

BENSEBIA Abdelhak Abderrahmane
Université d'Oran 2 Mohamed Ben Ahmed

Abstract

La présente contribution tente de présenter quelques pistes de réflexion et analyse qui permettent de comprendre le rôle des chaînes d'information en continu en temps de crise, qui visent l'information et la production des émotions, tendant ainsi à mobiliser le public, devenant un grand consommateur de l'information, qui réagit à une actualité bouleversant sa vision, et motivant ses réactions et sa mobilisation émotionnelle.

Nous cherchons aussi à montrer comment ces chaînes ont couvert des événements inédits, afin de de décrypter leurs modes de fonctionnement face à une situation inédite. Aussi, dégager quelques lectures qui servent éventuellement de supports pour relancer le débat sur les médias et la communication en temps de crise.

Mots clés: médias français, rhétorique, peur, émotions, persuasion, discours en temps de crise.

1- Démarche et approche d'analyse du corpus

Les attentats du 13 novembre 2015 ont été l'occasion pour les grandes chaînes françaises d'information d'investir dans de nouvelles lignes éditoriales, qui cherchent à démontrer à quel point ces événements, aussi uniques, ont rendu l'accès à ce genre de médias plus accessible, qui n'épargnent aucun effort pour diffuser une information jusqu'alors contrôlée par l'éthique professionnelle pour se concentrer sur un traitement émanant d'une réaction émotionnelle, motivée par des conditions d'énonciation particulières.

La rhétorique de la peur s'est emparée d'un discours journalistique qui tente de couvrir un événement aussi douloureux. Il est à distinguer désormais trois catégories de rhétorique. Une rhétorique de la peur qui vise la persuasion afin de susciter la curiosité émotionnelle, une rhétorique qui sert à argumenter, et une autre qui cherche à justifier les émotions.

L'objet de cette recherche est centré sur la médiatisation de cet événement, et le sentiment de la peur qui s'est installée par le biais d'un discours médiatique qui puise dans la peur comme une donnée inédite afin d'orienter l'opinion publique vers une nouvelle lecture de ce que s'est passé, et la prise de conscience en direct de la gravité de la

situation. Ces médias ont (re)créé cet événement par une présence qui le fait inscrire dans l'originalité et le drame absolu. Une telle attitude a généré aussi des sentiments forts de complicité et de représentations qui exigent une analyse à la fois de l'image et du discours à travers une approche d'analyse adaptée, qui pourrait rendre compte de cette couverture médiatique.

Cette analyse permet aussi de comprendre la manière dont l'émotion a pris une place dans ce discours et les mécanismes d'influence par le traitement de ces médias. Nul ne peut ignorer la difficulté de cet exercice qui réside dans la distance que le chercheur doit respecter, face à un événement à écho aussi médiatique. En effet, nous avons décidé d'opter pour un cadrage méthodologique rigoureux qui consiste à analyser les vidéos les plus présentes sur les différents réseaux sociaux (YouTube, Facebook...) des deux chaînes d'informations en question, mais aussi de notre observation engagée au moment des déroulements de cet événement. Certes, il s'agit d'une difficulté de taille de travailler sur un événement où la tentation de manifester des émotions et des réactions subjectives est grande. Toute l'originalité se trouve centrée sur l'aptitude du chercheur à échapper de cette attitude et à tenter autant que possible de s'éloigner de toute réaction ou intervention individuelle, de s'éloigner aussi des autres études qui ont traité ce sujet de la même façon ou presque.

Cette couverture médiatique de ces chaînes a permis d'observer un traitement de l'information en direct ; un direct qui dénote des commentaires vifs et des réactions parfois fortes et concomitantes, qui témoignent d'une médiatisation exceptionnelle d'un événement particulier.

Nous avons décidé d'analyser les journaux télévisés, le direct qui a pris le dessus, tous les commentaires et toute information en relation avec cet événement, avec honnêteté et rigueur scientifique afin de les étudier ensuite et d'en dégager des lectures. Nous avons aussi fait appel à d'autres médias et supports qui servent d'exemples pour confirmer notre engagement scientifique.

Ces deux grands médias français étaient présents sur le lieu, les informations et les sous-titrages en bas de l'écran s'affichent en permanence et subissent des mises à jour constamment.

