices à la « *Nouvelle technique de l'art du comédien* », parue dans le n°11 des « *Versuche* » avec l'adaptation du « *Précepteur* » de Lenz. Cité dans le n° spécial (133-134) de la revue « **Europe** » de janvier-février 1957, p. 201-202, parue à l'occasion du décès de Bertolt Brecht le 14 août 1956.

Dans cette longue citation, Brecht nous offre plusieurs exemples de mise en œuvre de l'effet-V. Il nous a paru intéressant de tous les citer pour mieux faire sentir notre point de départ. On constatera qu'il s'agit à chaque fois de **médiations** assez simples de caractère interpersonnel. Nous chercherons à étudier dans le détail cet effet distanciateur dont Brecht présuppose l'existence, puis nous tenterons de le généraliser au champ des communications modernes hyper-médiatisées.

.M3.2. L'influence de Frédéric Schiller

Brecht n'est évidemment pas l'inventeur de la distanciation, ce qu'il a souvent rappelé. On doit faire remonter ce concept à Frédéric Schiller que Brecht lut avec beaucoup d'attention en s'en inspirant en partie, notamment dans le rapport dialectique qu'il tenta d'établir entre le théâtre dramatique et le théâtre épique.

Nous n'avons pas l'intention ici de nous attarder sur le style « épique » prôné par Brecht et nous nous contenterons de voir en quoi il est redevable à Frédéric Schiller de quelques idées importantes sur la problématique de la distance.

« (...) La poésie, par essence, met au passé tout ce qui est présent et éloigne (par une projection idéale) tout ce qui est proche. **Ainsi elle contraint le dramaturge à tenir éloignée de nous la réalité** qui s'impose

individuellement à nous et à assurer au cœur une certaine liberté poétique par rapport au sujet. Dans sa conception la plus élevée la tragédie tendra donc toujours vers le caractère épique et c'est seulement par là qu'elle devient poésie. »⁹⁴.

La genèse de la distanciation se trouvant à peu près tracée dans ces textes (nous en verrons d'autres au paragraphe suivant), on peut provisoirement remarquer qu'à la distance esthétique ou « jouissive » préconisée par Schiller, Brecht dans son opération d'intégration/construction substitue une distance « critique » de nature « désaliénante »⁹⁵, non seulement vis-à-vis de l'immédiat théâtral, mais surtout dans ses effets sociaux et politiques ultérieurs. Toutes proportions gardées, nous serions tentés de voir dans cette dualité un écho de la phrase célèbre de **Marx** dans sa XI^{ème} thèse sur Feuerbach :

« Les philosophes n'ont fait qu'interpréter le monde de différentes manières, ce qui importe, c'est de le transformer. (...) »⁹⁶.

On pourrait alors considérer que Schiller serait assimilé à Feuerbach avec une distanciation esthétiquement interprétable, tandis que la distanciation brechtienne critique se situerait du

94 In *Lettre à Gœthe*, citée par Paul RILLA dans son article « *Théâtre épique ou dramatique* » dans le n° spécial (133-134) de la revue « **Europe** » de janvier-février 1957, p. 48 et cité avec la même source par J.F. CHIANTTARETTO, op. cit. p. 60, c'est nous qui soulignons.

95 Nous examinerons l'aliénation au paragraphe 6.8.

96 In *l'Idéologie allemande*, trad. H. Auger, G. Badia, J. Baudrillard, R. Cartelle, Paris, Editions Sociales, 1968, p. 34.

côté de ceux qui veulent *changer* le monde ⁹⁷.

.M3.3. Brecht et la Poétique d'Aristote

Naturellement l'autre pilier sur lequel Brecht s'appuya fut la Poétique d'Aristote vis-à-vis de laquelle il se situa de bonne heure :

« Ce qui nous paraît du plus grand intérêt social, c'est la fin qu'Aristote assigne à la tragédie : la catharsis, purgation du spectateur de la crainte et de la pitié par l'imitation d'actions inspirant la crainte et la pitié. Cette purgation repose sur un acte psychologique très particulier : *l'identification du spectateur aux personnages agissant que les comédiens imitent*. Nous appelons aristotélicienne toute dramaturgie qui provoque cette identification, sans qu'il importe de savoir si elle l'obtient en faisant appel aux règles énoncées par Aristote. Au fil des siècles, cet acte psychologique très particulier, l'identification, s'est réalisé selon des manières très différentes. » ⁹⁸.

On remarquera dans ce texte l'identification (ou la mimesis) en chaîne que signale Brecht, au cours de laquelle les comédiens doivent imiter un modèle (réel ou « mythisé... ») et être eux-mêmes imités par les spectateurs dans des actions inspirant « la crainte et la pitié », ce que l'on retrouve très explicitement dans un autre passage :

97 En fait, il semble que Schiller, lui aussi, ait « voulu *changer le monde* » (en particulier dans son « *Wilhelm Tell* » que nous avons découvert tardivement grâce à Jean Devèze).

98 Bertolt BRECHT, *Ecrits sur le Théâtre 1*, trad. J. Tailleur, G. Delfel, B. Perregaux, J. Jourdeuil, Paris, l'Arche, 1972, p. 237.

« ... On voit donc que les comédiens doivent imiter les hommes agissant pour amener les spectateurs à les imiter eux-mêmes ; le mode de réception de l'œuvre d'art est **l'identification au comédien, et à travers lui au personnage de la pièce.** »⁹⁹.

Comme nous le montrerons au chapitre 7, la thèse de l'imitation des « personnages de la pièce » doit être ramenée à ses fondements, au moins pour la tragédie du V^{ème} siècle avant J.C., laquelle s'était vue imposée par les autorités attiques une distance (temporelle) obligatoire vis-à-vis d'événements récents¹⁰⁰, esquissant en cela ce que Mircea Eliade a nommé les « *processus de mythisation* ».

Brecht transpose évidemment ce mimétisme à des contemporains « bourgeois », sans que le fait que ceux-ci soient archétypaux ou réels ne change grand-chose à l'aliénation qui en résulte pour les spectateurs.

.M3.4. Brecht et Diderot

Le paradoxe du comédien de Denis Diderot fut également assez souvent signalé par Brecht¹⁰¹ mais sans qu'il ne semble y

⁹⁹ Bertolt BRECHT, op. cit. pp. 237/238.

¹⁰⁰ Comme l'atteste par exemple l'amende infligée au poète **Phrynicos** lorsque celui-ci prit pour sujet la bataille de Milet qui venait de se dérouler immédiatement avant, ce qui émut énormément les spectateurs (d'autant qu'il s'agissait d'une sévère défaite...) et déclencha de violentes manifestations de rejet.

¹⁰¹ C'est en tout cas ce qu'attestent ses biographes, cf. bibliographie.

voir d'intéressantes traces de la « future » distanciation ¹⁰².

Pour notre part, nous ne citerons qu'un extrait dans lequel Diderot passe très près du concept :

« (...) Un marmot qui s'avance sous un masque de vieillard qui le cache de la tête aux pieds. Sous ce masque il rit de ses petits camarades que la frayeur met en fuite. Ce marmot est le vrai symbole de l'acteur ; ses camarades sont les symboles des spectateurs (...). » ¹⁰³.

Au cours de l'imitation que son masque symbolise, le marmot en question se distancie évidemment puisqu'il rit alors qu'il ne le devrait pas. Le schème aristotélicien ne s'applique déjà plus, et c'était là un des buts de Diderot et des Lumières qui voulaient forger une nouvelle esthétique acceptant un relatif mélange des genres et surtout la peinture des conditions humaines ¹⁰⁴.

Outre le fait qu'au modèle social (réel ou archétypal) d'Aristote, Diderot substitue un modèle imaginaire « imaginé par le poète ¹⁰⁵, il présente l'intéressante **théorie des rapports**, développée dans son article de l'Encyclopédie consacré à l'Art :

« La perception des rapports est l'unique fondement de notre admiration et de nos plaisirs ; et c'est de là qu'il nous faut partir pour expliquer les phénomènes les plus délicats

102 Selon la thèse que défend J.-F. Chianttaretto (op. cit.)

103 In *Le paradoxe du comédien*, Œuvres, Paris, Gallimard, La Pléiade, 1951-1969, p. 1054.

104 Nous reprenons ici une partie de l'argumentaire de Jean-François CHIANTTARETTO « *Brecht, penseur intervenant* », Paris Publisud, 1986, p. 69, ainsi que Jacques Chouillet dans *l'Esthétique des Lumières*, Paris, PUF, 1974, p. 139.

105 Op. cit., p. 1013.

qui nous sont offerts par les sciences et les arts (...) »¹⁰⁶

Nous n'en sommes pas encore à la distanciation « *source de toute jouissance esthétique* » d'Horkheimer et Adorno, mais on sent que le plaisir artistique ou esthétique trouve sa source pour Diderot dans une certaine distance avec l'œuvre proprement dite. Que cette distance soit remplie à dénombrer les rapports ou à goûter de leur mode de construction nous paraît secondaire par rapport à la mise en évidence d'une certaine permanence distanciatrice dans la perception esthétique ou artistique, et plus généralement dans tout processus de communication.

.M1.6.8. Le concept d'aliénation (Entfremdung)

Avant de poursuivre ce chapitre par une présentation de la distanciation, il semble indispensable, une fois la doctrine brechtienne et ses filiations bien établies, de montrer les traits - caractéristiques pour notre champ - de l'aliénation et tout spécialement de ce que nous nommerons **l'aliénation médiatique** sans que cette appellation signifie nécessairement une tendance catastrophique de nos sociétés, ou ne sous-entende de notre part une quelconque vision pessimiste.

.M2.6.8.1. *Étymologie et définition (s)*

¹⁰⁶ Op. cit., p. 1425.

Depuis le mythe de la caverne de Platon, on connaît le thème de l'aliénation et son corollaire optimiste : celui de désaliénation.

Une brève incursion étymologique nous confirmera l'origine purement juridique du terme, forgé à partir d'*alienare* ou d'*alienus* (« qui appartient à un autre »), venant tous deux d'*allius* (autre).

Une des définitions générales « officielles » pourrait être :

« Etat de l'individu qui, par suite des conditions extérieures (économiques, politiques, religieuses), cesse de s'appartenir, est traité comme une chose, devient esclave des choses et des conquêtes mêmes de l'humanité qui se retournent contre lui. »¹⁰⁷.

On ne peut toutefois oublier le sens (ou plutôt les connotations) que le terme d'aliénation (« *Entfremdung* ») a acquis depuis son emploi par Feuerbach, Hegel, Marx et Engels.

Une partie de l'œuvre de **Feuerbach** pose la question de l'aliénation (principalement dans sa composante religieuse). En s'opposant violemment à **Hegel** et en affirmant que les idées sont le produit de la conscience humaine, elle-même pur « produit » du cerveau (ce qui n'est que la preuve d'un matérialisme *mécaniste* pour Marx), Feuerbach suppose que l'homme *projette* dans le ciel son idéal de justice et par cela l'aliène de lui-même, d'où son entreprise de destruction de la religion pour briser cette aliénation et reprendre possession de

107 In *Dictionnaire Robert* au mot « aliénation ».

son bien. On a l'habitude de résumer cette approche par la formule « *L'homme pauvre possède un Dieu riche* ».

Partant de Feuerbach, Marx et Engels, dans leurs différents ouvrages, ont évidemment axé une bonne partie de leur œuvre sur l'aliénation et les moyens de s'en affranchir. Nous n'entrerons évidemment pas dans les détails et rappellerons simplement que pour eux, l'aliénation est multiforme et doit faire l'objet, pour être vaincue, d'une succession de combats singuliers bien préparés.

Nous croyons voir un indice de ce que nous nommerons l'aliénation dans la citation suivante :

« Moins vous mangez, buvez, achetez de livres, allez au théâtre, au bal, au cabaret, moins vous pensez, aimez, faites de la théorie, chantez, agissez, sentez, etc..., et d'autant plus vous épargnez, d'autant plus grand devient votre trésor à l'abri des mites et des voleurs, votre capital. Moins vous êtes, moins vous extériorisez votre vie, et d'autant plus grande est votre vie aliénée, d'autant plus vous économisez sur votre être aliéné. (...) L'ouvrier doit avoir tout juste de quoi vivre, et il ne doit avoir la volonté de vivre que pour avoir. »¹⁰⁸.

108 Karl MARX, *L'Economie libérale, science inhumaine et aliénation*, texte de 1844, in *Œuvres choisies (II)*, Paris, Gallimard, 1963, p. 146.

.M3.1. Aliénation médiatique ou médiatisée

Pour Marx, l'aliénation est « proportionnelle » au manque d'extériorisation, ce que nous pourrions facilement reprendre dans le contexte médiatique en affirmant que ce que nous allons à présent nommer l'aliénation médiatique se développe surtout chez les seuls consommateurs de messages médiatisés qui n'extériorisent pas ou peu ceux-ci. En fait, il faudrait se livrer à un examen attentif de la situation de ces consommateurs et repérer quels sont ceux de leurs comportements que l'on devrait qualifier d'exclusivement aliénants.

Nous donnerons quelques exemples au paragraphe 6.8.3 de la manière dont a été approchée cette aliénation médiatique, et notamment par des auteurs de l'École de Francfort.

.M3.2. Les premières caractéristiques de l'aliénation médiatique

Bien que la définition ci-dessus puisse déjà nous satisfaire, il nous reste à pointer les caractéristiques spécifiques de cette aliénation par rapport aux autres. Voici un premier tableau de ses spécificités :

1. **Importance des phénomènes de répétition.**
2. **Importance du télé-mimétisme** débouchant sur de forts effets de conditionnement social ¹⁰⁹.

¹⁰⁹ Pris au sens propre du préfixe ainsi qu'à sa signification télé-visuelle

3. Importance des facteurs spécifiques aux canaux audiovisuels (rémanence, prégnance, effets de miroir).

.M2.6.8.2. Essai de typologie

Plutôt que de tenter de dresser une liste des différentes catégories d'aliénation, laquelle exigerait des sous-catégories tenant compte des **supports** et des **canaux** d'édification et de transmission comme le furent la religion, la féodalité, et comme le sont aujourd'hui, dans une large mesure, le sport à la télévision, la publicité ou la mode, nous préférons examiner la grille de classification fonctionnelle que nous avons élaborée au début de ce chapitre afin de voir si elle peut s'appliquer utilement aux phénomènes d'aliénation, et tout particulièrement à l'aliénation médiatique.

.M3.1. L'aliénation abstraite.

On peut y regrouper provisoirement les comportements stéréotypés quasi-phylogénétiques tenant aux commandements religieux et sociaux (religion, éducation familiale et sociale, etc.). L'aliénation abstraite serait alors le vecteur des principaux conditionnements sociaux.

Très peu d'études ont été faites à ce jour, et il nous faut citer de nouveau celle de Georges Gerbner de l'Université de Pennsylvanie au terme de laquelle il apparaît assez clairement

que de légers changements de mentalité sont apparus, au moins dans les attitudes intellectuelles et politiques, ce qui entre correctement dans notre segmentation d'une aliénation « *abstraite* » et néanmoins médiatisée ¹¹⁰.

.M3.2. L'aliénation médiatisée

Nous pourrions dire qu'elle constitue aujourd'hui le vecteur principal de l'aliénation abstraite. Beaucoup plus facile à repérer, on peut observer tous les jours les effets à la télévision (et dans une moindre mesure dans les autres grands médias ¹¹¹). Elle se révèle par des caractéristiques spécifiques que nous avons mentionnées au paragraphe 6.8.1.

Il faudrait étudier dans le détail l'importance réelle de l'aliénation médiatique, chercher si elle est aussi prégnante que certains de ses dénonciateurs le prétendent (cf. chapitre 6.8.4), ou bien si, au contraire, les individus ne déploient pas toutes sortes de tactiques de défense, de retournement et de

110 On retrouve là encore le schéma auto-référent de la figure 6.1. En effet, cette aliénation abstraite, pour s'exercer « efficacement » sur ses cibles peut avoir recours aux artefacts médiatisés comme la télévision ou le cinéma. Dans ce cas, les phénomènes d'IPT médiatisés viennent en renforcement des conditionnements sociaux de l'éducation de base. On pourrait en trouver une première trace avec l'utilisation de la *lanterne magique*. S'agissant de favoriser l'éducation religieuse, conçue ici comme conditionnement mental et social, sans jugement de valeur évidemment), ce qui renvoie à notre typologie de l'aliénation abstraite, le **père Kircher**, en excellent jésuite, a dû découvrir (peut-être dans la lecture de Montaigne...) la puissance d'évocation (ou de conditionnement) de l'image, d'où l'utilisation de celle-ci dans la catéchèse. On pourrait dire qu'il a eu recours à l'aliénation médiatisée (par la lanterne magique et les vues peintes sur verre) pour renforcer, étayer, faire mémoriser et intérioriser l'aliénation abstraite (on retrouverait alors tout naturellement l'art du vitrail).

111 On peut penser à la publicité faisant référence explicite à une identification aux animateurs de la radio « branchée » *NRJ*.

détournement vis-à-vis du « déluge médiatique ». On pourrait ainsi mesurer les effets à moyen et à long terme des médias audiovisuels.

Trop peu d'études en ont été faites en France. Pour notre part, dans le cadre d'une recherche pour l'Institut National de Recherche Pédagogique (INRP), nous avons pu dégager quelques premiers résultats, mais sur un échantillon statistique encore réduit (cf. chapitre 7 et annexe E-12).

.M3.3. L'aliénation de contact (ou « médiée »)

Dans le cas des médias, nos catégories se combinent les unes avec les autres jusqu'à développer des effets de renforcement - c'est en partie ce que les publicitaires appellent une *campagne multimedia* - ou parfois d'annihilation pure et simple – et c'est le fiasco de la campagne ¹¹².

L'aliénation de contact dispose de quantités de réseaux et de techniques pour s'établir (ou s'atténuer !). Pour mieux décrypter ses caractéristiques, nous prendrons deux exemples.

.M3.4. De l'aliénation médiatisée à l'aliénation médiatique

.M4.A. La chanson.

Si l'on examine comment une chanson à succès (un « tube »)

112 Il y a toutes sortes d'exemples célèbres dont un des derniers en date fut l'arrêt immédiat pour cause de redondance gravissime entre une campagne publicitaire montrant les effets d'un « tremblement de terre », censé symboliser la *puissance* « extraordinaire » du produit, et le « vrai » (et terrible) tremblement de terre de Colombie en 1986.

établit une suprématie nécessairement temporaire, on peut pratiquement toujours se ramener au schéma suivant (à l'exception vraiment très rare de phénomènes atypiques) :

Le produit est conçu en fonction des « *attentes supposées du public* », et pas nécessairement dans un but « artistique » (au sens classique du terme). Il ne s'agit pas d'expression, de création, de « spasme esthétique », mais plus prosaïquement du lancement d'un produit de grande consommation suffisamment « standard » pour ne choquer personne (et éventuellement de très bonne qualité technique ¹¹³). Rappelons à ce propos que le concept « **d'industrie culturelle** » (*Kulturindustrie*) est déjà très ancien. Popularisé en France dans les années 70, il provient en droite ligne d'une partie des thèses de l'Ecole de Francfort, et principalement de **Max Horkheimer** et **Theodor Adorno** ¹¹⁴, eux-mêmes relayés par **Herbert Marcuse**, puis par de très nombreux autres auteurs dans tous les pays développés (cf. bibliographie thématique).

La chanson une fois enregistrée, commence alors une entreprise *innocente* d'aliénation de ses futures « victimes » dans le seul (?) but de les amener à passer à l'acte d'achat du disque ou de la cassette ¹¹⁵. Dans cette entreprise, on utilisera

113 On retrouve quasiment toujours cette caractéristique pour les « produits » (c'est-à-dire les chansons ou les chanteurs) qui « durent » plus qu'un été.

114 Dans leur célèbre contribution de 1944 : *La production industrielle de biens culturels. Raison et mystification des masses*, in « *La dialectique de la Raison* », trad. E. Kaufholz, Paris, Gallimard, 1974, p. 128 et suivantes.