Durant les deux jours qui ont suivi l'événement, la place était beaucoup plus réservée à l'analyse de ce qui s'est passé, même si la réaction émotionnelle et l'impulsivité vers l'exclusivité des journalistes de BFMTV étaient plus manifestes. Le dispositif médiatique sur le lieu était particulier et a permis de rendre compte d'une présence qui reflète un professionnalisme.

Le choix de notre corpus est porté sur ces deux chaînes comme étant les premières chaînes d'informations suivies par les Français, en excluant avec préméditation la chaîne LCI cryptée.

Techniquement parlant, il est difficile de travailler sur le traitement médiatique de deux chaînes d'un événement unique en direct. Le choix s'est porté sur les journaux télévisés répertoriés sur les sites Internet des deux chaînes.

Cette analyse s'est appuyée sur une démarche qui consiste à analyser le traitement médiatique de cet événement unique, d'identifier les réactions qui en découlent, d'analyser une image en direct inédite et un discours journalistique en temps de crise.

Pour y parvenir, nous avons opté pour une démarche scientifique globale qui puise dans l'analyse critique du discours télévisuel et de sa réception, et une analyse sémiotique (de l'image) qui prend en charge une image en direct comme partie intégrante de cet espace médiatique. La sociosémiotique (Eliséo, 1981: p.13) permet de mettre en évidence les représentations et les sentiments dégagés par journalistes, et les médias comme instruments d'inventions et de dégagement de la peur.

Cette démarche permettra d'étudier ce traitement médiatique et d'observer comment le discours médiatique en temps de crise se trouve en situation de producteur d'émotions et générateur d'un sentiment de la peur.

Cette contribution fournit une lecture partielle d'une analyse qui mérite d'être débattue dans un autre cadre plus approfondie, qui permet de rendre compte de tous les changements et les caractéristiques d'une couverture médiatique qui met en évidence les relations complexes entre un discours sur la crise qui se transforme en un discours justifiant des émotions, et une image originale qui n'a besoin de description.

2- L'information en continu: l'image de la violence

Les attentats du 13 novembre 2015 constituent un événement majeur qui a marqué les chroniques et les annales de la société française. Nul ne peut nier les séquelles d'une telle situation sur les esprits et les critiques, qui ont fait de cet événement une source de plusieurs polémiques et lance un grand débat sur la neutralité des analyses et des journalistes. Face à une situation inédite, un traitement nouveau et novateur s'impose comme une évidence qui mérite d'être analysé avec rigueur et profondeur, en exerçant un recul scientifique, susceptible de déchiffrer les éléments qui composent cet ordre,

qui relègue au second plan les règles conventionnelles du traitement médiatique.

Se servir d'une overdose d'images qui offensent le public, qui choquent, des informations qui s'alimentent des réseaux sociaux pour marquer le scoop constitue désormais une entrave aux métiers des médias, qui exigent à la fois retenue et professionnalisme.

Depuis les attentats du 11 septembre 2001 aux États-Unis, nous assistons à une explosion des chaînes d'information en continu au monde qui tentent de rendre accessible partout et par tous les moyens l'information en temps réel. Face à une telle situation, ces nouveaux supports de médias se disputent la scène, et chaque média cherche à créer son propre espace pour s'imposer, en cherchant aussi à être le meilleur par le biais de scoop et le direct, afin de capter un large public en quête de l'information, qui cherche à être mieux informé dans un monde où les espaces publics deviennent un champ de bataille, partagés par ceux qui détiennent l'information.

Une telle bataille a donné lieu à une situation inattendue, celle liée aux activités qui accompagnent l'information, qui ne peut pas sortir de son cadre proprement interprétatif. Une information, c'est aussi une identité et valeurs. Une identité car elle véhicule un certain nombre d'éléments, étroitement liés, caractéristiques d'un lieu, d'un domaine, d'une personne, d'une société... et valeurs parce qu'elle est véhiculaire des marqueurs qui accompagnent cette identité.

3- Traitement médiatique des événements du 13 novembre 2015

Confrontées à une situation difficile et des scènes de violences inédites amplifiées par une image en direct de plus en plus choquante et offensante, les chaînes d'information en continu n'ont pas pu résister à la tentation, celle d'informer l'opinion publique comme droit fondamental. Face à une situation inédite, un traitement inédit a été observé, et des témoignages bouleversants ont été rapportés. Comment informer le public lors d'un événement nouveau et inédit ? Où commence la liberté d'informer et où se termine-t-elle ? Est-ce que ces médias ont le droit de tout dire et faire peur ? Qui fait peur : les images ou le traitement de ces images ? Pourquoi cette peur ?

Pour appréhender ce point, il est évident de rappeler que notre contribution a pour objet d'étude l'analyse de deux grandes chaînes d'information en France, à savoir BFMTV et i-Télé.

BFMTV, qui se présente comme étant la première chaîne d'informations de France, s'est servie d'un de ses journalistes pour s'informer en se rendant sur place, au stade de France, un autre s'est rendu aussi à l'un des restaurants visés par l'attaque en se servant de plusieurs témoignages et quelques sources policières pour confirmer que des attaques y ont lieu.

i-Télé a rapporté les faits en montrant des images choquantes de corps jetés à terre, des scènes d'une violence extrême, des propos forts et des commentaires qui s'éloignent de l'éthique journalistique en imaginant des situations inédites, qui s'alimentent des rumeurs délibérées, parfois involontaires et sans fondements en direct comme¹:

« La zone pourrait être minée, il pourrait y avoir des explosifs », « Le plan B est déclenché, tous les hôpitaux se préparent à accueillir des blessés de guerre ». « À l'intérieur du Bataclan, trois terroristes poursuivent leurs massacres » « Paris a peur », et interviewer des rescapés en direct, en état de choc.

Dans un second temps, ces chaînes se sont retenues de révéler des informations pour ne pas gêner l'enquête, y compris en provenance de l'intérieur du Bataclan, en application des mises en garde du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel en France.

Un discours médiatique qui investit dans un drame à tendance à généraliser une peur collective, de mots à forte connotation comme *Guerre, Scènes de guerre, islam radical, Horreur, Carnages...* qui y confèrent une dimension particulière dont les premiers bénéficiaires sont ceux qui ont commis ces actes, celle d'une guerre réelle et les images qui s'y associent, et enfin mesurer les répercussions et les séquelles morales et psychologiques. A titre d'exemple, le mot Guerre suggère la présence de deux parties qui se battent pour un intérêt particulier sur le terrain tandis qu'ici, nous sommes confrontés à des terroristes et des innocents, qui se partagent un droit commun, celui de vivre. Vivre, c'est au-dessus de toute idée de confrontation.

Cet emploi abusif de certains mots témoigne d'un parti pris d'un discours médiatique, qui atteste une implication aussi directe de ces médias comme acteur. La distance qu'un journaliste doit s'accorder en rapportant des faits en le commentant n'est pas respectée. Cet emploi montre à quel point il est important de mettre en question les arcanes de la pratique journalistique, en rapport avec les tendances actuelles de la gestion de l'information.

Cet emploi éloigne le discours de son caractère informationnel pour devenir un discours à connotation politique, impliqué dans des considérations qui l'éloignent aussi de son caractère social.

Le discours employé est sans doute un discours qui a tendance à raconter des faits, des événements tragiques, en montrant conciliant avec des informations parfois non vérifiées, qui vite révélées sans fondements. Ces événements se multiplient, se succèdent et ces médias montrent un intérêt particulier à ces faits divers et les commentaires politiques qui s'y associent. Une lecture spontanée est souvent constatée qui tend à créer une nouvelle identité qui menace l'existence de la société française. On accuse tout ce qui est hors culture occidentale, et vu comme une menace potentielle.

Enfin, la rhétorique de peur se généralise, à laquelle viennent s'ajouter des commentaires qui s'éloignent de l'éthique journalistique. L'information vérifiée laisse sa place à un imaginaire comme source de peur, qui détourne la voix de la raison. Cette peur s'inspire aussi de cette tendance qui décrit l'islam comme une menace contre la liberté d'expression, contre les valeurs occidentales, comme conséquence d'une tolérance de la République vis-à-vis de l'Islam. À aucun moment, ces médias n'ont évoqué, que tardivement, la mort d'un policier arabe, qui s'est sacrifié la vie pour empêcher les Kouachi (attentats de Charlie Hebdo) de commettre plus de victimes. Entre une chaîne source d'amalgame et polémique, et une chaîne qui tend à interpréter et reléguer au second plan ce que le public doit savoir, le public fait face à un choix amer.