115 Dans ce descriptif, volontairement simplifié donc réducteur, nous empruntons une voie *moyenne*, à l'écart de tout jugement moral sur l'entreprise. Nous disons que notre voie est moyenne en ce sens que nous fixons à ce genre d'édition musicale l'ambition de *vendre* ses produits (donc à déployer pour cela les meilleures stratégies possibles de communication) sans avoir d'autre idée « derrière la tête »

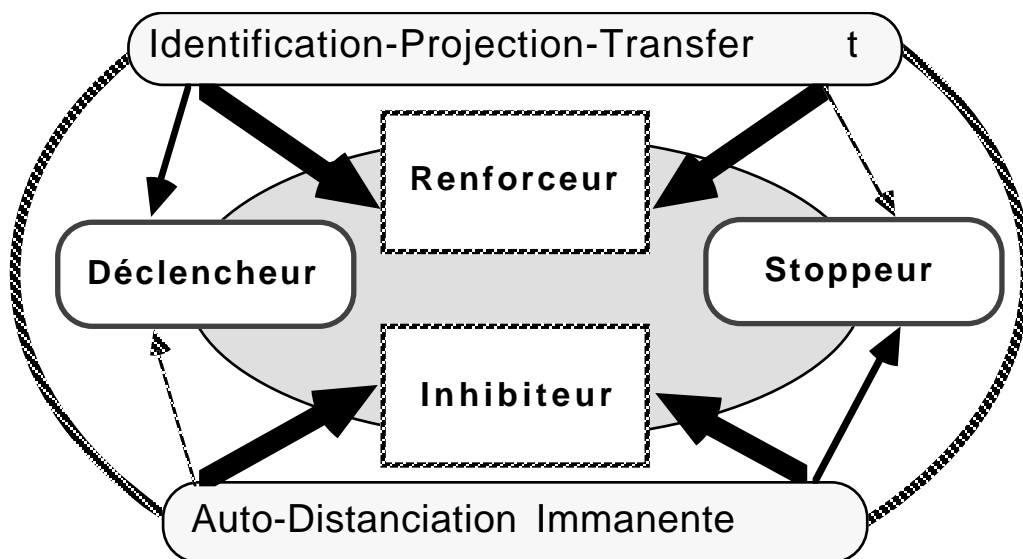
donc toutes les méthodes et techniques de publicité et de communication, afin de créer ou d'augmenter l'appétence, supposée latente pour le produit. Et c'est là que nous rejoignons l'aliénation médiatique dans sa version d'une **aliénation médiatisée**. Les clips de promotion, les interviews, les plateaux TV et les diverses opérations de promotion vont se fixer un but commun : déclencher le plus fortement et le plus souvent les phénomènes d'IPT - nous pensons que c'est ainsi qu'il faut regarder les clips promotionnels. Si les identifications, projections ou transferts se déclenchent correctement, le produit se vendra bien et atteindra peut-être le niveau convoité de best-seller, engendrant alors des effets de gamme avec des produits dérivés comme des vêtements, des eaux de toilettes, des parfums, des briquets ou des accessoires spécifiques de la cible, par exemple des trousse pour les écoliers ou les collégiens.

Chaque média, ici l'émission de TV comme la trousse, agit en renforcement des autres dans le but d'enclencher et de renforcer l'IPT - ce qui nous fait retrouver notre schéma 6.1 en redondances multiples.

comme un illusoire « conditionnement » ou un « endormissement », voire carrément un « abrutissement » des masses... pour reprendre une terminologie classique.

.M9.Figure 6.8. Reprise de la figure 6.1 avec illustration des phénomènes de rétroaction entre l'ADI et l'IPT :

La taille des flèches symbolise l'importance relative du processus.



Dans certains cas, assez exceptionnels vu la pression de la concurrence, certaines chansons peuvent déclencher des phénomènes mondiaux d'IPT, mais parfois avec des effets secondaires ou pervers. Profitons-en pour rappeler qu'il ne s'agit pas d'un phénomène si nouveau que cela - même s'il a pris, avec la surpression médiatique, une importance grandissante. Avant la seconde Guerre mondiale déjà, la célèbre chanson « *Sombre dimanche* », interprétée par *Damia*¹¹⁶ déclencha des phénomènes d'IPT (à tendance peut-être identificatrice) allant jusqu'à conduire plusieurs personnes à la dépression nerveuse,

¹¹⁶ Il s'agissait d'une chanson d'origine tchèque.

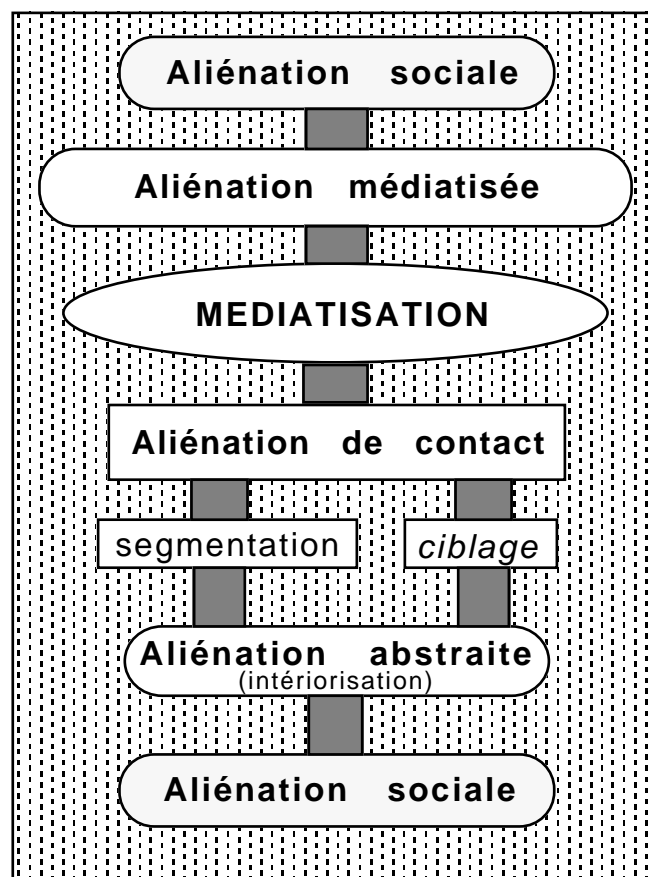
voire au suicide (quoique ceci ne soit pas vraiment attesté). Dans un autre domaine, il en fut de même en 1940 lors de l'adaptation à la radio américaine de « *La guerre des mondes* » de H.G. Wells par Orson Welles.

On pourrait avancer en conclusion que ces phénomènes d'IPT trouvent leur antidote dans la surpression médiatique elle-même et ses excès. Les publicitaires le savent depuis longtemps, ce qui les amène à toujours renouveler des « coups », sans cesse plus originaux, « jamais vus » ou « encore plus forts ». Mais plutôt que d'affirmer qu'il apparaît évident qu'il existe des seuils d'IPT pratiquement indépassables, nous préférons reprendre notre modélisation dipolaire ADI/IPT pour rappeler qu'elle rend parfaitement compte du tassement psycho-perceptif par la rotation et la prééminence successive des pôles distanciateurs ou identificateurs. Cette érosion observée sur les ventes de certains produits ¹¹⁷ ne signifie pas pour autant que les effets aliénants disparaissent comme par enchantement, emportés ou balayés par la dernière nouveauté. Tout porte à croire qu'il se produit en réalité un phénomène de « *sédimentation aliénative* ». On se trouverait donc en présence d'un mouvement d'ensemble allant de l'aliénation de contact, elle-même résultat de l'aliénation médiatisée - les gens qui travaillent dans le show-biz ne sont pas et ne veulent pas être, sauf exception, des intellectuels... - et conduisant par sédimentations successives, éventuellement amplifiées par le ciblage et la segmentation des

117 On remarquera que les chiffres de vente constituent toujours des statistiques fiables, précises et d'analyse facile du rendement économique des messages.

publics, à une aliénation abstraite redébouchant à son tour, via la cybernétisation des comportements individuels, sur une aliénation collective de la société globale, au sens où Hegel et Marx l'entendaient.

.M9.Figure 6.9. Le cycle de l'aliénation sociale :



Naturellement, cette vue assez « mécaniciste » devrait être tempérée par d'autres interprétations plus « libérales » (au sens de plus de liberté pour les individus), mais ce que nous tentons par cette approche, c'est montrer que ces processus complexes, parce qu'ils agissent toujours sur le moyen ou le long terme, ne

peuvent s'expliquer sans une « théorie » capable de les dialectiser les uns avec les autres. C'est pourquoi, dans le but de faire avancer cette théorie « globale » future, nous avons proposé notre modèle de **dipôle ADI/IPT** dont une étude complète des modes de *rotation* peut permettre de mieux cerner ces processus médiatiques, en particulier dans le culte de la nouveauté technologique et/ou médiatique pour la nouveauté, sans pour autant tomber dans l'utopie d'une ingénierie psychosociale déterministe (le modèle de la rotation irrégulière apportant une part aléatoire fort bien venue...)

.M4.B. Le disque compact audio-numérique

Nous allons nous pencher un instant sur le succès mondial du « compact-disque à lecture Laser », ne serait-ce que pour bien montrer le taux de généralité de notre approche sur l'aliénation - car en effet, on ne peut pas vraiment affirmer qu'un simple support de diffusion musicale constitue en lui-même un instrument ou un outil d'aliénation médiatique extrêmement prégnant...

Une première analyse mono-dimensionnelle pourrait conclure que le disque audio-numérique constitue un formidable instrument de **libération de la musique et de ses auditeurs**. Ce serait compter sans ses aspects « impérialistes » de nouveauté pour la nouveauté, faisant oublier tout ce qui s'est fait avant lui en matière de prise de son et de technique d'enregistrement, sans compter naturellement d'interprétation

musicale (mais nous laisserons cette question de côté).

Une seconde analyse mono-dimensionnelle pourrait conclure que le disque audio-numérique constitue un formidable instrument **d'enfermement de la musique et de ses auditeurs** (dans l'oubli et le rejet crispé de tout ce qui s'est fait avant en matière d'enregistrement). On l'a vu plus fortement dans le domaine connexe du « *baladeur* » (walkman) accusé de tous les maux d'anti-sociabilité. Ce serait compter sans la libération de l'audition, de *l'écoute individuelle* qu'il offre à de nouveaux publics...

Dans ces deux approches antinomiques, on sent bien que les arguments sont totalement interchangeable et réversibles. Une explication satisfaisante devrait chercher un degré « supérieur » d'analyse. Dans le premier cas, il s'agirait d'une sorte **d'aliénation par la nouveauté technologique**, rejetant dans l'oubli tout ce qui s'est fait auparavant. Dans le second, on assisterait plutôt à une **aliénation par les contraintes techniques** dont le disque-laser permettrait de se désaliéner.

On peut dire que l'on s'est trouvé en présence d'une situation de crise dans laquelle la *désaliénation technologique* (due au compact-disque) a secrété une nouvelle *sur-aliénation technique* au culte de la nouveauté et à l'oubli de la « tradition » (comme dans une sorte de néo-querelle des anciens et des modernes ¹¹⁸).

118 On a eu de bons exemples avec des condamnations péremptoires des disques compacts au nom de la froideur, de la sécheresse du son numérique, de son absence de « présence », voire de poésie.

On le sait, la « résolution » de la contradiction aliénation/désaliénation s'est effectuée de manière prétendument « *naturelle* » en raison du besoin économique impérieux de développer le disque numérique le plus rapidement possible (pour amortir des investissements de recherche/développement gigantesques) et des contraintes technico-économiques faisant qu'il était impossible d'offrir des grandes quantités de titres en enregistrements « *tout numérique* ». On remarquera que pour « lancer » le compact, les éditeurs n'offraient pratiquement que des nouveaux enregistrements en « tout numérique » dont la qualité d'interprétation n'était pas forcément la meilleure (signalons qu'il s'agissait le plus souvent de musique « classique », vu le pouvoir d'achat élevé exigé des futurs acheteurs). A partir de 1986 (trois ans après le lancement du produit par **Philips** et **Sony**), les éditeurs ont commencé à ressortir des enregistrements analogiques plus anciens (éventuellement remixés en numérique) mais dont la qualité interprétative ou l'intérêt les rendent capables de « supporter » une (légère) moins-value technique. Le comble (!) fut atteint avec les séries historiques constituées de repiquages de 78 tours de Furtwaengler, de Toscanini, d'Ingelbrecht, etc. ¹¹⁹.

En recommercialisant des enregistrements anciens de grande valeur historique, musicologique ou artistique, les éditeurs de musique classique, vite suivie par le jazz, ont donc offert une *alternative désaliénante* non prévue par les deux analyses

119 Les initiés auront reconnu les catégories DDD (enregistrement, mixage et codage numériques), ADD (mixage et codage numériques) ou AAD (codage numérique).

univoques présentées au début de ce paragraphe.

Peu importe finalement que les causes en aient été purement économiques comme nous l'avancions, notamment en raison du coût des enregistrements numériques (et des « plateaux », particulièrement dans le secteur lyrique) ou bien qu'il faille y voir d'autres raisons plus culturelles, voire politico-philosophiques, l'important tient dans la souplesse, ce que l'on pourrait nommer la superfluidité des processus d'aliénation médiatique.

Nous retiendrons que des évolutions imprévues peuvent se manifester et transformer des processus aliénants en processus désaliénants. *Raison de plus pour étudier et prévenir la transformation réciproque.*

.M3.5. Les catégories temporelles

Nos subdivisions en micro-primomacro- et supra- semblent pouvoir s'appliquer sans difficultés à l'aliénation. Nous nous bornerons à signaler que l'aliénation est sûrement de nature *cumulative* et qu'une accumulation de micro ou primomaliénations peut facilement déboucher sur un conditionnement plus ou moins complet.

Rappelons enfin que cette échelle de mesure de la force (ou de la prégnance) des phénomènes que nous étudions dans ce chapitre doit être croisée avec les catégories horizontales précitées.

.M9. **Figure 6.10.** Nos catégories d'aliénation :

<i>Tendances générales</i>	Aliénation abstraite	Aliénation médiatisée	Aliénation de contact (“médiée”)
Micro- aliénation	ÿ	ÿ ÿ	ÿ ÿ
Primo- aliénation	ÿ	ÿ ÿ	ÿ ÿ
Macro- aliénation	ÿ	ÿ ÿ	ÿ
Supra- aliénation	ÿ	ÿ ÿ	ÿ

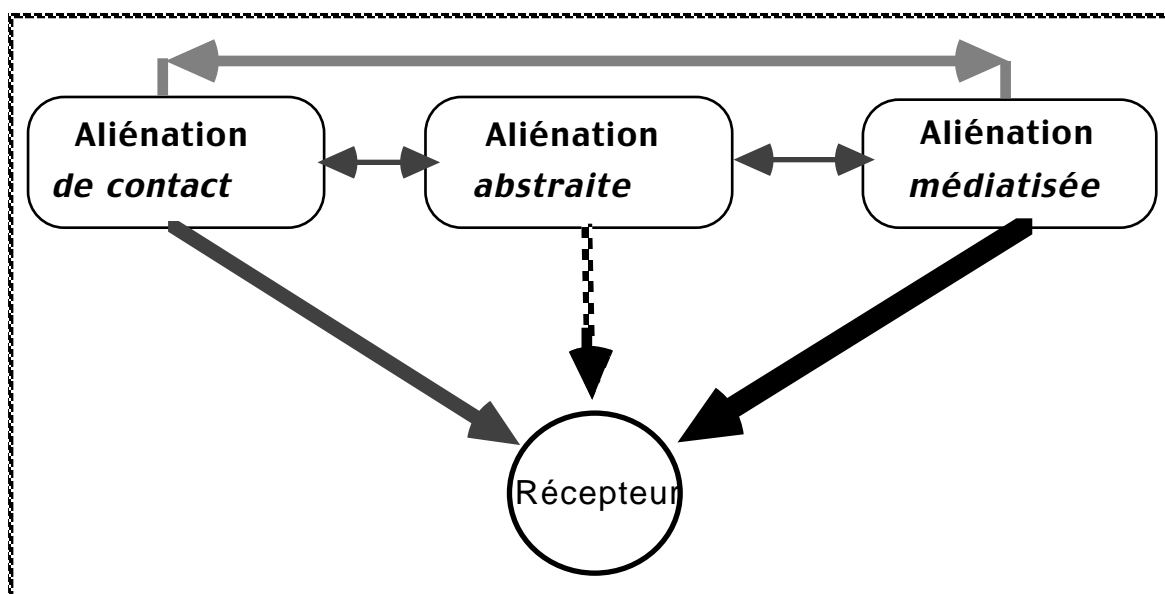
On pourra remarquer que les relations mises en évidence à la figure 6.9 sur l'ensemble des phénomènes d'IPT recourent assez bien les valeurs attribuées ici à l'aliénation. Un fort taux d'IPT correspondant en valeurs brutes à une forte aliénation. L'aliénation abstraite apparaît comme la plus faible des trois, ce qui correspond assez bien à des observations réelles. Les concepts, les interdits moraux de toute nature agissent effectivement en tant que facteurs de restriction ou « *diminueurs* » de liberté, sans pour autant amener les individus à perdre totalement celle-ci (sauf bien évidemment dans des cas extrêmes de fanatisme).

L'aliénation médiatisée montre quant à elle un haut degré de prégnance. les exemples ne manquent pas, notamment auprès de jeunes enfants.

L'aliénation de contact rejoint presque l'aliénation médiatisée, à l'exception des composantes macro et supra, pour lesquelles peu de cas ont, semble-t-il, été étudiés.

Il nous reste enfin à mieux préciser comment s'organisent les diverses formes d'aliénation, que nous allons approcher à l'aide de la figure ci-dessous :

.M9. **Figure 6.11.** Equilibre dynamique des trois types d'aliénation



Le récepteur peut être la « victime » (éventuellement consentante) des trois types d'aliénation. La flèche en pointillé en provenance de l'aliénation abstraite montre que l'établissement de celle-ci n'est pas toujours facile, alors que la version médiatisée paraît la plus forte (conformément aux figures 6.9 et 6.10). La partie haute indique que pour s'établir

« correctement » l'aliénation abstraite doit recourir à ses voisines de contact ou médiatisée. La flèche supérieure rappelle les effets de renforcement mutuels des aliénations de contact et médiatisée par passage parfois incessant de l'une à l'autre (par exemple la tournée « en chair et en os » de la star et les nombreuses émissions ou films la glorifiant. Le réel du plateau des interviews est déjà fortement médiatisé par le découpage (le montage) avec ses enregistrements vidéo.

.M2.6.8.3. Quelques références historiques

Au moins depuis **Hegel**, la notion d'aliénation a été « travaillée » par de très nombreux auteurs, et nous n'avons nullement l'intention ici d'entrer dans les débats (ou les querelles) de spécialistes sur son apparition, son extension et son éventuelle disparition sous la poussée des diverses « théories de la libération » ¹²⁰. Nous nous contenterons de pointer quelques auteurs dont la réflexion a alimenté la nôtre depuis plusieurs années.

Chez Hegel, le concept d'aliénation sert à montrer comment la *thèse* peut être niée, rendue autre qu'elle-même dans *l'antithèse*. Cette dernière serait alors une version « *aliénée* » de la première. Profitons-en pour remarquer que la *synthèse* est

120 Ce terme générique ne recouvrant évidemment pas son sens théologique actuel...

parfois présentée par Hegel comme une *médiation* de la thèse et de l'antithèse, ce qui nous convient parfaitement en montrant que la médiation constitue une sorte d'étape supérieure (du point de vue dialectique) à l'aliénation, ce qu'à notre niveau nous reprendrons au chapitre 9.

« Le Maître est la conscience pour elle-même, mais cette conscience est ici au-delà de son pur concept : elle est conscience pour soi qui est médiée avec elle par une autre conscience (...) »¹²¹.

Avec **Marx**, c'est un lieu commun, l'aliénation se double d'un sens politique, nous y puiserons entre autres l'idée qu'une certaine forme de distanciation (appelée ici « *pensée abstraite* ») peut se muer en nouvelle forme d'aliénation :

« Le philosophe (forme abstraite de l'homme devenu étranger à lui-même) se donne pour la mesure du monde aliéné. L'histoire de ce processus d'aliénation et la restitution de l'être aliéné ne sont donc pas autre chose que l'histoire de la production de la pensée abstraite, c'est-à-dire absolue - de la pensée spéculative logique. »¹²².

L'Ecole de Francfort a apporté, selon nous, quelques concepts de première importance, par exemple celui de la **dimension acquisitive de l'aliénation auto-personnelle**. Là où Marx parlait en termes généraux, **M. Horkheimer** et **Th.**

121 In *La phénoménologie de l'Esprit*, trad. Hyppolite, Paris, Aubier, 1939-41, p. 176.

122 In *Manuscrits de 1844*, Œuvres choisies par N. Guterman et H. Lefebvre, Paris, Gallimard, 1963, p. 69.

W. Adorno ont essayé de préciser une sorte de phénomène *d'intériorisation de l'aliénation*, à notre avis très important dans l'aliénation artistique et médiatique :

« (...) Dans l'économie bourgeoise, le travail social de chaque individu est médiatisé par le principe du moi ; aux uns, il doit permettre un accroissement de leur capital, aux autres, il doit donner la force d'accomplir un surcroît de travail. Mais plus le processus d'auto-conservation est assuré par le processus de division bourgeoise du travail, plus il exige **l'auto-aliénation des individus** qui doivent modeler leur corps et leur âmes sur les équipements techniques. »¹²³.