Cette amplification de la peur émane également de cette attitude qui tend à préciser l'origine des auteurs terroristes, une pratique très courante de ces médias alors qu'ils sont nés et vécus en France, sans se demander pourquoi et les raisons qu'ils les poussent à commettre de telles atrocités. À travers un tel investissement, ces médias donnent une information de peur et de dénigrement, permettant ainsi de montrer à l'opinion publique, que toute personne dont les parents ne sont pas français est source de menace potentielle, il s'agit en effet d'associer tout acte criminel à une ethnie, ou à une catégorie sociale. La même tendance est souvent constatée chez les partis politiques d'extrême droite qui refuse la présence de l'autre, et lui incombe la responsabilité de tout échec ou dérive sociale. Les médias ont progressivement adopté cette théorie de lien entre la violence et les origines ethniques et sociales. Souvent, cette peur est vue comme une stratégie de captation pour informer le public, une attitude qui tend à faire adopter un point de vue qui ne fait forcément l'unanimité.

L'information occupe une grande partie de notre quotidien aujourd'hui. Nul ne peut nier le diktat de l'image, et personne ne peut s'empêcher de s'informer grâce à cette panoplie de nouveaux supports qui bouleversent sa façon de traiter, qui la détourne de son sens réel pour s'engager dans un contrat de captation (Charaudeau, 1998: p. 249-274). Il s'agit d'une volonté d'agir sur le comportement de celui qui regarde et qui écoute, une transformation souvent du réel à travers un langage conçu préalablement pour mieux décrypter, et une image bien choisie qui l'accompagne, en optant pour des mises en scènes originales, pour attirer et faire prévaloir des idées qui tendent à surprendre et à émouvoir. L'ordre des images a complètement changé. Entre un monde visible celui des images, et un monde des symboles (F. Jost et V. Spies: 2014), un autre monde apparaît, celui de l'image de l'autre. Autrement dit, laisser au destinataire la liberté de construire son propre champ de réflexion, d'idées, d'interprétation sans une intervention directe ou indirecte qui risque de fausser sa quête. Un média ne peut se substituer au tuteur qui détient un ou des savoirs, qui sait tout, qui oriente, qui s'impose, qui détourne la voix et se place en vedette non seulement en commentant mais également en volant cette vedette comme étant le premier à rapporter des faits.

De ce constat peut émaner un autre, celui qui consiste à banaliser la mort et ses images, ou encore se permet d'imaginer des histoires, pour susciter davantage de curiosité et de réaction émotionnelle, qui s'avèrent plus tard inexistantes.

Par conséquent, la mise en scène de la peur mérite un débat scientifique, une affaire de conscience et de morale. Un attentat n'est en aucun cas une info-spectacle. Aucun média ne peut faire partie de ce dispositif dit exceptionnel, qui accentue désormais le sentiment de la peur, qui n'est ni source de mise en scène ni une stratégie pour interpréter un événement afin d'attirer l'auditoire et le faire participer.

Ces chaînes ont mis à nu cette stratégie cachée qui convoque la fiction pour mieux capter, et développer une autoréflexivité autour d'un événement à caractère inédit. Cet ordre impose souvent une contrainte qui fait de ce traitement une opportunité qui interdit toute tentative de comprendre, et engage un autre monde de la provocation et l'amplification de la peur.

Effectivement, lors d'une situation inattendue, telle les événements du 13 novembre, le traitement de l'information en temps réel et en direct est plus délicat qui réclame plus de prudence et de vigilance. Cependant, à force de diffuser l'information tout au long de la journée, ces médias s'autorisent le droit d'ajouter, de mettre à jour et anticiper d'autres événements pour sortir l'auditoire de cette "monotonie".