Nous remarquerons en premier lieu l'emploi dans cette traduction du terme de *médiatisation* alors que pour Hegel, on aurait plutôt affaire à une *médiation*¹²⁴. Conformément à nos hypothèses de départ, nous préfererions aussi le terme de médiation (sous-entendant pour nous une relation « naturelle » sans artefact technologique). A moins qu'Horkheimer et Adorno n'aillent jusqu'à avancer que les techniques modernes de communication (les nouveaux médias) ne soient elles-aussi employées dans le processus qu'ils citent sans le décrire outre mesure. Ce serait bien sûr notre interprétation. Nous n'en avons pour le moment pas trouvé de « preuve » dans l'ouvrage cité. En revanche, nous croyons en discerner un indice dans cette

123 In *La dialectique de la raison*, New-York, 1944, trad. E. Kaufholz, Paris, 1974, Gallimard/Tel, p. 46, c'est nous qui soulignons.

124 Encore faudrait-il vérifier les termes de l'édition originale en anglais ou de la nouvelle édition de 1969 de Francfort en langue allemande (ce qui est bien le moindre pour une des bases de ce que l'on a coutume de dénommer « l'Ecole de Francfort »).

esquisse :

« (...) Non seulement le discours menteur du speaker à la radio s'imprime dans le cerveau des hommes et les empêche de se parler, non seulement la publicité Pepsi-Cola couvre les informations concernant la débâcle de continents entiers, non seulement l'exemple du héros de cinéma vient s'interposer comme un spectre lorsque les adolescents s'étreignent ou que des adultes commettent un adultère. Le progrès sépare littéralement les hommes. »
125.

L'« **impregnating** »¹²⁶ audiovisuel - et médiatique - souligné assez grossièrement ici par Horkheimer et Adorno appellerait bien des remarques et des commentaires. S'il y a bien une aliénation médiatique, vraisemblablement attestée par des études du genre de celle de Gerbner¹²⁷, nous pensons néanmoins que ses manifestations sont notoirement plus complexes que cette première approche pourrait le laisser supposer.

Comme nous le verrons aux chapitres 8 et 9, il nous semble que l'on ne peut vraiment tenter de décrire les phénomènes de l'aliénation médiatique qu'en prenant en compte notre approche centrale, reposant à la fois sur le premier dipôle (fonction de création/fonction de communication des médias) ainsi que sur le second (ADI/IPT).

125 *La dialectique de la raison*, op. cit., p. 236.

126 En reprenant la célèbre formule de Konrad Lorentz.

127 Et à notre niveau, nos travaux d'enquête sur l'importance des phénomènes d'IPT sur des publics scolaires (cf. annexe E-12 et chapitre 7).

N'oublions pas non plus que certaines des thèses présentées par Horkheimer et Adorno avaient déjà été popularisées par **Ch. Chaplin** dans « *Les temps modernes* », ce qui montre le rôle ambivalent de l'audiovisuel (ici du cinéma) et l'impossibilité théorique à le réduire à un seul des ses aspects.

Les contributions d'Herbert Marcuse nous ont été précieuses, notamment quand il étudie les modes d'apparition de l'aliénation consécutive au caractère de *fardeau* du travail, en d'autres termes, ce qu'il nomme sa négativité et principalement **l'extériorisation** qui en résulte :

« ... Ce caractère pénible [du travail] n'exprime en fin de compte rien d'autre que la négativité enracinée dans la nature de l'existence humaine et qui veut que l'homme, pour conquérir son être propre, doive passer par ce qui est autre que lui-même, doive en passer par l'“extériorisation” et l'“aliénation”. »¹²⁸.

On retrouve dans cette idée une tentative d'adaptation « moderne » du « règne des fins » kantien, avec le même présumé de **l'être-propre** à conquérir. Ce qui nous intéresse très directement pour la suite de notre travail, c'est la relation entre l'extériorisation et l'aliénation que semble vouloir esquisser Marcuse alors que pour nous, l'extériorisation, comprise comme

128 In *Les fondements philosophiques du concept économique de travail*, 1969, repris dans l'ouvrage *Culture et Société*, trad. G. Billy, D. Bresson, J.B. Grasset, Editions de Minuit, p. 44.

une des conséquences visibles de la mise en œuvre des processus distanciateurs apparaîtrait plutôt comme un facteur primo-désaliénant. Mais si l'on croise (ce qui paraît normal puisque tous les trois sont classés dans la même « école ») cette approche de Marcuse et celle (un peu rapide) que nous citons plus haut d'Horkheimer et d'Adorno sur ce qu'on peut appeler l'impregnating, on se rend vite compte que certaines formes d'extériorisation médiatisée ne constituent que des nouveaux vecteurs aliénants. Il en est ainsi des processus identificateurs (ou pour être plus complet, ceux qui tiennent à notre triade IPT) mis en œuvre par la publicité .

En d'autres termes, nous pouvons avancer l'idée que la seule « solution » à la « question » de Marcuse (homologie entre l'extériorisation et l'aliénation) tiendrait à un équilibre dialectique supérieur **distanciant l'extériorisation** au cours des phases de recherche de son être-propre. On remarquera que nous évitons pour l'instant le terme de conscience qu'il faudra lui aussi clarifier, notamment à la lumière des théoriciens de la « nouvelle communication » (cf. chapitre 2). Nous appellerons **distanciation critique** cette primo-distanciation, celle qui n'assure pas celui qui la pratique d'échapper au risque de retomber dans l'aliénation médiatique (cf. chapitres 7 et 8) et réserverons l'appellation de **distanciation dialectique** à celle qui lui permettra d'entrer dans une sphère désaliénante (cf. chapitre 10). On pourrait dire en première analyse, qu'examinée à l'aune de l'aliénation, il existe, entre la distanciation critique et la distanciation dialectique, une différence de même nature que

celle qui existe entre le matérialisme critique et le matérialisme dialectique (toutes choses inégales par ailleurs).

Nous trouvons une autre source de notre analyse dans cette citation extraite de « *L'homme unidimensionnel* » qui nous semble résumer toute l'approche de Marcuse :

« (...) Je viens de suggérer que le concept d'aliénation devient problématique quand les individus s'identifient avec l'existence qui leur est imposée et qu'ils y trouvent réalisation et satisfaction. Cette identification n'est pas une illusion mais une réalité. Pourtant cette réalité n'est elle-même qu'un stade plus avancé de l'aliénation, elle est devenue tout à fait objective ; le sujet aliéné est absorbé par son existence aliénée. Il n'y a plus qu'une dimension, elle est partout et sous toutes ses formes. » ¹²⁹.

Comme on le voit ici, mise à part la « réduction » de l'IPT à la seule identification, on découvre une nouvelle aliénation, plus subtile, acceptée, objectivée, envahissant petit à petit le champ de l'inconscient jusqu'à paraître totalement « naturelle » car intériorisée. On pourrait presque la nommer une **supra-aliénation**, conformément à notre typologie générale.

Herbert Marcuse s'est également intéressé à l'aliénation artistique qui recoupe évidemment notre champ de l'aliénation médiatique :

« A l'opposé du concept marxien qui détermine la

129 Herbert MARCUSE, *L'homme unidimensionnel*, op. cit., p. 36.

relation de l'homme à son travail dans la société capitaliste, *l'aliénation artistique* est la transcendance consciente d'une existence aliénée - une aliénation distanciée et médiatisée. »¹³⁰.

Ce qui nous intéresse ici, c'est évidemment de chercher à cerner au plus près les modes de distanciation et de médiatisation afin de voir jusqu'à quel point leur emploi peut exercer une influence désaliénante. Nous étudierons les premiers dans les chapitres suivants et nous avons déjà proposé une typologie pour les seconds. Mais pour que cette praxis puisse s'analyser, il faut connaître les **agents aliénateurs**. Ils peuvent être intérieurs ou homomorphes, auquel cas l'art serait le « *retour de ce qui est refoulé* », ce qui renvoie à une activation de l'ADI concomitante à une désactivation du transfert (et dans une moindre mesure de la projection), de façon à rendre le sujet conscient de sa propre médiation, voire de sa propre médiatisation s'il « utilise » imaginativement des médias dont il a subi auparavant l'impregnating. Ces agents aliénateurs peuvent être extérieurs ou hétéromorphes auquel cas, l'art serait alors « *un vecteur de conditionnement psycho-social* » activant fortement l'identification des sujets à des modèles mythiques, mythologiques ou archétypaux, ce qui renverrait à une sorte d'éducation distanciatrice. Dans les deux cas, la rotation déclenchée et/ou entretenue des deux dipôles ADI/IPT et création/ communication, pour fournir un bon « rendement » devrait recevoir suffisamment d'énergie de la jouissance

130 Idem, p. 85.

esthétique ou artistique ¹³¹ des sujets (mis à part les autres questions plus directement économiques sur les industries culturelles et artistiques).

Il existe cependant de nombreuses restrictions à ce mécanisme, entre autres l'objection que présente Adorno, selon laquelle :

« ... dans les conditions de l'aliénation, l'art ne peut présenter cette image de la liberté que comme négation de l'aliénation. » ¹³².

Comme nous le verrons par la suite, il ne nous paraît pas que la re-présentation de la négation de l'aliénation soit la meilleure technique de présentation de la liberté. Il semblerait au contraire que l'instauration d'un léger « *effet d'étrangeté* » assume plus efficacement cette fonction. C'est d'ailleurs dans cette direction que semble s'orienter Marcuse en réponse à Adorno :

« ... Pour être niée, l'aliénation doit être représentée dans l'œuvre d'art avec l'apparence (Schein) de la réalité comme réalité dépassée et maîtrisée. » ¹³³.

Nous serions tenté de considérer en conclusion de ce paragraphe que nous sommes passé de l'aliénation de Hegel à celle de Marx en remplaçant son objet idéal par son objet

131 Nous reprendrons au chapitre 9 cette image physique en essayant de montrer comment la rotation des dipôles consomme et produit tour à tour de l'énergie (« créatrice » au sens de Bergson ou « communicatoire » au sens de Bateson).

132 In *Die gegängelte Musik* in *Der Monat*, 1953, p. 182. Cité par Herbert MARCUSE dans *Eros et civilisation*, op. cit., p. 131.

133 Herbert MARCUSE, *Eros et civilisation*, op. cit., p. 131.

matériel et social, et qu'avec Horkheimer, Adorno et Marcuse, nous avons découvert qu'en plus de l'aliénation au sens marxien (et marxiste...) du terme, sous-tendant l'organisation des rapports de production et constituant la base de l'édifice aliénateur, il existait une sorte de *supra-* ou de *méta-aliénation* faisant intérioriser à ses sujets les objets aliénants (en termes de comportements et de croyances) au point que ceux-ci n'aient plus conscience de l'aliénation dont ils sont les « victimes » consentantes. Nous avons également constaté un relatif excès de ces auteurs (Adorno et Horkheimer surtout) dans la dénonciation catastrophique de la pression médiatique moderne, auquel nous pouvons opposer notre approche, peut-être plus directement et plus fondamentalement dialectique grâce à nos modèles dipôlaires (ADI/IPT et création/ communication). En ce qui concerne Herbert Marcuse, on peut remarquer qu'il a manifesté beaucoup de prudence vis-à-vis des industries culturelles. Ainsi, tout en dénonçant l'exploitation de certains « grands auteurs » dans les « super-marchés » (en observant très justement qu'il y ont perdu leur force, leur aura et surtout leur « effet d'étrangeté », p. 89 de *L'homme unidimensionnel*), il modère aussitôt ce que son propos pourrait avoir d'excessif par une note très nette en bas de page (p. 89) que nous reproduisons ci-après :

« Comprendons-nous bien : des livres de poche, une éducation qui se généralise, des disques de longue durée, ce phénomène est en soi un bienfait réel. »¹³⁴.

134 Herbert MARCUSE, *L'homme unidimensionnel*, op. cit., p. 89.

Nous pouvons enfin en déduire que **c'est dans la médiation personnelle** (nous dirions plutôt auto-personnelle), **prenant le relais de la médiatisation ambiante, que peut se trouver une des voies de la « libération »**, à condition qu'entre en œuvre assez souvent la distanciation dialectique, seule capable de permettre aux individus-sujets de l'aliénation de s'en affranchir avec quelques chances de succès. De cette proposition théorique globale découle bien évidemment notre action de terrain, notamment dans le cadre des petits groupements associatifs (nous regrettons d'ailleurs que les auteurs cités n'aient pas inclus dans leur champ de réflexion les processus de réaction micro-collectifs).

.M2.6.8.4. Quelques références récentes

Hors de notre corpus, il existe d'assez nombreuses études sur l'aliénation, nous n'en citerons que deux à titre d'exemples extérieurs à notre approche.

La première va stigmatiser les aliénations multiples de nos sociétés (« libérales » ou « progressistes ») et le recours que la « science » (elle-même mystifiante ?) pourrait ou devrait représenter :

« ... La science ruine toutes les ontogénies mythiques ou philosophiques sur lesquelles la tradition animiste, des aborigènes australiens aux dialecticiens matérialistes, faisait

reposer les valeurs, la morale, les devoirs, les droits, les interdits. »¹³⁵.

La seconde, au contraire, ouvre une voie plus originale avec une approche très expérimentale, basée sur la **proxémique**, où « *l'étude de la perception et de l'usage de l'espace par l'homme* »¹³⁶. Dans la plupart de ces recherches, on étudie la distance physique entre des individus qui attendent par exemple un bus, ce qui permet de mettre à jour des régularités culturelles ou ethnologiques (par exemple, les gens qui s'approchent très près de leur interlocuteur pour leur parler). C'est à partir de ces travaux qu'a été mise à jour la notion **d'aliénation interactionnelle**¹³⁷ selon laquelle les groupes ethniques codifient et organisent leur perception de l'espace en fonction justement de leur appartenance ethnique ou culturelle. La manière dont on parle à quelqu'un, les mimiques, la gestuelle, les phénomènes de répétition, d'insistance, l'emploi ou non de certaines onomatopées, n'est que la résultante de conditionnements culturels, d'où l'existence d'une **aliénation dans les processus interactionnels**. Il serait intéressant de recouper ces études expérimentales avec d'éventuels changements des comportements proxémiques dus à la standardisation de la consommation audiovisuelle mondiale. Concrètement, on

135 Jacques MONOD, *Le hasard et la nécessité*, op. cit., p. 187.

136 Selon les termes d'un de ses fondateurs, Edward T. HALL, in le recueil *La nouvelle communication*, Paris, Seuil/Points, p. 191.

137 Par Erwing GOFFMAN, dans *Encounters. Two Studies on the Sociology of Interaction*, Indianapolis, Bobbs-Merrill, 1961, cité par Ed. T. Hall in op. cit., p. 206.

pourrait se demander si le modèle de type de relations proxémiques mis en évidence par la représentation « cinématographique » ou télévisuelle de séries comme « Dallas », passant notamment par l'emploi de plans rapprochés sur l'allumage des cigarettes ou l'ingestion de verres de whisky, par la répétition des situations censées être « courantes » ou naturelles va imprégner les comportements interactionnels des spectateurs. Il est des cultures, où il est normal que les interlocuteurs se parlent très près l'un de l'autre (par exemple chez les Arabes, cf. op. cit. p. 207), ce qui chez nous est plutôt réservé au dialogue amoureux. On peut dès lors se demander si, à force de voir sur leurs écrans de télévision des dialogues dans lesquels les protagonistes restent à bonne distance, les arabes (ou la partie d'entre eux qui consomment ces films) vont finir par modifier leur comportement proxémique. Si tel était le cas (mais ce genre d'étude demeure extrêmement difficile à mener), on pourrait confirmer que l'aliénation médiatique comporte aussi une facette proxémique et interactionnelle.

Si nous examinons à présent la « situation » du thème de l'aliénation dans le champ des médias (pas forcément uniquement sous l'angle de l'aliénation médiatique), nous trouvons relativement peu de témoignages par rapport à l'ensemble des études sur les médias. On en a un très bon exemple avec la **télévision**. Sur la quantité innombrable d'ouvrages publiés depuis 1950, on ne trouve pratiquement rien sur l'aliénation des téléspectateurs. A croire qu'elle n'existe pas.

On recense tout au plus quelques témoignages d'un autre type d'aliénation, apparemment garante de meilleures ventes en librairie : **l'aliénation (!) des journalistes ou des ex-journalistes**. On trouvera en bibliographie thématique une première liste non-exhaustive de ces témoignages, un peu comme si chaque « présentateur de nouvelles »¹³⁸ se croyait obligé de nous faire partager ses émois, ses interrogations personnelles, professionnelles et métaphysiques... Si toutes les professions étaient logées à la même enseigne, nous croulerions sous des milliers de témoignages d'ex-comédiens, d'ex-politiques, d'ex-décideurs, mais aussi pourquoi pas, d'ex-paysans, d'ex-mineurs, d'ex-sidérurgistes, d'ex-horlogers, d'ex-linotypistes, d'ex-poinçonneurs, etc.

Plus sérieusement, il conviendrait de s'interroger sur cette inflation à la lumière de notre approche de l'IPT. Les professions de l'audiovisuel, en ce sens qu'elles *sont* par définition de la médiation et de la médiatisation excitent plus fortement les mécanismes identificateurs ou projectifs¹³⁹.

138 Nous sommes un peu sévère, mais ce qualificatif s'applique quand même à beaucoup d'entre eux. On pourra se rapporter à ce qu'en disait Pierre DESGRAUPES lors de l'émission « *Questions à domicile* » du 3 juin 1987 (on remarquera que c'est naturellement à la TV qu'on parle le plus de la TV).

139 Nous avons le souvenir, hélas, sans base scientifique établie, de la prégnance extraordinaire d'un des ex-présentateurs vedette de TF1, Roger GICQUEL. Un très grand nombre d'élèves que nous avons à l'époque dans un collège parisien s'identifiaient très souvent à lui en criant ou en marmonnant selon leur caractère et les circonstances « ... *TF1, vingt heures avec Roger Gicquel...* », ces références parlées étant même accompagnées d'un de ces jingles particulièrement accrocheurs et conditionneurs du JT (Journal Télévisé). Il nous semblerait indispensable et même de « salut public » si l'on en croit des auteurs comme Neil Postman (cf. bibliographie et supra), d'étudier dans le détail ce genre de phénomènes de micro-identification ou de micro-projection (nous ne pensons pas que dans le cas précité il y avait de transfert). Il y aurait beaucoup à dire du « *narcissisme médiatique* » (presse-presse, radio-radio, TV-TV), enrichi plus récemment de ces subtils

Dans « *Se distraire à en mourir* » (op. cit.) **Neil Postman**, se livre à réquisitoire violent et décapant sur l'emprise croissante de la télévision aux USA. Nous verrons au paragraphe suivant qu'en ce qui concerne la distanciation, il va d'ailleurs tout à fait dans le sens que nous avons déjà esquissé dans quelques-unes de nos publications. Signalons aussi le travail peut-être trop peu connu effectué par **Guy Gauthier** et **Philippe Pilar** pour démontrer (et dénoncer), bien avant Postman la « spectacularisation du banal » ou la « banalisation du dramatique »¹⁴⁰.

Quand on sait qu'un enfant américain va passer environ 16 000 heures devant un poste de télévision depuis sa naissance jusqu'à ses dix-huit ans, on mesure, s'il en était besoin, le poids de l'impregnating qu'il va subir, ou en d'autres termes, de l'aliénation médiatique qui va s'exercer sur lui. Profitons-en pour signaler une nouvelle fois que cette appellation ne signifie pas nécessairement que l'aliénation gagnera et que le sujet sera définitivement aliéné, toute sa vie durant. Il se peut que des mécanismes de « défense immunitaire » s'exercent et empêchent notre intellect d'y succomber forcément. Nous croyons à cet effet que le modèle dipolaire que nous proposons ici serait de nature à laisser quelque espoir, à condition que rien

« renvois d'ascenseurs inter-médiatiques » de certaines vedettes, par exemple Jacques Chancel et Eve Ruggiéri, ceci dans un contexte global de complémentarité des médias (que l'on songe au poids de la presse de TV !).

140 Guy GAUTHIER et Philippe PILAR, *Télévision active, télévision passive*, Paris, Tema. Voir aussi l'article de Jean DEVÈZE, *La télévision : un médium tout terrain*, Revue *Après-demain*, n°208, 11/1976, p. 10-13.

ne vienne bloquer la rotation des dipôles, ce qui ne peut s'assurer qu'à la condition de bien connaître les conditions de leur fonctionnement.