De façon générale, ces médias convoquent les émotions pour influencer le public et exprimer un point de vue. Le recours aux émotions est devenu incontournable qui tend à remplacer les analyses logiques, qui accompagnent une information. Une invasion démesurée aux séquences innombrables, qui contribuent à détruire la conscience collective, et toute capacité à réfléchir ou à penser, marquant une impuissance, et un auditoire doublement victime. Le sentiment de la peur pousse à la réaction et élimine toute tentative de comprendre, et motive le recours à tout ce qui est exceptionnel.

4- Médias: information et paranoïa

Aujourd'hui, face aux événements inédits, le traitement médiatique a complètement changé. Les médias ont tendance à développer de nouvelles méthodes afin d'assurer une meilleure réception, en investissant dans différentes possibilités, comme la couverture directe de ces événements. Cependant, ces techniques ne sont pas infaillibles ; l'éthique est bafouée au nom d'un droit à l'information.

Cette information, en subissant plusieurs traitements, se voit parfois vidée de son contenu, sauf lorsqu'il s'agit d'une situation d'urgence qui suscite un traitement aussi d'urgence, ce qui donne lieu parfois à des dérives, qui nécessitent un rappel à l'ordre.

Pour capter plus d'audience, ces médias commencent à attribuer des métiers pour un traitement meilleur de l'information, comme *conseiller policier ou judiciaire de la chaîne, expert international du crime organisé...* qui privent l'information de son caractère inédit et rendent les analyses de ces nouveaux métiers nouvelles. Ce sont souvent des anciens fonctionnaires experts qui interviennent pour donner conseils, expliquer les faits, ou encore des journalistes-témoins et spécialistes de l'information qui constituent *une manne inépuisable d'informations* pour ces médias, qui profitent de leurs relations influentes pour en tirer un scoop. Ce marketing de la peur se déploie pour convaincre un public, défendre une ligne éditoriale et investir dans la séduction et la persuasion comme mécanismes de captation, en se servant d'une multitude de techniques verbales et non verbales, parfois même contestables, qui font réagir un auditoire choqué par un événement inédit.

Pour un meilleur marketing de l'information inédite, certains médias d'information en continu n'hésitent pas à investir dans la peur comme un atout pour mieux vendre de l'information auprès de l'opinion publique et faire gagner à la chaîne plus de public, et par conséquent, plus d'argent par la voie de la publicité. Plus de public suggère une manne publicitaire importante. Ou pire encore, se servir des images choquantes des victimes, des actes perpétrés ou des informations

précises sur les commanditaires, ou qui revendiquent les actes criminels, qui font répandre la peur pour revendiquer le scoop constitue une entrave à la profession. Le traitement de l'information a cédé sa place au traitement des émotions, et de l'information spectacle (F. Jost et V. Spies: 2014, op.cit.) et les jeux de la fiction (François Jost, 2011).

L'efficacité de cette entreprise dépend de trois critères. Le statut de l'intervenant: l'intervention en direct de ces personnes est jugée utile, permettant au public de suivre les événements, le déroulement des faits, et de jouir d'une grande liberté en prenant la parole, d'être écouté et surtout d'être cru. L'autorité de la peur s'installe par le biais du direct et les personnes qui ont vécu la situation. La liberté de s'exprimer sans conditions particulières: le direct offre cette possibilité de prendre la parole sans qu'il n'y ait une censure. L'ordre des événements impose un ordre particulier. La maîtrise de l'information: le théâtre des événements est conquis, toute prise de parole est justifiée et tout propos annoncé est censé être une vérité. Le journaliste en direct monopolise la parole.

5- L'émotion comme mécanisme de captation

L'implication directe se construit comme une réponse directe qui s'exerce, qui motive une affectivité, elle sert aussi d'arguments tout d'abord d'appui qui déclenche différents types d'émotions, qui jouent un rôle capital dans le déroulement des faits, qui tend aussi à montrer une maîtrise de l'information, par le fait aussi de l'emploi fréquent des expressions captivantes, qui heurtent la sensibilité du public.

La rhétorique (Aristote, 1355b: p.76) est une notion capitale dans la gestion des émotions et la persuasion, qui est vue aussi comme une "adhésion de l'esprit" (Plantin, 1999: pp.3-50).