Inspiré du « *Meilleur des mondes* » d'**Aldous Huxley**, cet essai de Postman nous semble poser assez correctement la plupart des questions concernant les mass media, aussi en citerons-nous plusieurs extraits. On pourra aussi consulter en annexe A-8 une critique de son livre que nous avons publiée en 1987 :

Après avoir rappelé l'émergence du « *langage propositionnel* », celui de la « *pub* » et des slogans apparus dès 1890, et la disparition lente mais inexorable de « l'homme typographique » (p. 65), c'est-à-dire, l'américain moyen du XIX^{ème} siècle qui ne raisonnait qu'en termes d'écrit (ce que Mc Luhan a nommé la « *Galaxie Gutenberg* »¹⁴¹), il redresse, au moins pour les Français, l'image du colon américain rustre et ignare, en citant de nombreuses sources convergeant toutes sur l'assez haut degré d'alphabétisation dès le début du XIX^{ème}.

Cet homme typographique fut attaqué (on pourrait dire « aliéné ») quasi-simultanément par le *télégraphe* et son néo-langage des « nouvelles du jour » (p. 92-94), entièrement détachées de leur contexte, ainsi que par la *photographie* qui déclenche de son côté « la fascination, plutôt que la réflexion et

141 On remarquera que quoi qu'il en dise un peu légèrement dans sa présentation générale, Postman s'inspire là assez largement de l'essai de 1962 (!) de Marshall Mc LUHAN « *La galaxie Gutenberg* » qui portait justement en sous-titre « *la genèse de l'homme typographique* », cf. bibliographie générale.

la cohérence » (p. 101) ¹⁴².

Dans la seconde partie de l'ouvrage, il nous cite des quantités d'exemples montrant tous le passage obligé des informations télévisés par la présentation du *show-biz*. Et c'est là que le thème de l'aliénation affirme toute sa vigueur. Son humour décapant nous rappelle comment les présentateurs utilisent le « et maintenant, voici... » (p. 135) pour pouvoir passer « facilement » d'un attentat sanglant, d'une catastrophe ou d'une guerre à la météo ou au foot-ball. Non seulement, la TV est un « **méta-média** » (p. 109), c'est-à-dire celui par lequel tous les autres doivent passer - on s'en rend compte avec les émissions sur les livres !... - mais en plus, elle *déréalise complètement le monde réel*. Postman cite des directeurs de chaîne affirmant tranquillement que pour conserver un bon indice d'écoute, il faut « créer une stimulation permanente par la nouveauté, l'action et le mouvement » (p. 120), et ceci quel que soit le sujet. Bien sûr, il ne faut pas non plus paraître trop long, (pour nous, c'est la « *pensée-clip* ») et ne pas se soucier de la moindre cohérence logique puisque les images défilent... Postman cite cette délicieuse phrase de G. B. Shaw, s'émerveillant de Broadway la nuit et déclarant « *comme ce doit être beau quand on ne sait pas lire...* » (p. 119).

L'auteur élargit naturellement son propos à d'autres médias comme l'informatique. Nous remarquerons au passage que la « *réintégration de l'informatique dans le champ des moyens de*

142 Là encore, Postman s'inspire largement de Mc Luhan (mais toujours sans le citer).

communication » que nous avons nous-même défendue depuis 1982 ¹⁴³, semble être à présent une donnée de départ dans les analyses nord-américaines. Il définit parfaitement ce que le remplacement des maîtres par des ordinateurs (qui est à l'ordre du jour dans certaines analyses aux USA) ferait perdre, c'est-à-dire « *tout ce qui est important pour l'enseignement...* » (p. 159).

Il semble même que des phénomènes renforçateurs de l'aliénation se manifestent avec beaucoup de force, ainsi que l'on peut l'observer sur certaines séries « éducatives ».

Pour ceux qui ont cru à l'intérêt de la série « *Sesame Street* », il rappelle fort justement qu'un des principaux résultats a été « *d'encourager les enfants à aimer la télévision !* » (p. 193). Son analyse éducative fait souvent appel à **John Dewey** pour montrer la profonde inanité des tentatives de télévision scolaire (qui ramène forcément tout au show-biz).

Et lorsque Postman déclare que la télévision est un :

« système d'information élaboré qui a pour but d'influencer, d'entraîner ou de cultiver l'esprit et la personnalité de la jeunesse. (...) Et elle le fait de façon implacable, en concurrençant avec un tel succès les programmes scolaires qu'elle est bien près de les supplanter. » ¹⁴⁴

Nous ne pouvons que constater l'absolue convergence de ses thèses et de celles que nous défendons en France dans notre

143 Principalement dans les colonnes de la revue *l'Ecole Libératrice*, cf. annexe [A-3](#).

144 Neil POSTMAN, *Se distraire à en mourir*, op. cit., p. 194.

approche de « **l'école concurrente** »¹⁴⁵.

Il n'est pas jusqu'au thème de la « prison sans mur » que nous avons esquissé en 1984 dans notre vidéogramme « *Histoire en tiques* »¹⁴⁶ et que l'on retrouve, presque trait pour trait sous la plume de Postman :

« (...) Tout nous a préparés à reconnaître une prison et à résister quand les portes commencent à se refermer autour de nous (...) Mais qu'en sera-t-il si nous n'entendons pas de cris d'angoisse ? Qui est préparé à prendre les armes contre un monde d'amusement ? A qui nous plaindre, et sur quel ton, quand le discours sérieux se résoud en gloussements ? Quel est l'antidote contre une culture asséchée par le rire ? »¹⁴⁷.

De son côté, **Sherry Turkle**, dans « *Les enfants de l'ordinateur* » (op. cit.) traite aussi de la question de l'aliénation, mais d'un point de vue assez original et qui pourrait être plutôt optimiste si les choses se passaient à grande échelle comme elle les décrit pour des communautés très spécifiques d'écoles

145 Cf. chapitre 2 et annexes A-5 et A-6.

146 Et réalisé par nous pour l'Agence de l'Informatique et le Ministère de la Jeunesse, des Sports, des Loisirs et du Temps Libre afin « d'animer » l'opération « *Un été [informatique] pour les jeunes* » consistant à doter près de 500 sites associatifs de matériels et de logiciels. Cf. le chapitre 2.5.6 et 2.5.7, les chapitres 11 et 14, les annexes P-2 et P-8 (ainsi que la cassette vidéo). Voici un court extrait correspondant au thème de la prison (il s'agissait d'un commentaire audio-visuel) : «... A condition que l'école, et tout le système d'enseignement s'adaptent à temps à leur nouvelle mission de recherche permanente et de communication, dans le but de former des citoyens actifs et responsables, capables de s'intégrer harmonieusement dans la société, capables d'imaginer et de communiquer, capables aussi de s'enthousiasmer et d'utiliser les technologies, plutôt que de se laisser dominer par elles, capables en somme de ne pas troquer leur liberté contre le confort trop parfait d'une prison sans murs... » (texte de mars 1984, cité partiellement au chapitre 2).

147 Op. cit., p. 208.

équipées de nombreux ordinateurs et de minorités de spécialistes de la programmation.

Comme pour l'ouvrage de Postman, nous en livrerons une étude assez complète ¹⁴⁸.

Pour Sherry Turkle, « *l'influence de l'ordinateur s'étend à la psychologie, à la vie sociale, aux systèmes de valeurs, jusqu'à l'idée que nous nous faisons de notre cerveau qui pense...* » (p.). Elle a observé et interviewé de nombreux enfants, notamment entre 4 et 10 ans se montrant très « *philosophes* » dans leur rapport à la chose technique (ils utilisent entre autres « *Speak and Spell* » et « *Big Track* » ¹⁴⁹).

L'ordinateur, comme les jeux les plus simples, oblige à « construire des théories » et fait parvenir très tôt à sentir la distinction entre le cerveau et l'esprit... Mais il n'y a pas que des aspects aussi favorables, Turkle insiste longuement sur une nouvelle sorte *d'aliénation techniciste* ou mécaniciste, consistant à dichotomiser l'esprit humain de manière trop précoce et brutale en une sphère du raisonnement, identique entre les hommes et les ordinateurs, et une sphère des sentiments, spécifiquement humaine dans son irrationalité (et sa versatilité) :

« En opérant une séparation plus radicale entre

148 On trouvera à l'annexe E-9 le texte intégral de la critique que nous en avons publiée dans diverses revues.

149 *Speak and Spell* (Parler et épeler) est un jeu de la société Texas Instruments qui possède un circuit de synthèse de la parole. On peut lui faire dire de très nombreux mots, dans plusieurs langues, rien qu'en changeant de modules. Plusieurs exercices de difficulté croissant sont proposés aux enfants. Le *Speak and Spell* est vendu en France environ 500 F (1987). *Big Track* est un camion programmable par les enfants à l'aide d'ordres assimilables au langage « Logo », du genre « *Avance de 2 mètres, tourne à droite, avance de 50 cm, etc.* ».

l'intelligence et les sentiments, les enfants peuvent rapidement faire preuve de superficialité et de sensiblerie dans leur vie émotionnelle. »¹⁵⁰.

Certains discours simplificateurs ont eu tendance à faire croire que les jeux électroniques étaient par nature totalement aliénants pour ceux qui s'y adonnaient. Il semble que la réalité ne soit pas aussi simple, notamment en raison de **l'interactivité** et du **paramétrage**, deux notions assez nouvelles dans les jeux individuels, sûrement appelées à un grand avenir avec les futures séquences de films à grand spectacle, reprises sur DON (disques optiques numériques ou CD-ROM) et pilotées par ordinateur).

L'analyse de Turkle détruit sans appel le mythe de la « *dépendance stupide* ». Le joueur de « Pac-Man » doit déployer des stratégies complexes pour espérer gagner quelques parties et « survivre » un moment. Il s'identifie très fortement, même à des « êtres » totalement abstraits (et de plus en plus abstraits, comme les *processeurs* des machines). On pourrait avancer que les ordinateurs nous font vivre dans un **univers formel**, dans lequel la « perte de soi » intensément vécue par les joueurs (et nous ajouterions sûrement consciente) n'est parfois qu'une préfiguration d'autres aliénations ultérieures malheureusement non volontaires. L'auteur dresse des portraits saisissants de joueurs adultes (ingénieurs ou avocats) pour

150 Sherry TURKLE, op. cit., p. 55. L'auteur cite aussi « *l'image d'une génération qui voit dans Yoda et la Force (La Guerre des étoiles n°2), c'est-à-dire un mélange de mysticisme, de zen et de romantisme, ce qui distingue l'homme dans le monde des robots.* »

lesquels les jeux vidéo sont de constants dépassements d'eux-mêmes, pratiqués par un « *deuxième soi* », toutefois distinct du surmoi de la psychanalyse, en ce sens qu'il met en œuvre la distanciation dialectique (que nous définirons précisément au chapitre 10).

La machine sert dans certains cas à élaborer une véritable représentation de soi-même, certains des adolescents faisant une distinction entre « leur langage machine - leur machine profonde - et les programmes évolués écrits par dessus... » (le conditionnement social).

Avec les « *hackers* » (les « dingues de l'informatique »), on découvre que pour certains :

« une nuit passée sur ordinateur et une nuit de sexe ont beaucoup en commun. Ce sont deux activités qui nécessitent de prendre des risques et qui procurent un sentiment d'accomplissement. »¹⁵¹.

Mais si tous les utilisateurs n'en sont pas à ce point avec leur machine, ils se retrouvent néanmoins autour de nouvelles exigences sociales qui deviendront peut-être un jour explosives : « *Si je comprends l'ordinateur, j'exige de comprendre la politique.* »¹⁵².

Ce qui apparaît fondamental, et susceptible de relier ces recherches par ailleurs fort disparates entre elles, est

151 Sherry TURKLE, op. cit., p. 187.

152 Sherry TURKLE, op. cit., p. 154.

naturellement « l'approche systémique des problèmes », car pour les spécialistes de l'IA (Intelligence Artificielle) qu'elle a interrogés « l'intelligence crée l'intelligence » (p. 220). Sous la pression de l'ordinateur, « le problème du rapport entre l'esprit et la machine est en train de devenir une préoccupation culturelle essentielle ». Pour elle, l'ordinateur postule le rôle de « frère le plus proche dans l'univers connu », à la place (?) des animaux... « Alors que nous étions autrefois des animaux rationnels, aujourd'hui nous nous sentons pareils à des ordinateurs, des machines émotionnelles. »

S'il pouvait rester encore quelques doutes sur la prégnance des phénomènes d'IPT, et par conséquent du risque d'aliénation, au nom d'on ne sait quel dispositif de « défense » individuelle, nous pourrions indiquer comment des orfèvres en la matière, c'est-à-dire des publicitaires qui savent de quoi ils parlent puisque leurs avis et idées sont quasi-automatiquement sanctionnés par les résultats financiers des produits qu'ils promeuvent, voient l'utilité des processus d'IPT.

Écoutons d'abord **David Ogilvy** :

« ... Il est toujours recommandé de faire figurer des témoignages dans vos textes. Le lecteur croit plus facilement la déclaration de quelqu'un qui est comme lui que le réclame d'un rédacteur anonyme. (...) Les témoignages de célébrités sont très lus, et s'ils sont écrits honnêtement, ils ne semblent pas provoquer l'incrédulité. Plus la célébrité en question est connue, plus vous attirez

de lecteurs... »¹⁵³.

Et Jacques Séguéla dans « *Fils de pub* » :

« ... Chacun continuera de se projeter sur le produit qu'il achètera, mais c'est à lui-même qu'il sera fidèle. A son plaisir d'abord. *A la valeur d'usage, devenue secondaire parce que due se substituera la valeur d'imaginaire...* »¹⁵⁴.

.M2.6.8.5. Associations et aliénation

La problématique selon laquelle les petits groupes *volontaires* peuvent offrir des alternatives aux phénomènes de massification des sociétés industrielles et post-industrielles n'est pas nouvelle. Dans le domaine de l'audiovisuel, avec la venue (hypothétique) des « self-media » (médias individuels ou personnels), on les a déjà nommés des « *group-media* » (médias de groupe ou médias communautaires). A chaque fois, l'aliénation médiatique était posée implicitement comme un déterminant structurel inéluctable (omniprésente et presque omnipotente). Nous avons, pour notre part, entrepris une tentative de clarification des traits de cette aliénation aussi sensible que difficile à définir.

Il nous reste à présent à essayer de montrer quel rôle les groupements associatifs peuvent jouer dans toute entreprise de désaliénation médiatique.

Nous ne reviendrons pas sur les approches traditionnelles

153 David OGILVY, *Les confessions d'un publicitaire*, op. cit., p. 112.

154 Jacques SÉGUÉLA, *Fils de pub*, op. cit. p. 269. C'est nous qui soulignons.

concernant les « groupes associatifs et les stratégies auto-gestionnaires de sortie de crise ». Sans se faire pourtant la moindre illusion à cet égard, **Albert Meister** déclarait :

« Certes, voilà beaucoup de motifs à l'étude des associations et de la participation. Et il est possible, d'ailleurs, que la lutte contre les aliénations de toutes sortes que nos sociétés modernes multiplient enrichira encore cette liste dans l'avenir. »¹⁵⁵.

Nous ne reviendrons pas non plus sur les analyses tendant à montrer que les associations, de quelque nature qu'elles soient ne font que « *faciliter l'intégration sociale aux modes d'aliénation dominants* ». Sur ce dernier point, certains des travaux d'**Alain Touraine** semblent sans équivoque :

« L'aliénation est donc la réduction du conflit social par le moyen d'une participation dépendante »¹⁵⁶.

Sur le terrain des médias (essentiellement informatiques), il semble que même Albert Meister se rapproche de ce terme :

« Il faut bien comprendre qu'il n'y a pas de société programmée, mais seulement des classes dirigeantes programmées et programmant leur domination. Le caractère nouveau de nos sociétés post-industrielles réside dans les formes nouvelles, plus aliénantes de la domination, si subtiles que les participations s'y trouvent déjà, et

155 Albert MEISTER, *La participation dans les associations*, op. cit., p. 12.

156 Alain TOURAINE, *La société post-industrielle*, Paris, Denoël, 1969, p. 15.

risquent de s'y trouver de plus en plus engluées. »¹⁵⁷.

De leur côté, **Horkheimer** et **Adorno** vont jusqu'à avancer :

« ... Chacun est intégré dès son plus jeune âge dans un système d'institutions religieuses, de clubs, d'associations professionnelles et autres qui constituent l'instrument le plus sensible du contrôle social. »¹⁵⁸.

En contrepartie de cette tendance « pessimiste », on trouve d'assez nombreux textes cherchant à montrer que les nouvelles technologies peuvent se montrer hautement désaliénantes, notamment au travers de la problématique des « *besoins sociaux* » et de l'« appropriation sociale ». Ainsi, Daniel Chauvey déclare que :

« Socialisme démocratique = informatique + autogestion »¹⁵⁹.

Avant d'aborder la distanciation, il serait utile de faire le point des concepts d'appropriation et de socialisation qui entretiennent des rapports étroits avec l'aliénation .

.M1.6.9. Le concept d'appropriation

¹⁵⁷ Albert MEISTER, *Vers une sociologie des associations*, op. cit., p. 213.

¹⁵⁸ Max HORKHEIMER, Theodor W. ADORNO, *La Dialectique de la raison*, op. cit., p. 158.

¹⁵⁹ Daniel Chauvey, *Autogestion*, Paris, Seuil, 1970, p. 191.

Très utilisée dans notre corpus, l'appropriation n'en est pas moins, selon nous, un concept flou et ambigu, recouvrant des réalités différentes. Par cohérence avec l'ensemble de ce chapitre, nous l'aborderons ici de manière générale, sans épithète, alors qu'à notre avis, il en exigerait souvent pour lever certaines de ses indéterminations les plus criantes (individuelle ou collective, technique ou formelle, etc.). Nous retrouverons l'appropriation au chapitre 12 en montrant que selon qu'il s'agit d'appropriation technique ou technologique et formelle, on débouche sur une « aliénation » ou une « libération ». De même, en équilibre dialectique avec l'innovation (technique ou sociale), nous montrerons son rôle complexe dans les « dynamiques du changement social ». Enfin, dans la conclusion, l'appropriation nous permettra peut-être d'opérer la jonction entre la théorie distanciatrice et les terrains associatifs.

.M2.6.9.1. Etymologie

La recherche étymologique ne nous ayant rien appris de bien nouveau, nous préférons indiquer quelques interrogations préalables à toute recherche sur les significations de l'appropriation.

En premier lieu, nous pourrions remarquer que l'emploi de la forme pronominale infère qu'un individu se rend propriétaire (étymologie inspirée du droit) *de choses qui existent déjà* et suscitent plus ou moins sa convoitise. L'enfant « s'approprie » la

sucette d'un camarade. Le philosophe « *s'approprie* » un concept. Dans le domaine des médias, cette existence antérieure des objets pourrait renvoyer à la préséance de l'innovation technologique sur l'innovation sociale ¹⁶⁰, ce qui correspondrait assez bien aux « chaînes conceptuelles » de l'appropriation (« appropriation sociale des nouvelles technologies »).

En second lieu, et à l'appui de cette première interprétation, le préfixe privatif « *a(p)-proprier* » renforce le changement de propriétaire. Autrement dit, l'« appropriation sociale » serait du vol ! Heureusement, pour l'acception courante dans notre corpus, il ne s'agit que de *récupération* de concepts, de méthodes, de tactiques, de stratégies qui n'ont pas toujours de propriétaire bien défini et réel. On notera d'ailleurs que c'est dans ce sens que l'appropriation a été définie par les fondateurs du socialisme réel ou utopique (Marx et Engels, Proudhon, Fourier, etc.).

En troisième lieu et a contrario, nous relèverons la rareté extrême du même verbe à la forme active (ou passive). On ne dit pas « *j'approprie le minitel* » et encore moins « *le minitel est approprié* » (ou alors, la signification bascule et l'appropriation devient une simple *adaptation*, comme dans son sens le plus trivial). Ce renversement sémantique nous paraît hautement significatif en ce sens que les technologies ne sont généralement pas (bien) « appropriées » (adaptées) aux usages qu'elles devraient satisfaire. On peut dès lors s'étonner de la problématique consistant à s'en emparer telles quelles (*se les*

¹⁶⁰ Sur l'innovation technique (technologique) et sociale, cf. chapitres 12 et 17.

approprié) plutôt qu'à en exiger une « appropriation » (adaptation). Naturellement, la résolution de ce conflit ne peut être trouvée que dans les stratégies de *détournement*, quasiment synonymes de l'appropriation.