Le discours qui accompagne l'image et les faits engage différentes stratégies et mécanismes rhétoriques caractéristiques de différents sentiments qui se manifestent, face à un auditoire confronté à une situation qui l'empêche de mobiliser toute attitude qui puise dans la raison. Face à l'émotion, il n'existe pas des règles bien précises aptes à les étudier efficacement, si ce n'est quelques tentatives qui réclament le recours à d'autres disciplines et sciences. Cette difficulté émane de fait que tout jugement est établi selon quatre ordres:

- Le locuteur se trouve confronté à une situation inédite qui favorise le déclenchement des émotions instinctives de peur. Il ne vérifie pas ses informations qu'a posteriori. Cette situation a pour conséquence d'induire le public en erreur en généralisant la peur, qui perd toute confiance et crédibilité ;
- Le locuteur se trouve confronté à une situation inédite. Il choisit de justifier ses informations en se servant des émotions et ses peurs comme arguments ;
- Le locuteur estime que ces informations sont fondées et existantes, choisit d'investir dans ses émotions pour se justifier et participe à créer

une peur collective.

- Le locuteur n'est pas sûr de l'exactitude de ses informations et choisit d'investir dans la peur pour capter davantage de public.

6- Les frontières de la liberté d'informer

Les événements du 13 novembre 2015 ont bouleversé l'opinion publique internationale sur tous les plans. La vulnérabilité des cibles, l'atrocité des images et l'indignation qui en découlent, rend le recours aux médias qui décryptent ces faits une réalité qu'aucun ne peut nier l'utilité pour s'informer. Un outil pour recueillir des témoignages et des analyses qui prennent en charge la curiosité insatiable de l'auditoire-consommateur de l'information face à ce diktat des images et la course à l'audience.

La gestion de l'information face à une situation d'urgence et cette course vers le scoop a permis de constater l'émergence d'une réalité, aussi difficile à définir, qui consiste à un recours abondant de l'émotion comme moteur de gestion, que nous pouvons qualifier de chemin facile menant à la captation, qui reflète une impasse morale et éthique de la profession des médias.

Ces médias ont eu recours à un traitement émotionnel de l'information de façon apparente, qui motive par conséquent une réaction émotionnelle pour se caser dans un registre qui risque de les rendre de plus vulnérables, car gérer une information c'est aussi investir dans l'investigation, la conscience, la connaissance, la logique et faire preuve de professionnalisme.

La vocation de cette catégorie de médias n'est pas seulement d'informer, les frontières qui doivent se faire observer ne se limitent pas à ce droit universel, qui exige une lecture consciente, loin de toute polémique et considération personnelle. Il ne s'agit pas de lieu où se disputent les convictions et les attitudes politiciennes. Le droit à une information vérifiée loin de toute lecture subjective et source d'illusions et d'allusions est au-dessus de toute considération. Les médias ont tendance à s'éloigner de cette noble mission faute de ces nouveaux éléments qui perturbent son existence et par conséquent leur crédibilité.

Il est temps de se servir de la raison afin de riposter contre la tyrannie de la peur et les émotions qui vident la vie de son sens réel et de discours médiatique de sa vocation première, de faire preuve d'une intelligence qui s'inspire de l'expérience humaine, loin de cette dictature des préjugés qui ne font qu'installer le désordre.

Se servir délibérément des émotions comme stratégie (WALTON: 1992, p.27) de persuasion est un fait contestable qui perturbe le

fonctionnement de la société moderne (Hengelbrock J. et Lanz J., 1977: p.77).

Pour une manifestation et une production instantanée de l'émotion, qui glisse vers le spectacle, les médias tentent d'incorporer le public dans ce flux important des images et des informations. Tout est fait pour produire cette émotion factuelle qui pousse à la réaction et à la mobilisation. Il s'agit d'une mise en scène efficace.

Le discours des médias ne peut se substituer à une recette magique et mécanique, caractéristique d'une utopie sociale ou professionnelle. Il est aussi un espace d'expression de représentations et de commentaires qui intègre des émotions, socialement légitimes, qui reflètent une réaction à un ordre compliqué. Il est destiné à mobiliser par le biais des émotions, un auditoire autour d'un fait inédit. Il en résulte néanmoins que cette mobilisation est devenue une arme à double tranchant: mobiliser des émotions et motiver une peur collective, qui va à l'encontre de l'exercice des métiers de l'information, fondés sur le recul, qui occulte la raison au profit d'un amalgame prémédité, et devenir source de polémique, qui condamne le public à adopter une vision émotionnelle de cet événement grâce à une mise en scène, tout à fait efficace, qui cède sa place à l'imaginaire du public pour construire sa propre image des faits.