Nous pourrions presque dire, pour clore cette analyse préliminaire, que l'on ne s'est réellement approprié une technologie (et sûrement un concept) *que lorsque l'on a acquis la compétence de faire autre chose que ce pour quoi la technologie, l'objet technique ou le concept étaient conçus* ¹⁶¹. Considérer, comme **Francis Pavé**, que le témoin de l'appropriation est la tricherie nous semble une vision intéressante, mais un peu limitative :

« Les systèmes sociaux acceptent les nouveaux outils informatisés à condition de pouvoir se les réapproprier (...) un bon symptôme de cette réappropriation, c'est la tricherie, expression de la liberté prise par rapport à l'outil... » ¹⁶².

Il nous semble enfin que toute étude sérieuse sur l'appropriation ou la (ré)-appropriation devrait prendre en compte le facteur capital de ce que nous appellerons la « *réversibilité médiatique* » (au chapitre 8). S'approprier une technologie de communication non réversible (ou faiblement

161 On pourrait en citer de très nombreux exemples, depuis le téléphone (prévu pour la retransmission en direct des concerts et des opéras) jusqu'au minitel (prévu pour les consultations du service de l'annuaire électronique).

162 F. PAVÉ, *Technologie acceptée, technologie dévoyée*, article in l'ouvrage collectif *La provocation. Homme et machines en société*, Paris, CESTA, 1985, op. cit., p. 86.

réversible), c'est-à-dire possédant une interactivité inexistante ou de degré zéro (comme la télévision ¹⁶³), nous paraît parfaitement illusoire.

163 On notera aussi la contradiction symbolique de la thèse classique selon laquelle l'appropriation de la télévision serait accrue par l'augmentation des « chaînes » (cf. le « nouveau paysage audiovisuel français (PAF) » et l'idéologie afférente).

.M2.6.9.2. Notre définition

Les critiques que nous venons de porter à ce concept tiennent à son ambiguïté intrinsèque (que l'on peut lever au moyen d'épithètes ainsi nous l'avons déjà signalé). Il n'empêche que le « taux d'utilisation » de l'appropriation (au moins dans notre corpus) nous conduit à préciser dans quel sens nous l'emploierons nous-même et, en particulier, si notre appareil théorique nous permet de l'expliquer.

1. Les dipôles médiatiques et l'appropriation

Dans la modélisation proposée au chapitre 1, nous avons posé une *rotation continue* des deux dipôles médiatiques, plus ou moins ralentie par les « circonstances » communicatoires (que nous décrirons évidemment tout au long des chapitres suivants). En première analyse ¹⁶⁴, nous pourrions avancer que l'appropriation correspond à une *activation* (et à une *fixation* ¹⁶⁵) sur le pôle **IPT**. En effet, il n'est guère difficile de montrer que s'approprier un objet technologique, c'est le plus souvent s'y projeter ou y transférer une partie de son affectif ¹⁶⁶. On en profitera pour remarquer que **A2** s'applique immédiatement, de sorte que la fonction de création peut venir en renforcement lorsque le média est *innovant* (c'est-à-dire au

164 Voir aussi le chapitre 12.2.

165 Ou un ralentissement de la rotation au moment du passage sur le pôle IPT.

166 Que l'on pense aux automobiles et aux nombreux phénomènes de *projections* qu'elles ont déclenché. Cet aspect est souvent souligné par les publicitaires.

début de son existence), et en limitation lorsqu'il dégénère. Nous reprendrons cette démonstration au chapitre 12 en tentant de montrer comment l'appropriation peut déboucher sur des « libérations » ou au contraire sur des aliénations « dures » ou « douces ». On pourrait presque modéliser ce mécanisme par l'« équation médiatique »¹⁶⁷ :

IPT + fonction de création = appropriation

.M3.2. Innovation technologique et appropriation individuelle

Nous nous contenterons de rappeler que le *passage*¹⁶⁸ de l'innovation technologique à l'appropriation sociale ne va pas de soi et n'est pas aussi évident que pourraient le laisser croire certaines analyses peut-être trop simplistes sur les nouvelles technologies.

Commençons par rappeler que pour les spécialistes du marketing, de la promotion et les publicitaires, l'appropriation des produits¹⁶⁹ correspond à une intériorisation des codes et à un développement (ou même à une création) des

167 En fait, en termes plus mathématiques, nous devrions plutôt dire que les diverses attitudes d'appropriation *font partie de l'ensemble des solutions de cette équation*, ce qui signifie qu'il existe évidemment diverses sortes d'appropriations (plus ou moins accentuées) mais aussi d'autres solutions distinctes (comme l'*appropriation technique* que nous verrons au chapitre 12)

168 Un peu au sens de Michel SERRES, *Le passage du Nord Ouest*, Hermès V, Paris, Editions de Minuit, 1980.

169 Nous élargissons un instant notre champ à l'ensemble des produits de consommation ou aux services.

« besoins »¹⁷⁰. A une demande sociale supposée latente, la publicité apporte des réponses et cherche à déclencher des intériorisations (en valeur d'imaginaire¹⁷¹) déclenchant ou « activant » des appropriations individuelles de ses messages.

Cette dimension individuelle nous paraît être de première importance et il convient de ne pas la négliger, même lorsque certains argumentaires tendant à faire croire que *l'addition d'appropriations individuelles correspond à une appropriation collective*. Il n'en est rien et, ainsi que nous essaierons de le montrer dans la quatrième partie et dans la conclusion, les stratégies de *détournement* ou de *libération* exigeront que soit enclenché un mécanisme de médiation des appropriations individuelles, lequel ne pourra vraiment « fonctionner » que dans le cadre des groupes de petite taille ou des associations susceptibles de déclencher ou d'entretenir une distanciation dialectique des messages médiatisés.

Avant de donner une première approximation de nos « catégories d'appropriation », nous croyons utile de donner quelques exemples concrets et hétéroclites dans lesquels nous chercherons à répondre (brièvement) à la question : comment se l'approprié-t-on ?

170 Sur la création des besoins, cf. les ouvrages de John Kenneth GALBRAITH, *La société d'abondance*, Paris, Gallimard, 1958. « *la publicité fait naître des besoins qui jusque là n'existaient pas* », p. 143.), ou quelques publications spécialisées comme celles de l'Unesco, par exemple *Le nouvel ordre économique international : économie et communication*, Paris, Unesco, 1985 et *La communication de masse et l'industrie publicitaire*, Paris, Unesco, 1985.

Sur les « besoins », cf. chapitre 2, p. 243 et chapitre 3, p. 262.

171 Cf. citation de J. Séguéla, p. 775 et note 154 (idem), ainsi que la p. 143.

M9. Figure 6.12. Quelques exemples d'appropriation :

comportement de l'acteur	son « appropriation » par le « disciple » se décrit assez bien par une activation de l'IPT (identification).
comportement du “maître”	ibidem (identification) ¹⁷² .
journal (au sens du papier)	récupérations diverses, par exemple pour allumer son feu ¹⁷³ ...
journal (les articles)	répétition symbolique de l'éditorial (ou d'un article) comme marque de reconnaissance collective ¹⁷⁴ ...
automobile (la conduite)	on sent la mécanique, on fait corps, on est amoureux de la machine (plus sensible aujourd'hui pour les motos) ¹⁷⁵ .
automobile (et mode de vie)	on s'approprie un certain mode de vie « à l'occidentale » (aliénation ou libération ?).

172 Entre autres Laurent Fabius à l'égard de François Mitterrand, cf. note 48, p. 685.

173 Nous faisons évidemment référence à la magnifique lettre d'un lecteur du *Times*, particulièrement offusqué du manque de qualité de ce digne journal... pour allumer son feu !...

174 On pourrait penser à « *l'Humanité a dit* », ou « *j'ai lu dans le Monde d'hier...* ».

175 Il semblerait, en première approximation, que notre hypothèse **A2** s'applique assez bien aux automobiles et aux motos, à condition de les considérer comme « *médias innovants* » (nous devrions plutôt dire « *infra média* », au sens où elles ne possèdent peut-être pas toutes les caractéristiques d'un moyen de communication, bien qu'elles semblent en présenter les propriétés essentielles. Nous en réétudierons un autre exemple avec la cigarette ou la drogue au chapitre suivant).

L'automobile, du temps (pas très lointain) où elle était un média innovant activait surtout la fonction de création (et l'IPT), d'où les nombreuses attitudes bien connues de projection/transfert (voire d'identification) des conducteurs (en grande majorité masculins). En « vieillissant », en se « banalisant », l'innovation technologique (et sociale) que fut la voiture, l'IPT a commencé à s'amoinrir, l'ADI devient progressivement dominante (on commence à considérer la voiture comme un simple instrument permettant de se déplacer d'un point à un autre). Le passage du média innovant au média vieillissant pourrait être symbolisé par l'activation de la *fonction de communication*. On parle de la voiture, mais on ne fait plus le « fou » sur les routes, on suit le rallye « *Paris Dakar* », mais on attend sagement dans les embouteillages (sauf exception). La moto, quant à elle, pourrait être le nouveau média innovant (au moins chez les jeunes). Il suffit de relever le nombre d'allusions qui y sont faites, de l'« *Homme à la moto* » d'Edith Piaf (« quasi-blocage sur l'IPT jusqu'à la mort), jusqu'à B. Bardot et sa « *Harley Davidson* » (très forte IPT également, renforcée d'une importante ADI : « *Que m'importe de mourir les cheveux dans le vent ?* »). Il semblerait que dans des situations de cette sorte, ainsi que nous le reverrons dans les chapitres suivants, on assiste parfois à une activation paroxystique des pôles IPT et ADI.

téléphone	son emploi par les personnes âgées montre la progression de l'appropriation sociale. Il en est de même des lignes érotiques. Usage paradoxal qui réduit et élargit les échanges ¹⁷⁶ interindividuels.
télévision	La TV s'est « approprié » les foyers. Les téléspectateurs se sont approprié ses codes et ses représentations (double mouvement, inaptitude du concept isolé à décrire une situation complexe).
lave-vaisselle	(ré)-appropriation de la vie sociale (ou familiale) grâce à lui ?
caméra vidéo	Dans un premier temps, son emploi renforce l'appropriation des « <i>codes audiovisuels dominants</i> ». Il n'y a pas toujours de « deuxième temps » ¹⁷⁷ , censé apporter la pleine maîtrise.
micro-ordinateur	Usages « aliénants » ou « libérateurs » selon la facilité de l'appropriation et le degré de réversibilité médiatique ¹⁷⁸ de la machine.
stylo-plume ou bille ou feutre	Le « durillon de l'écrivain » est-il un marqueur de l'appropriation ? ¹⁷⁹ .

176 Voir les études de l'IDATE (Institut de l'audiovisuel et des télécoms en Europe).

177 Cf. chapitre 14.2 et « Vidéo Promotion Jeunesse ».

178 Cf. chapitre 16 et nos choix techniques en faveur de l'ordinateur « *Macintosh* » d'Apple lors de la préparation du futur plan « Informatique pour tous ». Selon nous, l'appropriation quasi immédiate permise par le Macintosh était de nature *désaliénante*, par opposition aux autres matériels concurrents de l'époque (1984/85). Cette désaliénation passait naturellement par une esquisse de « *rupture pédagogique* » au sens de J.-A. BIZET in *Analyse institutionnelle interne de la fonction éducative, des pratiques des enseignants et de leur formation professionnelle*, Thèse inédite, Université de Paris VIII, 1984.

Ce débat fut initié entre 1978 et 1981 par la célèbre controverse entre l'approche NORA-MINC, *L'informatisation de la société*, Paris, La Documentation Française, 1978 ; et la *Privatique* de Bruno LUSSATO et Jean BOUNINE, *Télématique ou privatique*, Paris, Editions d'informatique, 1980.

179 Par cette note ironique, nous voulons rappeler que les approches sur l'appropriation négligent trop souvent, selon nous, une généralité indispensable à la recherche scientifique (définition des corpus, des hypothèses et des items).

.M9. **Figure 6.13.** Nos catégories d'appropriation :

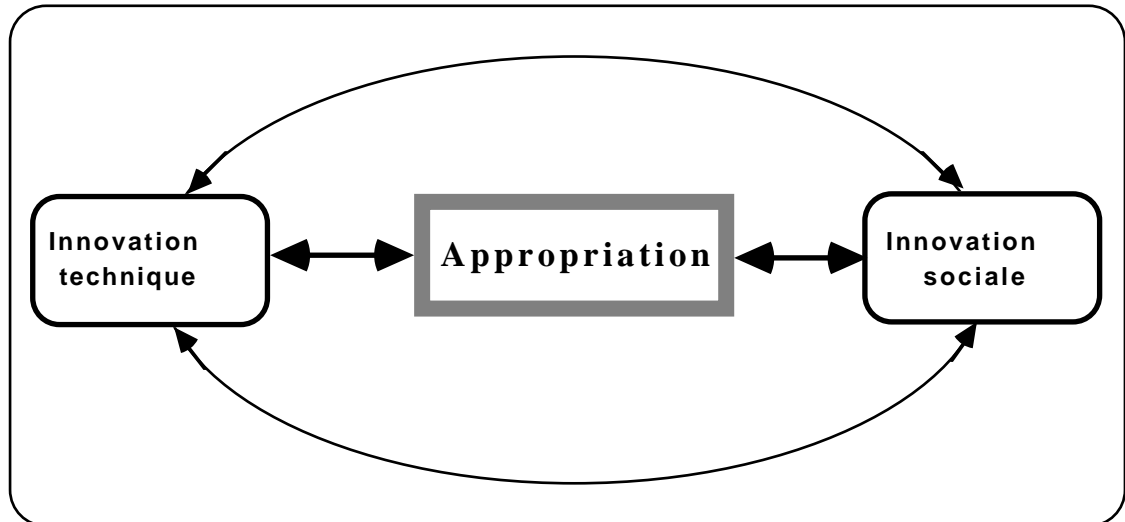
<i>Tendances générales</i>	Appropriation abstraite	Appropriation médiatisée	Appropriation de contact (“médiée”)
Micro- appropriation		ÿ	ÿ
Primo- appropriation	ÿ	ÿ	ÿ ÿ
Macro- appropriation	ÿ	ÿ ÿ	ÿ ÿ
Supra- appropriation		ÿ	ÿ ÿ

.M3.3. Appropriation, innovation, aliénation, libération, socialisation

Nous allons essayer de compléter notre définition générale en montrant les inter-relations de l'appropriation avec les « chaînes » logiques allant de l'innovation à l'aliénation ou la libération ¹⁸⁰. Pour cela, nous recourons à deux schémas :

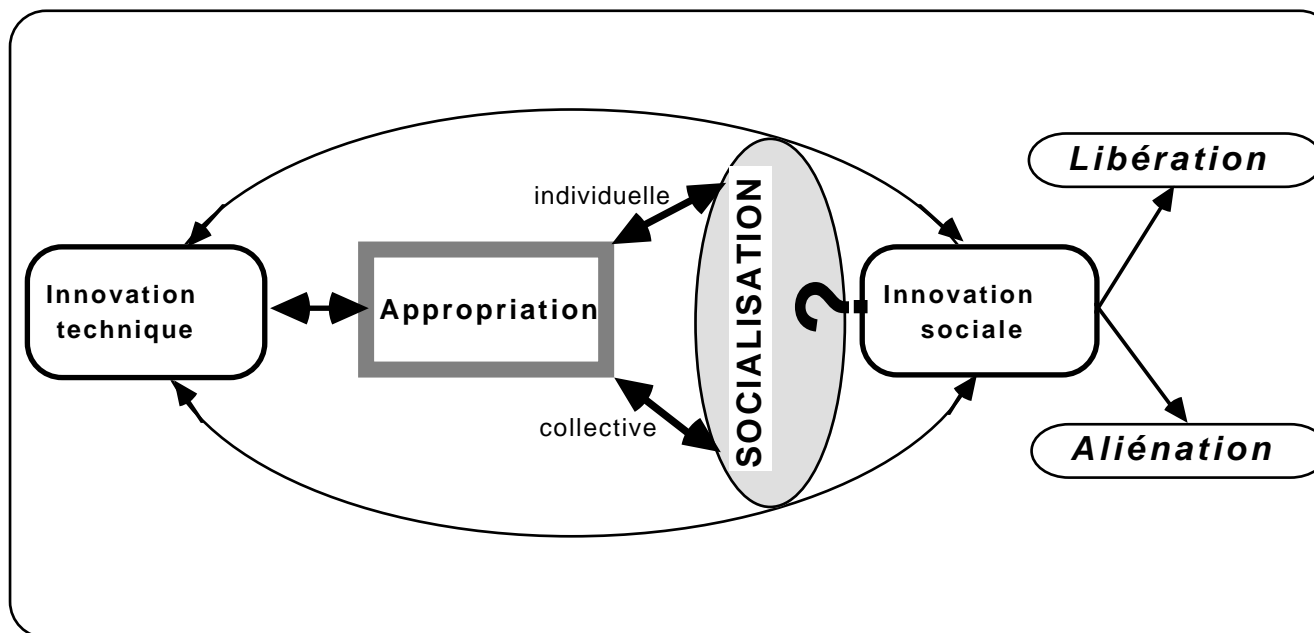
180 Cette approche, en partie systémique, mais avant tout « cartésienne » (dénombrement des parties et recherche de leurs relations causales) nous semble indispensable pour tenter de clarifier un concept aussi flou et ambigu que fréquemment utilisé.

.M9.**Figure 6.14.** Le schéma linéaire classique et la boucle de rétroaction :



Cette première chaîne logique correspond au schéma simplifié de l'« *approche marketing* ». L'appropriation est alors le vecteur de l'innovation sociale, laquelle sécrète des « besoins », des consommations et de nouvelles innovation technologiques comme le matérialise la boucle entre ces deux types d'innovation. On remarque également que ce schéma circulaire permet d'éviter le débat traditionnel du « qui commence ? ». Rappelons que l'appropriation est essentiellement *individuelle* (ou micro-groupe, ou encore nucléo-familiale ¹⁸¹).

181 C'est-à-dire la famille réduite aux parents et aux enfants.

.M9. **Figure 6.15.** Innovation, appropriation et socialisation :

Au tercet précédent, nous avons ajouté à droite l'arbre logique aliénation dure /aliénation douce / libération ¹⁸² pour montrer l'absence d'univocité de l'innovation technologique (et sociale). Nous avons fait figurer la *socialisation* entre l'appropriation et l'innovation sociale, en indiquant que c'est sûrement à ce niveau qu'« il se passe des choses » (que nous allons tenter d'étudier au paragraphe suivant). Il nous semble en effet que l'on ne peut définir l'appropriation sans examiner ses relations (vraisemblablement dialectiques ¹⁸³) avec la socialisation. Tout porte à croire que c'est au niveau de la « *socialisation innovatique* » ¹⁸⁴ (que nous pourrions interpréter provisoirement comme une médiation sociétale) que

182 L'aliénation dure correspondrait à la révolution industrielle, l'aliénation douce à un univers de type huxleyen et la *libération* au sens de Marcuse.

183 Pour un examen plus approfondi de la dialectique, cf. le chapitre 10.

184 Nous nous permettons ce retournement sémantique (basé sur l'« innovation sociale ») pour insister sur l'importance des activités de socialisation.

peut se jouer l'orientation vers la libération ou l'aliénation.

.M3.4. Proposition de définition

Nous pourrions conclure cette section en avançant que, dans notre champ, l'appropriation est un mécanisme de tendance individuelle correspondant à une conjonction de l'IPT et de la fonction de création, et permettant d'acquérir la maîtrise technique et conceptuelle d'outils que l'on pourra utiliser dans d'autres circonstances et selon d'autres procédures que celles pour lesquelles ils ont été prévus. Le concept d'appropriation n'acquerra sa pleine utilité qu'à condition d'être complété par les activités de *socialisation* et précisé dans ses modalités et ses objets.

.M2.6.9.3. Quelques références historiques

Elles paraissent innombrables et sont pour la plupart bien connues (« *l'appropriation des moyens de production* » par exemple), aussi nous abstiendrons-nous, en renvoyant à la bibliographie générale.

.M2.6.9.4. Quelques références actuelles

Comme nous l'avons déjà souligné, le thème de l'« *appropriation des nouvelles technologies* » fut très en vogue dans les années 1980-1986. J.-P. Chevènement, au Colloque National pour les Sciences et les Techniques ¹⁸⁵ insista fortement sur ce thème. Dans un article pour le Centre d'Etudes des Systèmes et des Technologies Avancées (CESTA), Gérard Loiseau ¹⁸⁶ décrit les « *modes d'appropriation sociale...* » des « *micro-technologies de communication et de création (MTTC)* » ¹⁸⁷ en insistant particulièrement sur les thèses de Ph. Roqueplo (aliénation technique) ¹⁸⁸. De son côté, dans une conférence, S. Proulx définit des « *stratégies pour l'appropriation personnelle et collective des micro-technologies* » ¹⁸⁹ en des termes comparables à ceux de G. Loiseau.

185 Tenu en juin 1982.

186 G. LOISEAU, *Stratégies alternatives, Les conditions d'acceptabilité sociale des MTTC (micro-technologies de communication et de création)* in *La Provocation, hommes et machines en société*, op. cit., p. 162

187 Il semblerait que cette appellation reprenne notre propre approche des fonctions de création et de communication des médias que nous avons développée pour la première fois dans un article de 1977, *La panacée audiovisuelle*, Revue l'Education, 22/9/1977, p. 9.

188 Philippe ROQUEPLO, *Le partage du savoir*, Paris, Seuil, 1972 et *Penser la technique - Pour une démocratie concrète*, Paris, Seuil, 1983.

189 In *Conférence au Centre d'Etudes Sociologiques*, Paris, CNRS, Paris, 2/12/83.

.M1.6.10. Le concept de socialisation

Comme l'appropriation, le concept de socialisation nous paraît relativement flou et ambigu, ce que l'on peut mesurer par ses diverses acceptions très différentes les unes des autres et que nous rappellerons brièvement ci-dessous.

.M1.6.10.1. Etymologie

L'étymon (« *socius* » ou *compagnon*) ne nous faisant guère avancer du point de vue épistémologique, pas plus que ses évolutions ultérieures comme *associé*, *agréable aux autres* ou *sociable*, il nous paraît plus utile de faire remarquer que le sens le plus classique de 1836 selon lequel l'appropriation se rapporterait au :

« fait de développer des relations sociales, de former un groupe social, etc. »¹⁹⁰.

serait antérieur à son sens politique attribué par Marx et Engels en 1848 (dans le Manifeste communiste avec la *socialisation des moyens de production*).

Ce sera évidemment cette première signification qui

¹⁹⁰ Dictionnaire Robert. Il semble même que le verbe « *socialiser* » soit encore plus ancien (1786), le mot « *socialisation* » étant apparu ensuite.

constituera notre point de départ ¹⁹¹.

Nous pourrions mentionner comme une variante destinée aux enfants la socialisation telle que l'entendent les pédagogues et psycho-pédagogues pour lesquels le développement affectif et cognitif de l'enfant ne peut se réaliser que dans une mise en commun des activités, des découvertes, des pratiques (d'où l'approche française de l'école maternelle par exemple).

Si la socialisation des moyens de production est la forme finale et concrète de l'appropriation collective de ceux-ci, la socialisation des médias devrait obéir à la même logique, alors que pour ses adeptes elle signifie avant tout l'appropriation de leurs codes et de leurs usages (et pour une partie d'entre eux seulement leur appropriation collective, passant entre autres par les techniques de la nationalisation).

.M2.6.10.2. Notre définition

En en restant à ce niveau, la socialisation n'est qu'une catalyse collective de l'appropriation individuelle. C'est pourquoi, *l'appropriation sociale* est un thème récurrent de l'analyse des médias.

Cette définition générale une fois fixée, on peut néanmoins rester sur sa faim et se demander comment décrire ce concept à partir de notre cadre théorique, comme nous en avons esquissé la démarche à propos de l'appropriation.

191 Naturellement, dans le champ des médias (et des systèmes éducatifs) cette question revêtirait quelque importance directement politique que nous n'aborderons pas ici.

Il convient en premier lieu de se demander par quels mécanismes l'appropriation individuelle peut se transformer en appropriation collective, et de là en socialisation, sachant que cette dernière n'est pas nécessairement une collectivisation. Celle-là, au contraire de celle-ci ne semble pas définitive. En d'autres termes, on pourrait considérer que la socialisation puisse déboucher sur des pratiques (ou des appropriations) individuelles. Ainsi, la socialisation serait un lieu conceptuel, un moment au cours duquel fonctionnerait l'appropriation. On aurait alors les chaînes logiques suivantes :

.M9. **Figure 6.16.** Appropriation et socialisation :

appropriation individuelle	
appropriation individuelle	- socialisation - appropriation collective (au sens de la collectivisation)
appropriation individuelle	- socialisation - appropriation individuelle ou groupale

Dans le premier cas, on serait dans un modèle hyper-individuel (individualiste ou hédoniste) correspondant en partie aux descriptions de G. Lipovetzki¹⁹² ou de l'« approche marketing ».

Dans le deuxième, la socialisation débouche sur une appropriation (et des pratiques) collectives. On a observé ce

192 Cf. *L'ère du vide*, Paris, Gallimard, 1978. On peut y lire : « Aujourd'hui, les questions cruciales concernant la vie collective connaissent le même destin que les tubes des hit-parades, toutes les hauteurs fléchissent, tout glisse dans une indifférence décontractée (...) Le narcissisme trouve son modèle dans la psychologisation du social, du politique, de la scène publique. ».

mécanisme avec les messageries télématiques (pas seulement « roses »¹⁹³).

La troisième chaîne débouche quant à elle sur une ré-appropriation individuelle et groupale (ou micro-collective). Le développement de l'usage du téléphone pourrait correspondre à ce schéma (au moins en première analyse).

Arrivé à ce point, la définition de la socialisation ne nous paraît pas encore assez précise. Nous avons repéré qu'elle assurait une « mission » d'appropriation collective (au sens « multiple) et débouchait sur une appropriation collective ou groupale. Nous l'avons considérée comme une boîte noire sans parvenir à rendre compte de son fonctionnement.

Pour aller plus loin, il va nous falloir mettre en œuvre notre appareil théorique et tout particulièrement la médiation et la médiatisation.

.M3.1. Les socialisations naturelles

Dans les sociétés *traditionnelles* (sans médias électroniques de masse), on observait des phénomènes de médiation inter-individuels se déroulant entre individus d'un même terroir ou d'une même confrérie. Les médiatisations étaient rares, à l'exception des fêtes, des représentations théâtrales, des mystères, des manifestations religieuses, etc.¹⁹⁴, mais combinées

193 Voir le chapitre 15.3 pour une étude d'un serveur télématique professionnel.

194 Nous rangeons une partie de ces manifestations dans la catégorie des médiatisations en ce sens qu'elles recouraient souvent à des artefacts (masques, costumes, etc.) qui bien qu'imparfaits contribuaient à donner l'« illusion scénique ». Il convient de plus de ne pas oublier que la médiatisation et la médiation fonctionnent ensemble,

aux médiations ordinaires et extraordinaires, elles étaient seules à activer les dipôles médiatiques. Dans ce contexte, la socialisation se déroulait essentiellement selon un modèle horizontal entre individus se connaissant personnellement ¹⁹⁵ (par parenté ou par confrérie).

.M3.2. Les socialisations médiatisées

Dans les sociétés « soumises » aux moyens électroniques de communication de masse (essentiellement la télévision, quel que soit son mode de diffusion), les médiations horizontales traditionnelles ont tendance à se réduire au profit des médiatisations audiovisuelles. Si l'on compare les 48 000 heures libres dont pouvait statistiquement disposer un couple des années 1910 (basées sur une « espérance de vie commune » d'environ 27 ans) ¹⁹⁶, et les 50 000 consacrées à regarder la télévision ¹⁹⁷ par un couple moderne, on découvre ainsi que le second passera plus de temps devant son écran que le premier pouvait consacrer à son temps libre. Ces 50 000 heures télévisuelles correspondent bien à ce qu'il est convenu d'appeler la

l'une interagissant sur l'autre. Nous reviendrons sur cet aspect dans les chapitres suivants.

195 Nous exceptons de ce schéma les « voyageurs » qui sillonnaient les routes européennes.

196 D'après les statistiques fournies dans l'ouvrage d'A. LE DIBERDER, et N. COSTE-CERDAN, *La Télévision*, Paris, La Découverte, 1987, p. 115. L'écart énorme, tient selon les auteurs, à la réduction de la durée hebdomadaire du travail (- 3 heures), aux congés payés et à l'augmentation de l'espérance de vie. Les valeurs indiquées concernent les durées de loisir effectivement disponibles (hors sommeil, travail, trajets, soins personnels).

197 Explication du calcul : espérance de vie commune en 1980 : 50 ans, soit 50X365X3 heures/jour, soit **54 750 heures**.

« *pression médiatique* ».

Dans ces conditions, propices à la *publicisation de la sphère privée* dont parle **J. Habermas**, la question de la socialisation s'est singulièrement décalée. Si nettement d'ailleurs que la « *mère télévisuelle* »¹⁹⁸ est plus souvent en présence des enfants que les parents putatifs. De la sorte, et alliés à d'autres facteurs (vie citadine, salariat, etc.) s'esquisse une disparition progressive de la socialisation horizontale au profit d'une sorte de méta-socialisation assurée par les médias de masse.

Comme le suggère la figure 6.15., ce nouveau contexte a entraîné l'apparition des stratégies de socialisation des médias. Et c'est là que nous retrouvons notre approche en ce sens que la socialisation, pour être efficace, se doit de médier ou de médiatiser à son tour ces médiatisations verticales s'exerçant entre le système médiatique et les citoyens (principalement les jeunes). Ainsi, la nouvelle socialisation (que nous avons provisoirement appelée méta-socialisation) peut-elle chercher à se développer dans l'espace social.

Dans ce chapitre, nous n'abordons évidemment pas les enjeux culturels et politiques qui affleurent, mais nous pouvons néanmoins remarquer que la méta-socialisation exigerait, pour obtenir quelques chances de succès, que s'instaure une sorte de *force d'interposition* entre les citoyens et leurs systèmes médiatiques. Il faudrait un cadre théorique (nous essaierons d'en proposer un avec la distanciation médiatique¹⁹⁹) et un levier

198 Pour reprendre un dessin célèbre de la couverture d'un numéro de la revue *Télérama*.

199 Cf. chapitre 10.

social (et nous retrouverons les associations, les réseaux et les petits groupes ²⁰⁰). Nous tenterons en particulier de montrer que les réseaux (de type associatif) pourraient catalyser la méta-socialisation dont nous n'avons fait qu'esquisser les contours. Cette démarche nous a semblée être envisagée par **Joël de Rosnay** à propos des ordinateurs :

« Qu'est-ce donc que la catalyse au niveau social ? Une enzyme est un catalyseur, c'est un bio-catalyseur. Mais est-ce qu'un ordinateur est un catalyseur ? Oui, je crois que sur le plan administratif ou scientifique, il accélère des phénomènes qui ne pourraient se produire sans lui. » ²⁰¹.

Au chapitre 14, nous étudierons un exemple concret de réseau télématique en fonction de la problématique esquissée ici et développée dans la troisième partie.

.M3.3. Socialisation et psychanalyse

Nous ne pouvons clore cet examen de la socialisation sans nous pencher sur ses rapports avec la théorie psychanalytique. Entre le principe de plaisir et le principe de réalité, la socialisation (*Vergesellschaftung*) semble tenir un rôle central en jouant peut-être un rôle répressif réprimant le premier au profit du second :

200 Cf. la quatrième partie et la conclusion.

201 In *Réseaux à structure variable*, article in *Jeux de réseaux*, Paris, Editions du CNRS, 1986, p. 152.

« ... l'homme s'applique d'ordinaire à réduire ses prétentions au bonheur (un peu comme le fit le principe de plaisir en se transformant sous la pression du monde extérieur en ce principe plus modeste qu'est celui de réalité) »²⁰².

Si la première socialisation (privée) est évidemment l'œuvre de la famille, on pourrait discerner une seconde socialisation (publique) qui serait comme une sublimation de la première en ce sens que ce serait la société qui imposerait sa marque, son empreinte psychologique. Cette vue théorique de Freud, trouvant dans les mœurs et les coutumes la médiation nécessaire, acquiert une toute autre importance dans une société (hyper)-médiatisée, au prix d'une réduction du rôle du *père* freudien. C'est ce qu'avait parfaitement senti Marcuse :

« ... la société agit directement sur le moi en train de se constituer par les mass media, les groupements scolaires et sportifs, les bandes de jeunes, etc. (...) La médiation entre l'individualité propre et celle des autres fait place à une identification immédiate. »²⁰³.

Dans une société de ce genre, la constitution du surmoi se trouve directement influencée par les médiatisations (audiovisuelles), mais sur un mode peut-être « inversé » en ce sens que par rapport au « mécanisme » décrit par Freud au

202 Sigmund FREUD, *Malaise dans la civilisation*, Paris, PUF, 1971, p. 21, [Edition originale 1929].

203 Herbert MARCUSE, *Le vieillissement de la psychanalyse*, in *Culture et société*, Paris, Editions de Minuit, 1970, p. 252-253.

terme duquel le principe de plaisir est (quasi)-définitivement refoulé dans l'inconscient pour faire la place au principe de réalité (et aux formes de contraintes sociales qui l'accompagnent), on risque d'assister à une sorte d'inversion. Comme nous l'avons montré, l'aliénation médiatique recourt au plaisir de la consommation immédiate. On pourrait dire qu'elle « active » le principe de plaisir. Mais en même temps, elle poursuit son œuvre de développement du conformisme social (principe de réalité), de sorte qu'il pourrait se produire un « *effet de renforcement* » de la formation d'un surmoi imposé par la société. Le principe de plaisir masquant l'intrusion du principe de réalité.

Dès lors, et selon cette hypothèse, il ne resterait plus à l'individu qu'à « prendre du recul » avec son plaisir médiatique s'il « veut » ne pas être aliéné. D'où, enfin, l'importance d'une *méta-socialisation* (publique et privée) lui permettant de se « libérer ».

Il nous reste enfin à indiquer nos catégories de socialisation, ce que nous allons faire dans la figure suivante.

.M9. **Figure 6.17.** Nos catégories de socialisation :

<i>Tendances générales</i>	Socialisation abstraite	Socialisation médiatisée		Socialisation de contact (“médiée”)
Micro- socialisation		ÿ	ÿ	ÿ
Primo- socialisation	ÿ	ÿ	ÿ	ÿ
Macro- socialisation	ÿ	ÿ	ÿ	ÿ ÿ
Supra- socialisation		ÿ	ÿ	ÿ ÿ

.M2.6.10.3. *Quelques références modernes*

De nombreux auteurs de notre champ emploient le terme de socialisation (sans toujours préciser le sens qu'ils lui attribuent ²⁰⁴). Il semble bien qu'il s'agisse du sens classique de l'appropriation individuelle et/ou collective des mécanismes, des codes, des méthodes et du cadre conceptuel des médias modernes ou des « *nouvelles technologies de communication* », mais aussi plus largement dans la vie sociale générale, y compris sur les lieux de travail. Ainsi dans un article sur « *Individualisme et espace public* », Joël Roman déclare-t-il :

204 On pourrait citer Jean BAUDRILLARD et sa théorie de l'« *échange symbolique* » (in *Pour une critique de l'économie politique du signe*, Paris, Gallimard, 1972), qui serait pour nous une manifestation médiée ou médiatisée de la socialisation.

« Nous avons identifié l'action et la production, sous le titre commun de travail, et celui-ci n'est plus une "activité privée", il est l'activité de socialisation par excellence. »²⁰⁵.

Pour Claude Baltz, dans un article à propos du serveur télématique « *Gretel* » (Strasbourg), la socialisation est presque une *médiapauthique* du lien social²⁰⁶. Il existe ainsi un grand nombre de travaux sur ces thèmes télématiques, informatiques ou audiovisuels (cf. bibliographie).

Nous terminerons avec **Serge Moscovici** qui a montré, dans *L'Age des foules*²⁰⁷, l'extrême importance des phénomènes d'IPT et le « mécanisme » implacable de la baisse de l'ADI de chacun des membres d'une foule. Il nous a semblé qu'il serait possible de relire cet ouvrage en fonction de notre problématique centrale. Et si l'homme est un « *mouton pensant* »²⁰⁸, il apparaît alors plus que jamais urgent de développer ses capacités de « penser », c'est-à-dire, en dernière analyse, de savoir se distancier.

205 J. ROMAN, Revue *Intervention* n°17 -7-8/86, p. 75. Dans cet article, l'auteur faisait allusion au travail comme « activité privée » selon les thèses de Hannah ARRENDT, *La condition de l'homme moderne*, Paris, Calmann-Lévy.

206 In *Identités en temps réel* (*Gretel*), in *La provocation. Homme et machines en société*, op. cit., p. 151.

207 Paris, Fayard, 1981. Réédition aux Ed. Complexe, Bruxelles, 1985.

208 Serge MOSCOVICI, *L'Age des foules*, op. cit., p. 216.

.M1.6.11. Le concept de distanciation

Nous allons étudier ce concept-clé dans les chapitres suivants, aussi ne sera-t-il exclusivement question ici que de dresser un tableau de l'emploi passé et présent du terme et des notions qu'il recouvre, à l'exception de son sens brechtien d'« *effet d'étrangeté* » (Verfremdungseffekt) que nous avons déjà étudié au paragraphe 6.7.3.

.M2.6.11.1. *Etymologie*

Il ne semble pas que l'étymologie puisse nous être d'un grand secours pour rechercher une hypothétique origine du concept hormis ses significations classiques et habituelles (la « *distancia* » latine). Le verbe « *distancer* » semble provenir de l'anglais « *to distance* » et présente un ensemble de significations qui parasitent nos préoccupations, même si la distance réelle ou physique peut engendrer ou accroître la distanciation du sujet, ainsi que la proxémique le montre souvent. Aussi, comme nous l'avons indiqué plus haut, nous nous retrouvons devant l'alternative suivante : conserver *distancer* ou utiliser « *distancier* » pour figurer la différence.

Distancer ne peut en principe être pronominal et ne donne pas clairement l'idée que nous voulons exprimer : « *il se distance du film en cours* » nous semble incorrect en termes

grammaticaux et sémiologiques. De plus son emploi risque d'évoquer trop fortement les « tenir à distance », « garder ses distances », etc. trop négatifs puisque pour nous, la distanciation est un phénomène *naturel* sur lequel on n'a pas à avoir de jugements a priori ²⁰⁹.

Les avantages de *distancier* apparaissent comme la réponse aux inconvénients de *distancer*. Et si l'on se place du côté des inconvénients, nous ne voyons guère ce que l'on peut reprocher au premier, si ce n'est le fait de proposer (encore !) un mot nouveau, ce qui explique qu'il n'apparaisse en 1987 que dans assez peu de dictionnaires. Le « *Grand Robert* » définit la distanciation comme un « recul pris par rapport à quelqu'un ou quelque chose ». Outre B. Brecht, il cite R. Garaudy et J.L. Godard.

Du côté de l'anglais contemporain, on ne trouve rien de plus qu'en français. Les dictionnaires que nous avons consultés ignorent le terme « distanciation ».

En allemand enfin, on trouve plus facilement « *Entfremdung* » qui est le plus souvent traduit par distanciation. Cette indication corrobore le fait que le terme semble remonter à Schiller, au moins dans son acception différente d'acte volontaire visant à établir une distance entre un phénomène et sa perception.

Naturellement, comme on le verra dans la suite, nous nous

209 Naturellement, ce n'est pas parce que la distanciation est naturelle, intrinsèque ou immanente, qu'elle est nécessairement uniformément répartie sur l'ensemble des individus, d'où l'importance de l'« éducation médiatique » dont nous reparlerons dans la suite.

sommes aussi intéressé à des termes synonymes comme « recul », « hauteur (ou largeur) de vue », voire même quelques (faux)-amis comme « planer »...

.M2.6.11.2. Notre définition

Nous prendrons le terme dans son sens le plus immédiat de « *distance avec la perception que l'on a d'un phénomène communicatoire* », quelle que soit la nature de la perception et les canaux de la communication. Par souci de clarification, nous utiliserons plutôt le verbe *distancier* (marquant bien l'action de distanciation) de préférence à *distancer* qui peut prêter à confusion avec la distance physique du coureur, lequel peut *distancer* son concurrent et *se distancier* des spectateurs afin de mieux conserver sa concentration...

Précisons quand même que pour nous l'emploi de ce terme (et de la « théorie » qu'il représente) ne signifie aucun jugement de valeur ni sur le contenu, ni sur la forme de la communication. La distanciation, telle que nous la concevons, est une variable scientifique des échanges communicatoires, au même titre - ou presque - que le niveau sonore, la gestuelle, le niveau de langue, la proxémique, etc.

Nous étudierons dans les chapitres suivants les deux grandes catégories de distanciation qui permettent selon nous de rendre compte des processus communicatoires médiatisés. La **distanciation critique** constituera un premier palier, le plus

simple et le plus immédiat. C'est le plus souvent à elle que l'on fait implicitement référence en parlant de distanciation. Dans la plupart de ses acceptions, elle acquiert un sens plutôt négatif (en ce sens que l'épithète « *critique* » est souvent perçue elle-même - à tort - au sens négatif). La **distanciation dialectique** représente un stade plus achevé impliquant une démarche active (ce que nous avons nommé une médiation auto-personnelle) du récepteur/consommateur comme co-auteur du message reçu et surtout comme co-réalisateur de sa mise en forme médiatique. On la rencontrera plus souvent du côté des multiples canaux interactifs.