Le traitement télévisé des événements relègue le texte au second plan qui demande au public de déployer ses différentes compétences mais également de construire une bulle pleine d'idées qui anticipent d'autres événements et participe par conséquent à généraliser un processus de peur individuelle vers une autre collective.

Ce discours se sert de ces événements et de ces *violences pour nourrir la couverture du problème qui, elle-même, entretient la mobilisation de l'opinion et suggère la nécessité d'une action publique* (Neveu, 1999: p.48)

Les émotions et leurs effets envahissent les écrans d'un monde qui change, d'une image qui rend tout texte inefficace à la décrire, et une information influencée par une rhétorique de la peur qui rend le public impuissant. La réflexion cède sa place à l'émotion, comme signe d'unité sociale au détriment d'un débat qui investit dans les métiers du nouveau journalisme. La manifestation de l'émotion dans les chaînes d'information en continu reflète une singularité de l'information, qui cherche à investir dans un discours qui la rend universelle, décryptée par tous, rompt ce contrat social et professionnel avec l'espace public et le public, et montre les limites d'un métier " du direct".

Ce traitement médiatique a généré trois attitudes émotionnelles, qui

distinguent ces deux médias: un événement unique qui crée une émotion particulière, une émotion médiatisée par le biais des commentaires, une émotion généralisée celle de la peur.

La peur comme émotion dominante devient l'expression d'un malaise social et l'image d'un média incapable à décrypter, un outil conçu pour obtenir l'adhésion du large public. Ce diktat des émotions est l'expression d'une société en crise, d'un espace médiatique à la recherche d'une nouvelle identité, les prémisses d'une crise éthique qui suscite de nombreuses questions.

Références bibliographiques

- Aristote, *Rhétorique I, 1355b*, [1932], page 76, Les Belles Lettres
- Charaudeau Patrick, 1998. « La télévision peut-elle expliquer », dans Jost François et Jérôme Bourdon, (sous la dir. de) *Penser la télévision*, Paris, Nathan, Ina coll. Médias-recherches.
- Neveu E. 1999. *L'approche constructiviste des « problèmes publics »: un aperçu des travaux anglo-saxons*, Etudes de communication, n°22
- Jost François et Spies Virginie, 2014. « L'information à la télévision, un spectacle ? », *Revue française des sciences de l'information et de la communication* [En ligne], 5 | 2014, mis en ligne le 17 juillet 2014, consulté le 24 juillet 2016. URL: <http://rfsic.revues.org/1123>
- Jost François, 2011. *Pragmatique des émotions télévisuelles*, [En ligne], Grotius, Février 2011, <http://www.grotius.fr/pragmatique-des-emotions-telivisuelles/>, lien consulté le 27 juillet 2016.
- Hengelbrock Jürgen et Lanz Jakob, 1980. « Examen historique du concept de passion », pp.77-91, *Nouvelle Revue de psychanalyse*, n°21, Paris, Gallimard.
- Plantin Christian. 1999, « Les raisons des émotions », Bondi, Marina (Éd), *Forms of Argumentative Discourse / Per un'analisi linguistica dell'argomentare*, (Bologne: CLUEB).
- Veron Eliséo, 1981. *Construire l'événement*, Paris, Editions de Minuit
- Walton Dominique, 1992. *The place of emotions in argument*, University Park, The Pennsylvania State University Press.

Notes

1. Voir le site internet de la chaîne BFMTV: <http://www.itele.fr/magazines/le-document-itele/attentats-de-paris-13-novembre-la-semaine-dapres-144334>, lien consulté le 24 juillet 16.

Abdelhak Abderrahmane BENSEBIA

Maître de Conférences Classe A

Axes de recherche: analyse du discours, lexicométrie, statistiques textuelles

Email: abdelhakbensebia@yahoo.fr