Il nous arrivera enfin de regrouper les distanciations critique et dialectique sous le terme commun et générique de distanciation médiatique pour bien insister sur la spécificité de la communication médiatisée (ou hyper-médiatisée).

.M9. **Figure 6.18.** Nos catégories de distanciation :

<i>Tendances générales</i>	Distanciation abstraite	Distanciation médiatisée	Distanciation de contact (“médiée”)
Micro- distanciation	ÿ	ÿ	ÿ ÿ
Primo- distanciation	ÿ	ÿ	ÿ ÿ
Macro- distanciation	ÿ	ÿ	ÿ
Supra- distanciation	ÿ ÿ	ÿ	

Comme notre modèle dipolaire pouvait nous le laisser prévoir, *la distanciation se montrera la plus forte là où l'aliénation sera la plus faible*. On ne sera pas surpris du très fort taux de la supra-distanciation abstraite (il est bien rare que l'on ne puisse se distancier d'un concept... sauf dans certaines situations bien particulières ²¹⁰). *La distanciation médiatisée se montre la plus faible*, ce qui correspond assez étroitement aux phénomènes souvent observés de personnes subjuguées par l'audiovisuel (ou dans une moindre mesure par l'informatique (voir le phénomène des « *hackers* »). *La distanciation de contact* nous semble pouvoir s'exercer de préférence dans ses composantes micro, primo ou macro, alors qu'elle s'établirait plus difficilement en supra. Ce qui signifie, entre autres, qu'il est difficile de se défaire des personnalités ou groupements (sectes)

210 Fixation maniaque ou recherche scientifique !...

possédant un fort degré de charisme.

.M2.6.11.3. Quelques références historiques

Nos recherches sur les traces de ce concept-phare de notre travail nous ont amené à étudier d'assez nombreux textes afin d'y trouver des traces, des sortes de « marqueurs » distanciateurs. On en trouvera plusieurs exemples analysés au chapitre suivant, mais il nous apparaît évident qu'il s'agirait-là d'une œuvre de très longue haleine... Nous pensons qu'une étude générale de la distanciation, elle-même médiée ou médiatisée par la littérature, le cinéma ou l'art en général, devrait être réalisée de manière interdisciplinaire. Ce serait d'ailleurs une des premières taches d'un futur éventuel « *institut des médias* » ou « *institut des sciences médiatiques* »²¹¹ que nous pourrions appeler de nos vœux tant nous semble grande son « utilité sociale ». Contrairement à ce que l'on pourrait croire, les structures actuelles (INA, CNDP, etc.) qui pourraient remplir cette mission sont occupées par de toutes autres tâches. Ce n'est peut-être que du côté de l'UNESCO que les réflexions sur les effets sociaux et culturels des technologies médiatiques ont connu leurs plus importantes esquisses²¹².

211 Puisque l'expression de « sciences politiques » est admise, on ne voit pas pourquoi les *sciences médiatiques*, établies sur des bases peut-être plus sûres n'aurait pas droit à la même appellation.

212 Même si on a un peu l'impression que les auteurs de ces études, au demeurant souvent très bien faites et assez virulentes dans la dénonciation des excès commis

Réservant les prémisses de cette étude générale au chapitre 7, nous nous intéresserons ici à quelques textes qui font explicitement référence à la distanciation, en exceptant bien sûr ceux de Bertolt Brecht que nous avons déjà vus au paragraphe 6.7.3.

Il semble bien qu'un des premiers auteurs à avoir explicitement parlé de distanciation soit **Frédéric Schiller**, tout particulièrement dans ses « *Lettres sur l'Education Esthétique de l'Homme* (1795) ». Nous l'avons découvert par les citations qu'en fait assez souvent Herbert Marcuse. Par la suite, nous avons trouvé d'autres auteurs qui le citent également (Adorno/Horkheimer, Chiantarretto). Dans ces textes nous avons retrouvé (avec joie) l'écho de ce que nous avons nous-même pratiqué et fait pratiquer depuis plusieurs années dans le domaine des médias audiovisuels.

Schiller commence par définir deux instincts fondamentaux : *l'instinct sensible* et *l'instinct formel*, le premier concerne la réceptivité, la passivité du spectateur, le second procède de son côté actif et créatif ou dominateur ²¹³. Ce sont leur combinaison et leur interaction qui construisent la civilisation, mais comme ils sont totalement antagonistes, il faut qu'intervienne un troisième instinct, exerçant un rôle médiateur. Ce sera *l'instinct de jeu* qui

par les transnationales de la communication (cf. bibliographie), prêchent un peu dans le désert.

213 Nous reprenons à peu près le point de vue d'Herbert MARCUSE sur Schiller, tel qu'il le définit dans *Eros et civilisation*, op. cit., p. 164.

se donne la beauté et la liberté comme objectifs ultimes.

« Dans une civilisation vraiment humaine, l'existence humaine sera jeu plutôt que labeur, et l'homme vivra dans l'apparence plutôt que dans le besoin. » ²¹⁴.

Cette conception renverse radicalement l'édifice « classique » du primat de la Raison (Aufklärung) et établit celui de la « sensibilité » :

« (...) La sensibilité elle-même doit par sa force victorieuse rester maîtresse de son domaine et résister à la violence que l'esprit (Geist) par son activité envahissante aimerait à lui faire. » ²¹⁵.

On serait tenté d'avancer l'idée que cette « libération » par l'esthétique ou la sensibilité ²¹⁶ devrait prendre comme moyen, comme levier, une distanciation des individus vis-à-vis de la perception esthétique.

Dans sa « *Correspondance avec Gœthe* », Schiller « frôle » la distanciation ²¹⁷ :

« L'action dramatique se déroule devant moi, mais c'est

214 Herbert MARCUSE, *Eros et civilisation*, op. cit., p. 165.

215 F. SCHILLER, *Lettres sur l'Éducation esthétique de l'homme*, (édition bilingue) Paris, Aubier, [1952 ?] , p. 181, cité par Herbert Marcuse, *Eros et civilisation*, op. cit., p. 167.

216 Citons encore cet extrait qui aurait pu être repris pratiquement tel quel par Stendhal : « (...) la voie à suivre est de considérer d'abord le problème esthétique, car c'est par la beauté que l'on s'achemine à la liberté », F. SCHILLER, op. cit., p. 169.

217 Nous reprenons le terme de J.-F. CHIANTARRETTO, *Brecht, penseur intervenant*, op. cit., p. 60.

moi qui fait le tour de l'action épique qui semble en quelque sorte rester immobile. A mon avis cette différence est d'une grande importance. Si l'événement se déroule devant moi, je suis prisonnier de la présence sensible, mon imagination perd toute liberté, un trouble persistant apparaît en moi et s'y maintient, il me fait toujours rester collé à l'objet... »²¹⁸.

On pourrait dire, en opposant Schiller à **Brecht** que le premier approche de la distanciation, sous l'angle de recherche individuelle d'une distance libératrice de l'imagination des spectateurs et des citoyens (nous sommes à la fin du XVIII^{ème} siècle), alors que le second définit une distance critique devant permettre aux spectateurs de parvenir à leur libération sociale et politique collective.

Analysant cette différence, **Chiantarretto** va jusqu'à avancer que le spectateur brechtien doit éprouver du plaisir

« à prendre connaissance (critiquer) des processus sociaux réels auxquels il participe, afin qu'il puisse y intervenir. »²¹⁹.

Dans « *La dialectique de la Raison* », **Max Horkheimer** et **Theodor W. Adorno** définissent quelques années après Brecht (en 1944, à New-York où « l'Ecole de Francfort » a dû se réfugier pendant la guerre) une conception de la distanciation

218 In *Correspondance avec Gœthe*, Paris, Aubier, et J.-F. Chiantarretto, op. cit., p. 60. On remarquera que cet extrait a aussi été cité par B. Brecht quand il cherchait à établir les fondements de son effet d'étrangeté (in *Ecrits sur le théâtre*, tome 2, op. cit., p. 522).

219 J.-F. CHIANTARRETTO, *Brecht, penseur intervenant*, op. cit., p. 61.

artistique à la source de toute jouissance esthétique :

« ... La nature ne connaît pas véritablement le plaisir : elle ne dépasse pas la satisfaction des besoins. **Toute jouissance est médiatisée et sociale** - aussi bien (en ce qui concerne) les affections non-sublimées que les sublimées. **Toute jouissance trouve sa source dans la distanciation** (*Entfremdung*) » ²²⁰.

Remarquons que Marcuse a lui aussi cité cet extrait (dans *Eros et civilisation*) en remarquant, à la suite de **Freud** que si

« ... l'instinct refuse de s'épuiser dans la satisfaction immédiate, c'est qu'il est capable de construire et d'utiliser des barrières pour rendre plus intense l'aboutissement... » ²²¹.

Réflexion que l'on peut prolonger ironiquement par la célèbre réplique allitérative :

« ... Et le désir s'accroît quand l'effet se recule... »

Plus sérieusement, cette phrase d'Horkheimer et Adorno fixe assez bien notre problématique centrale et annonce peut-être

220 Max HORKHEIMER et Theodor W. ADORNO, *La dialectique de la Raison*, op cit., p. 127 et p. 1 de l'édition française. C'est nous qui soulignons. Nous croyons utile de donner ici le texte original de cet extrait sur lequel nous reviendrons, de façon à bien préciser l'existence de concepts extrêmement importants : « *Natur kennt nicht eigentlich Genuss : sie bringt es nicht weiter als zur Stillung des Bedürfnisses. Alle Lust ist **gesellschaftlich** in den unsublimierten Affekten nicht weniger als in den sublimierten. Die Lust entspringt aus der **Entfremdung**.* ». Nous avons souligné les deux termes cruciaux de *Entfremdung* traduit de manière sûre par « *distanciation* » et de *gesellschaftlich*, traduit ici par « *médiatisée et sociale* ».

221 Herbert MARCUSE, *Eros et civilisation*, op. cit., p. 197.

(ou confirme de manière spéculative) l'hypothèse que nous avons annoncée au chapitre 5, selon laquelle la rotation du dipôle distanciateur et identificateur - puisque dans notre hypothèse il s'agit d'un couple ADI/IPT indissoluble - exige nécessairement une certaine fourniture d'énergie. En annonçant que « *Toute jouissance trouve sa source dans la distanciation* » Horkheimer et Adorno, montrent que *la jouissance serait naturellement ce moteur*, retrouvant-là l'idée grecque du « *sage jouissant* », ce qui renvoie évidemment au modèle distanciateur archétypal de Socrate « usant (et jouissant) de tout, mais n'abusant de rien », restant « maître de lui-même » en toutes circonstances.

Nous avons proposé dans une série d'articles de 1977/78²²² d'employer le terme de *jubilation* (au sens qu'emploient par exemple les mathématiciens) lequel nous semblait plus approprié parce que moins connoté. De ce point de vue, la jubilation constituerait donc le moteur de la distanciation et réciproquement, la distanciation un des outils de la jubilation. Nous reprendrons cette analyse au chapitre 9 en examinant les modes de fonctionnement de la distanciation dialectique dans ses manifestations médiatiques.

Cette citation capitale d'Horkheimer et Adorno nous montre enfin, dans sa première partie, l'importance du phénomène de socialisation/médiatisation (ou médiation²²³) comme séparateur

²²² Dans la revue *l'Education*, 22/9/77 et 29/9/1977.

²²³ Vu que la traduction du terme *gesellschaftlich* n'est guère facile (cf. le texte original que nous avons donné ci-dessus), nous ne voudrions pas abuser de la

de l'animalité et de l'humanité. Nous développerons cette question au chapitre suivant en recherchant, chez André Leroi-Gourhan une explication aux processus de médiation et de médiatisation spécifiquement humains.

Pratiquement à la même époque que Schiller, un autre auteur, **Gustav Bally**, s'est intéressé lui-aussi au concept de l'*Entfremdung*. Nous l'avons découvert grâce à une note d'Herbert Marcuse (dans « *Eros et civilisation* », op. cit. p. 169). Malheureusement, nous n'avons pas trouvé de traduction française de son ouvrage « *Vom Ursprung und den Grenzen des Freiheit* »²²⁴, aussi nous contenterons-nous de citer le passage que cite Marcuse :

« ... [l'homme] conserve une distance vis-à-vis de ses objectifs instinctuels »²²⁵.

Pour Bally, c'est cette distance qui différencie précisément l'homme de l'animal (comme le dira aussi **Ludwig Von Bertalanffy** quelques années plus tard). Ne disposant pas du texte original, nous nous permettons de citer la partie du commentaire qu'en fait Marcuse et qui nous intéresse directement :

rencontre entre nos préoccupations et le terme de *médiation* ou celui de *médiatisation* qui revêtent pour nous une très grande importance.

224 Gustav BALLY, *Vom Ursprung und den Grenzen des Freiheit*, Benno Schwabe, Basel, 1945.

225 BALLY, op. cit. p. 29.

« (...) L'homme joue avec ses instincts et ainsi joue avec le monde. Cette attitude de distanciation constante vis-à-vis de l'objectif instinctuel rend possible la civilisation humaine. La conception de Bally est proche de celle de Schiller, mais elle est réactionnaire alors que celle de Schiller est progressiste. La liberté ludique de Schiller est le résultat de la libération instinctuelle, celle de Bally est une "liberté relative, contre les instincts". » ²²⁶.

Il semble que pour Marcuse cette liberté relative contre les instincts présente beaucoup de traces **d'auto-répression**, ce qui évidemment ne saurait lui convenir dans « *Eros et civilisation* », ouvrage dans lequel il se propose justement de montrer que l'aliénation n'est pas aussi inéluctable que pourraient le laisser croire certaines « lectures » de Marx et de Freud.

Les objectifs sociaux et éducatifs qui sont les nôtres dans notre action quotidienne ne sauraient évidemment être obérés par un risque épistémologique majeur : celui que la distanciation médiatique ne crée un effet pervers (en quelque sorte huxleyen) la conduisant à devenir un instrument d'assujettissement caché, plus fiable, destiné à mieux aliéner les citoyens des « sociétés complexes ». C'est en partie à ce « risque » que peut répondre la distanciation dialectique en requérant du récepteur d'entrer dans un jeu le faisant activer lui-même et de manière *autonome* ses « dipôles » ADI/IPT et création/communication.

Le risque d'en rester à un simple niveau de distanciation critique, en particulier dans le cas de la distanciation brechtienne

226 Idem, p. 29.

(ou plus exactement de l'effet d'étrangeté) a été parfaitement décrit par **André Gisselbrecht** :

« Gardons-nous, en conséquence, de nous gargariser de l'«effet d'étrangeté», contre la volonté de Brecht lui-même ; pour le considérer comme une panacée de l'art théâtral, il faut l'avoir vidé de son origine sociale et de son but social. » ²²⁷.

Brecht de son côté était aussi parfaitement conscient de ce « risque » :

« Les hommes qui sont capables de considérer comme normale la guerre atomique, pourquoi ne s'habituerait-ils pas paresseusement à d'aussi petites choses que l'effet d'étrangeté, rien que pour n'avoir pas la peine d'ouvrir les yeux ? Je peux m'imaginer qu'un jour ils ne pourront plus trouver leur ancienne forme de plaisir que dans les effets d'étrangeté. » ²²⁸.

On pourrait ainsi rechercher des « traces » du thème de la distanciation chez beaucoup d'auteurs, en remarquant qu'il est souvent introduit ou accompagné par l'idée de l'altitude, de la « hauteur » nietzschéenne, ou du « *psychisme aérien* » ou « *ascensionnel* » de Bachelard. Il semble que toute une relecture « distanciatrice » pourrait être tentée. Nous l'amorcerons au chapitre 9.

²²⁷ André GISSELBRECHT, *Ainsi va le monde...* Article dans le numéro spécial de la revue *Europe* sur B. Brecht, Paris, janvier/février 1957, p. 103.

²²⁸ Propos rapportés par André Ghisselbrecht, dans son article « *Ainsi va le monde et il ne va pas bien* » dans le numéro spécial de janvier/février 1957 de la revue *Europe* sur Bertolt Brecht, p. 103.

.M2.6.11.4. Quelques références actuelles

La problématique de la distance nous semble recueillir un « succès » de plus en plus important dans l'analyse sur les médias, mais aussi dans la presse écrite quand elle fait référence à l'audiovisuel. Rappelons que pour notre part, nous avons eu l'occasion de présenter ce concept-phare à plusieurs reprises dans les colonnes de la revue *l'Ecole libératrice* en janvier 1984 :

« Si l'on essaie de raisonner à l'échelon international, force est de constater que pour la majorité des plus fervents zéloteurs de la culture informatique ou technologique ou “médiatique”, il ne s'agit, grosso modo, que d'une OPA (Offre Publique d'Achat, formule très utilisée en bourse...) destinée à investir le champ des cultures populaires et de masse avec les nouveaux moyens informatiques et télématiques. Cette OPA subreptice devrait naturellement profiter aux grandes firmes multinationales de la haute technologie, en visant à faire évoluer les formations professionnelles et les modes de vie des citoyens, afin que ces entreprises puissent trouver du personnel mieux “adapté” à leur stratégie, ainsi que des consommateurs plus *réceptifs* à leur nouveaux produits, quitte à susciter, par toutes sortes d'opérations de la “demande sociale” ou des pseudo- “*besoins sociaux*”²²⁹. Naturellement, cette stratégie mondiale n'est pas (encore)

229 On reconnaîtra là notre approche des « *besoins sociaux* » (cf. chapitre 3). Rappelons qu'à cette période, on ne cessait d'entendre parler des besoins en question, sans que ceux qui les citaient ne se soient demandés quelle était leur histoire.

monolithique, et des espaces de liberté subsistent ²³⁰, dans lesquels il est possible de s'engouffrer avec la volonté d'orienter ou de réorienter les politiques d'informatisation, en cherchant notamment comment, nous éducateurs, pourrions les faire coïncider le plus étroitement possible avec des objectifs d'expression personnelle ou de socialisation de l'enfant, de libération, de responsabilisation du travailleur ou de personnalisation du citoyen.

.M4.A. *Un objectif fondamental - la distanciation*

Si la nécessité de faire acquérir une culture informatique à nos élèves apparaît aussi indispensable qu'urgente, nous pensons néanmoins que cette culture doit s'élargir à l'audiovisuel, à la communication médiatisée ²³¹. En d'autres termes, il nous semble qu'il faut profiter du formidable intérêt levé par l'informatique comme de son potentiel attractif pour asseoir une véritable formation théorique et pratique, analytique et synthétique aux sciences et aux techniques de l'information et de la communication.

Les citoyens des sociétés post-industrielles vont vraisemblablement se trouver insérés (ou englués ou emprisonnés) dans des **réseaux** de communication de plus en plus denses et complexes. La plupart des études prospectives concordent au moins sur les 40 à 60% de la "main-d'œuvre" devant travailler dans les échanges d'informations, de données ou de connaissances d'ici la fin du siècle. C'est la raison pour laquelle un des enjeux capitaux quant au rôle à long terme de l'institution scolaire va osciller autour de *la maîtrise des informations véhicu-*

230 En particulier dans les groupes ou réseaux associatifs (sans que la déclaration à la préfecture ne soit évidemment d'aucune pertinence ici).

231 Les programmes et instructions de 1987 concernant la formation des instituteurs continuant d'ignorer toute vraie référence à la formation à la communication, il est peu probable que cette « revendication », même jugée raisonnable ait quelques chances d'aboutir dans un avenir proche.

lées par les réseaux, aussi bien du point de vue de leur émission (codage, mise en forme, sélection, classement...) que de celui de leur réception (décodage, compréhension, assimilation).

L'information, le savoir, la connaissance ne viendront plus seulement du livre, ni même de la TV ou de la cassette vidéo, mais aussi, et de plus en plus, du réseau (câbles, satellites, fibres optiques). Et ceux qui ne seront pas assez entraînés au mécanismes d'émission/réception interactive de ces messages *médiatisés* (c'est-à-dire passant par des canaux, avec tout ce que cela signifie de modifications, d'adaptations, de manipulations et de réductions) risquent de se retrouver "parqués" intellectuellement et inconsciemment dans des "réserves idéologiques" qui ne leur permettront de communiquer avec l'extérieur qu'au moyen de réseaux hyper-sélectifs.

En d'autres termes, on sera libre de tout recevoir chez soi... mais on s'orientera préférentiellement vers ce qui aura été préalablement mis en forme, préparé, adapté pour soi (c'est la "segmentation" des publics).

Pluralité des sources, oui, mais à condition que les citoyens concernés (nos élèves d'aujourd'hui) aient été suffisamment entraînés, grâce aux "méthodes actives", aux processus de mise en forme des messages, des données, des connaissances, afin de pouvoir traiter convenablement les données à leur travail, ou de sélectionner un programme chez eux, sur d'autres critères que la facilité immédiate, la "détente" produite...

Nous aurons à lutter contre le développement de futurs esclaves dorés et "heureux", bien isolés de leurs concitoyens dans leurs cellules familiales ²³².

Le "grand dessein" de la culture médiatique, considérée comme une extension de la trop réduite culture informa-

232 On aura reconnu les thèmes huxleyens et notre propre présentation de la « *prison sans murs* ». Rappelons que Marshall Mc LUHAN l'a également utilisé.

tique tiendrait alors dans **l'acquisition d'un potentiel suffisant de distanciation** ²³³ face aux produits déversés à haute dose par les médias. Une distanciation grâce à laquelle les citoyens redeviendraient actifs dans les choix de leur mode de vie, de leurs conditions de travail et de leur appartenance à un univers culturel. » ²³⁴.

Naturellement, cette présentation du concept de distanciation s'inscrivait dans une perspective politique générale que nous citerons ci-dessous afin de mieux situer notre démarche globale :

.M4.B.La culture médiatique

« Il nous reste à survoler quelques-unes des principales aptitudes qu'une initiation active à cette nouvelle forme de culture devrait nécessairement revivifier. On citera rapidement l'accès à la documentation, l'exploitation de documents sur des supports différents, la recherche collective et individuelle, le dialogue “homme-machine” (selon la terminologie à présent consacrée) ou encore la pratique du texte concentré, la définition fonctionnelle de mots-clés, etc.

Pour faire référence aux “humanités”, autrefois prétendues indispensables pour comprendre et agir sur le monde, on pourrait avancer que des “humanités” modernes, reprenant le même objectif devraient permettre de faire concevoir le monde complexe (hyper-complexe) dans lequel nous allons vivre, en offrant des outils d'analyse et

233 A l'époque, nous n'avions pas suffisamment travaillé sur le thème de l'acquisition/développement de ce que nous nommons à présent l'**ADI** (Auto-distanciation immanente). Nous avons d'ailleurs commencé à mettre en évidence qu'il existe des potentiels distanciateurs importants (mais variables) chez tous les individus. Nous dirions plutôt aujourd'hui, qu'il s'agirait de développer, ou d'accroître les potentiels distanciateurs « naturels ».

234 *L'Ecole Libératrice* du 14/01/1984, p. 8. Nous sommes revenu sur le thème de la distanciation dans plusieurs autres articles (5/5/1984, 17/11/1984).

d'action adaptés à un nouvel environnement.

S'il fallait dresser à grands traits les principales caractéristiques de cette culture et les activités pédagogiques associées, on pourrait citer :

- 1. Une appropriation des procédures d'interrogation de bases de données**, passant par la connaissance, voire la pratique des recherches interactives (mots-clés et dialogue "homme-machine")²³⁵.
- 2. Un entraînement à la recherche d'associations d'idées**²³⁶ (pour parvenir par exemple à extraire une liste bibliographique pertinente).
- 3. La nécessité impérieuse de posséder une expression écrite précise et juste** (il faut user du bon terme, si possible avec son sens exact et son orthographe²³⁷...)
- 4. L'obligation, librement acceptée, d'une grande rigueur** dans les méthodes de recherche et de communication de données (puisqu'elles peuvent être vérifiées par d'autres)²³⁸.
- 5. La fonctionnalité** (et l'agrément) du travail en équipe.

235 Nous avons beaucoup insisté sur ce point lors de la préparation de l'opération « Informatique pour tous », malheureusement, sans grand succès. Les DON (Disques Optiques Numériques) qui s'annoncent ne vont pas manquer de reposer cette problématique. Comme d'habitude l'Education nationale réagira après coup, sans finalités claires ni objectifs précis.

236 Cette idée est en train d'être reprise et développée de façon magistrale par les nouveaux logiciels basés sur les concepts d'**hyper-texte** et/ou d'**hyper-médias** (cf. chapitre 7, p. 930, sqq.) comme *Hypercard* (lancé par Apple en septembre 1987) avec pour slogan de présentation : « *la liberté d'association* » (des idées)... ». Voir aussi l'annexe T-3.

237 Il semble que, sur ce point, nous ayons pêché par optimisme. La « *distanciation* » des élèves (et plus généralement de tous les scripteurs) risque d'être très fortement favorisée par les correcteurs orthographiques de dernière génération ainsi que les traitements d'idées ou générateurs de plans. Ce qui relativise énormément l'acte éducatif traditionnel d'enseignement/vérification de l'orthographe en obligeant les « *enseignants du futur* » à traiter de tout ce qui est en amont, c'est-à-dire **l'association et l'organisation des idées et des connaissances...**

238 Ceci est directement inspiré des idées de **Célestin Freinet**, telles qu'elles sont en partie développées par l'Institut Coopératif de l'Ecole Moderne (ICEM). Cf. bibliographie.

- 6. Une grande pratique de l'analyse des images et des sons** (culture audiovisuelle) ²³⁹.
- 7. La connaissance théorique et pratique des techniques de codage** et de décodage des messages.
- 8. L'habitude de relativiser** (ou de vérifier) des points de vue en les confrontant à d'autres sources ²⁴⁰. » ²⁴¹.

Mais, depuis que nous travaillons sur ce thème, nous avons eu l'occasion d'en relever de nombreuses références. En voici un bref survol que nous reprendrons de manière plus systématique au chapitre 10 ²⁴² :

Dès 1961, **G. Cohen-Seat** et **P. Fougeyrollas** abordaient le thème de la distanciation :

« ... La fascination, c'est ici la puissance de l'information visuelle en tant que *les individus sont démunis vis-à-vis d'elle de moyens de distanciation et de dédoublement du regard*. L'engluement, c'est la perte de l'autonomie intellectuelle des spectateurs en tant qu'ils s'abandonnent, bon gré mal gré, au dynamisme des images filmiques et en tant que leur esprit devient indisponible. » ²⁴³.

239 Comme nous l'avons indiqué au chapitre 2 et à l'annexe C-2, l'image commence à entrer (officiellement) dans l'enseignement élémentaire. Mais on est encore loin d'une formation créatrice et multimédia.

240 Cette idée a pu passer pour « explosive », en ce sens qu'elle remettait « doucement » en question le modèle traditionnel de diffusion (distillation) des connaissances. Vu les très faibles possibilités des logiciels et des matériels mis en service dans l'Education nationale, il est difficile d'appréhender les « *nouveaux rapports au savoir* » qui vont émerger dans les années prochaines, d'où le faible nombre de réactions à des déclarations au demeurant provocantes.

241 *L'Ecole Libératrice* du 14/01/1984, p. 8.

242 Dans les chapitres suivants, nous serons conduit à étudier plus en détail certains textes traitant de la distanciation ou que l'on peut « lire » en fonction de la distanciation. On trouvera au chapitre 10 une liste complète des occurrences que nous avons pu relever.

243 G. COHEN-SEAT et P. FOUGEYROLLAS, *L'action sur l'homme : cinéma et télévision*, Paris, Denoël, 1961. C'est nous qui soulignons.

Pour **Armand et Michèle Mattelart**, c'est la distance critique « *qui donne sens et relief à l'immédiat* » en constituant ensuite une théorie ²⁴⁴. Un peu plus loin, les mêmes auteurs reviennent sur la problématique de la distanciation médiatique (sans la nommer) en affirmant qu'il faudrait conserver une « *distance par rapport aux objets techniques chaque fois plus présents dans notre environnement quotidien* » ²⁴⁵.

Le « **Rapport Carraz** » commandé par le Président de la République sur la *culture technique* faisait lui aussi référence explicitement à ce thème en préconisant que soit déclenchée ou entretenue une « prise de distance suffisante avec les objets » ²⁴⁶.

Nous avons déjà souligné l'emploi fréquent du concept chez **Neil Postman** ²⁴⁷ et **Sherry Turkle** ²⁴⁸.

On peut en trouver de nombreuses autres traces, en particulier chez des spécialistes des médias ou des réalisateurs de cinéma.

Ainsi **Robert Wangermée**, dans *L'après-télévision* ²⁴⁹, en

244 Armand et Michèle MATTELART, *Penser les médias*, Paris, La Découverte, 1987, p. 8.

245 *Penser les médias*, op. cit., p. 9

246 Roland CARRAZ, *Rapport sur la culture technique*, Paris, La Documentation Française, 1984, p. 12.

247 Avec la nécessaire *distance* à mettre avec les formes d'information (op. cit., p. 216).

248 En particulier les attitudes de « *distanciation consciente ou inconsciente lorsque l'on énonce une théorie décentralisée* » (p. 255) ou encore la relation objective avec la réalité dont on doit être « *distancié* » (p. 97)... ou encore l'attitude « *distante* » des maîtres « *durs* » envers leurs créations (p. 117).

249 *L'après-télévision*, écrit avec Holde LHOEST, Paris, Hachette, 1975, p. 213. Cité également par Roger GARAUDY dans *Le projet espérance*, Paris, Laffont, 1976, p. 116. R. Wangermée fut directeur général de la Radio Télévision Belge Franco-

présentant son projet d'« agora électronique », qui aurait dû permettre (en 1975...) de simuler des décisions, va-t-il jusqu'à décrire (de manière légèrement romancée) un vaste réseau horizontal « d'auto-régulations de sous-ensembles permettant d'échapper aux aliénations ». Pour nous, ce réseau préfigure une des multiples formes que peuvent prendre des actions de distanciation médiatique.

Et lorsqu'**Alain Resnais** déclare :

« Brecht était pour une “distanciation” perpétuelle. Moi, ce que je trouve amusant, c'est de jouer tantôt la distanciation et tantôt l'identification. Je me souviens d'une pièce de Sacha Guitry : lorsque le rideau se levait, il était assis, en train de lire un journal (...) et il restait comme cela deux minutes. (...) On était en pleine distanciation. Ensuite on identifiait... »²⁵⁰.

On peut légitimement se demander s'il ne conforte pas notre approche dipôlaire en pressentant la liaison intime entre identification et distanciation.

Il est d'autres approches, moins littéraires ou artistiques, mais tout aussi intéressantes quant à ce que nous croyons être l'émergence du terme et du concept. Nous n'en donnerons ici que quelques exemples empruntés à la presse.

« ... Mais réellement, avez-vous essayé de voir vraiment, pas regarder, mais tout simplement voir la

phone (RTBF). Le livre a été publié sous l'égide du Conseil de l'Europe.
 250 Alain RESNAIS (entretien), *La vie est un théâtre*. A propos de la sortie de son film *Mélo* (9/1986), Revue Télérama, n° du 20 octobre 1986, p. 21. On pourra noter les guillemets placés par Télérama sur le mot *distanciation*.

télévision ?

Ce simple recul par rapport à un objet qui a pris ces dernières années une importance démesurée, offre une image tout à fait inquiétante. L'instrument qui devait être conçu pour devenir une "fenêtre sur le monde", qui l'est encore, heureusement à certains moments, devient ces derniers temps, une mécanique prise de folie qui déverse tous les jours ses tombereaux d'inepties, de lieux communs pris pour des axiomes philosophiques... »²⁵¹.

Dans un autre quotidien (*Le Monde*), une interview de **Dan Rather**, présentateur vedette américain (dont l'émission est diffusée le matin sur « *Canal Plus* » depuis le début 1987), on pouvait lire :

« Grâce à cette émission, les téléspectateurs peuvent acquérir du recul sur l'actualité quotidienne et voir d'un œil plus critique les journaux télévisés hexagonaux... »²⁵².

Dans *La convivialité*, **Ivan Illich** insiste fortement sur la liaison entre le recul sur soi et la désaliénation qui pourrait ne résulter :

« ... l'institution pose des valeurs abstraites, puis les matérialise en enchaînant l'homme à des mécanismes implacables. Comment en sortir ? Il faut s'interroger soi-même : qui m'enchaîne, qui m'accoutume à ces drogues ? Poser la question, c'est déjà y répondre. c'est se libérer du

251 Thierry HUBERT, *Ma semaine de télévision*, *Le Dauphiné Libéré* n°1771, semaine du 12 au 18 avril 1987. Comme on peut le voir dans cet extrait, les condamnations cinglantes ne manquent pas dans la presse. C'est nous qui soulignons.

252 *Le Monde*, 18/10/1986.

non-sens et du manque... »²⁵³.

Nous reviendrons en partie sur de nouveaux textes se rapportant à la distanciation au chapitre 10 lorsqu'il nous faudra séparer la distanciation critique et la distanciation médiatique et construire le concept de distanciation médiatique.

.M1.6.12. Socialisation et distanciation - le dipôle ADI/IPT

Dans ce chapitre nous avons été conduit à différencier les processus de médiation et de médiatisation en posant comme différence essentielle et irréductible l'usage d'intermédiaires techniques. Mais naturellement, dans l'ensemble des activités humaines, on assiste à un *recouvrement* de la médiation et de la médiatisation. Nous pourrions dire que nous n'avons fait que reprendre une méthode très classique en physique, consistant à rapporter un phénomène complexe à une combinaison dénombrable de phénomènes plus simples (on peut penser à la théorie électromagnétique ou aux transformations de Fourier).

Cette distinction entre la médiation et la médiatisation va nous permettre de mieux étudier les différenciations en cours d'apparition entre les sociétés dites traditionnelles (recourant faiblement à la médiatisation) et les sociétés « post-industrielles »

²⁵³ *La convivialité*, Paris, Seuil, Points, 1973, p. 42. Edition originale : *Tools for conviviality*, New-York, Haper & Row, 1973.

(qui y recourent de plus en plus).

A ce premier appareil descripteur, nous en avons adjoint un second, présenté sous la forme d'une triade regroupant les phénomènes d'identification, de projection et de transfert (IPT). Notre réflexion s'est articulée sur le même principe physique en montrant que l'on pouvait *décrire* une perception sous la forme d'une combinaison de ces trois processus que nous avons évidemment décrits isolément en faisant appel à la fois à des notions de psychanalyse et à des concepts issus des théories de la communication (G. Bateson particulièrement).

Ensuite, nous avons présenté des typologies homothétiques de l'aliénation, de l'appropriation et de la socialisation, basées sur des tableaux à double entrée croisant les aspects « abstraits » (au sens des processus mentaux internes), les aspects médiés (ou de contact) et les aspects médiatisés avec un jeu de préfixes définissant le degré d'importance du phénomène (micro, primo, macro, supra). Naturellement, ces descriptions ne sont pour l'instant que des sous-hypothèses induites par nos observations de terrain mais qu'il convient d'étudier dans une perspective épistémologique ne négligeant par leurs interactions mutuelles (cf. figure 6.15.).

Enfin, nous avons commencé à « situer » le concept de distanciation dans ses aspects essentiellement historiques, ce qui nous permet de revenir un instant sur notre modélisation du **dipôle perceptif** ADI/IPT (hypothèse **A6**) en rappelant que sa rotation (postulée en **A7**) et à condition de la coupler avec celle du **dipôle médiatique** (décrit en **A1**) devrait nous permettre

de *décrire*, ou de rendre compte de l'ensemble des phénomènes de communication étudiés dans cette thèse.

Une fois clarifiée et précisée, la socialisation médiatique (ou métasocialisation) pourrait constituer le pivot de ce que nous avons déjà nommé l'« éducation médiatique » permettant, selon le vœu de Marcuse, de ne pas succomber aux *charmes* d'une société huxleyenne, ou de ce que nous avons nommé un *socialisme culturel* ²⁵⁴ .

A cet effet, il nous faut avancer deux sous-hypothèses que nous examinerons dans la suite et qu'en termes paradoxaux, nous pourrions exprimer de la manière suivante :

En se distanciant des médias, on se socialise.

En socialisant les médias, on s'en distancie.

.M1.6.13. Conclusion de la deuxième partie

Dans cet exposé du contexte, nous avons commencé par montrer l'effervescence des médias électroniques, l'explosion des marchés (solvable ²⁵⁵), la domination (connue) des entreprises américaines de matériels et de logiciels, malgré quelques succès français bien limités et pratiquement jamais *transformés*, peut-être à l'exception du minitel, lui-même résultat d'une politique

254 Cf. chapitre 2, pp. 130, 143. Définition au chapitre 3, p. 266.

255 De ce point de vue, les *décollages* souhaités ou attendus des pays du Tiers Monde ne se sont pas réalisés, encore que les cas du Brésil ou de l'Inde appelleraient des études attentives que nous ne pouvons mener ici.

ultra-dirigiste et centraliste.

En face, si l'on peut dire, nous avons relevé l'indigence des politiques éducatives ou culturelles en matière d'usage, d'appropriation, ou de socialisation des médias. Des efforts ponctuels parfois coûteux ont été tentés (comme le plan « Informatique pour tous » sur lequel nous reviendrons au chapitre 16), des enthousiasmes sont nés, ont été mobilisés et n'ont pas été entretenus ou relayés. Il n'y a pas eu plus de « *révolution informatique* » qu'il n'y avait eu de « *révolution audiovisuelle* », ce à quoi les plus sceptiques pouvaient s'attendre ²⁵⁶. L'inefficacité (ou en langage moins sévère, les *dysfonctionnements*) des systèmes scolaires s'est poursuivie de la même façon, avec ou sans ordinateurs, alors que dans le même temps l'offre médiatique interactive commence à apparaître, menant vers un développement sans précédent de ce que nous avons nommé *l'école concurrente*.

Pendant que l'Education nationale cherchait sa voie, sa politique et ses moyens financiers, bien à l'abri de la pression de l'informatique, au moins entre 1980 et 1985, le secteur associatif montrait son dynamisme, avec environ **600 000 associations** en activité et un polyassociationnisme développé.

Le Ministère du Temps Libre (et de la Jeunesse et des Sports) qui aurait dû être un *grand ministère* s'occupa comme il le put entre le « *chèque vacances* », le Conseil National pour la vie associative (CNVA) et quelques autres fondations jusqu'à

256 Cf. l'article de Michel SOUCHON in *L'Education aux médias*, Unesco, Paris, 1984, p. 373, sqq.

finir par enterrer son projet de reconnaissance d'« utilité sociale ». D'une manière accrue par rapport au septennat précédent se créèrent de nombreuses associations-relais, chargées par exemple de socialiser les médias en recourant à la thèse de la culture informatique. Nous y reviendrons en détail.

Face aux enjeux que nous avons esquissés, et en particulier aux risques de « *socialisme culturel* » (défini dans un sens bien précis) et d'« *aliénation médiatique* », dénoncés vigoureusement par tous les auteurs que nous avons fréquentés, les systèmes éducatifs et culturels ont paru impuissants, ne réagissant qu'avec retard et lourdeur, un peu à la manière des dinosaures.

La mise en comparaison du succès de l'hédonisme social, de la montée en charge des thèmes de la réussite personnelle et de la réduction drastique de l'engagement dans des grandes entités para-institutionnelles (se traduisant très directement dans le mot d'ordre politique du « moins d'Etat ») ne cesse de montrer les carences et la désaffection des systèmes de socialisation traditionnels (éducation, religion). Ceci a été amplement souligné par de nombreux auteurs.

« En bref, une telle société n'a plus besoin de citoyens, c'est-à-dire d'hommes conscients qui participent à son destin et à son contrôle, qui essaient de l'influencer en participant à des groupes et à la vie civique et politique : il ne reste que des collections d'individus, des foules ou des individus isolés *mais ne sachant ni ne pouvant faire un retour sur eux-mêmes*, constamment sous l'emprise des

moyens de diffusion - et d'écoute - de masse. »²⁵⁷.

C'est en réaction contre cette impression de lassitude (« les héros sont fatigués ») que nous avons essayé de clore cet examen du contexte par une tentative de reconstruction conceptuelle.

Si nous voulons avoir l'ambition de tester dans le champ des médias et de la vie sociale les réflexions que nous n'avons pu qu'esquisser ici, il nous faut encore leur faire subir un examen théorique plus approfondi, ce que nous allons tenter dans la troisième partie. Ensuite, dans la quatrième partie, nous vérifierons cette réflexion auprès de quelques institutions éducatives et culturelles et auprès d'associations.

Ce n'est qu'après que nous pourrons reprendre la question (kantienne) où nous la laissons à présent : *que faire ?*

²⁵⁷ Albert MEISTER, *Vers une sociologie des associations*, Paris, Editions sociales, 1972, p. 206. C'est nous qui soulignons. Le thème de la foule fut repris quelques années plus tard par Serge MOSCOVICI (in *L'Age des foules*, op. cit.).