

LA PEUR ET LES MEDIAS DE LA BELLE EPOQUE A NOS JOURS

Pourquoi ce sujet ?

-Parce qu'il interroge un des deux thèmes sur lequel vous devez composer en culture générale, et qu'il croise aussi votre programme d'histoire du XX^e siècle, le court « siècle des extrêmes » étant celui de la peur de masse.

-Parce qu'il porte sur une construction médiatique, en ce sens que la Belle Epoque est une reconstruction a posteriori de la période 1896-1914 par ceux qui vécurent après la 1^oGM. A ce moment les médias et les pouvoirs publics diffusent l'idée d'un âge d'or qui aurait été stoppé brutalement par l'embrasement de l'Europe à l'été 1914. Les contemporains n'ont pas pensé du tout que cette époque était merveilleuse, ils ont même évolué dans un climat sécuritaire chronique lié à l'immigration massive, à la crise économique (pourtant terminée : 1873-1896), à la montée du nationalisme et aux guerres coloniales (rencontre de Fachoda en 1898, problèmes d'Agadir en 1905 et 1911).

-Parce que cette Belle Epoque voit l'avènement d'une presse de masse qui fait les yeux doux à la peur, une peur qui devient le principal « marronnier ». C'est par ce thème que les masses découvrent les médias de masse, dans une dynamique contradictoire de fascination et de répulsion... Les médias façonnent alors une « culture du pauvre », fondée sur la peur, propice à engendrer des rumeurs relayées et commentées à foison par les médias.

-Parce que ce sujet est d'une remarquable actualité tant nous semblons revenus, comme à la veille de la Révolution française, au règne de « l'émotion », du pathétique et de l'empathie ; il n'y a qu'à allumer un JT, lire une une de journal, consulter les brèves « yahoo » sur le web pour se persuader que la peur est « partout et tout le temps », comme le disait Lucien Febvre des hommes du XVI^e siècle. A preuve le grand désastre récent en Haïti ou la peur de la grippe A, surmédiatisées et qui rappellent l'humanité à une de ses peurs ancestrales : l'apocalypse et une vision eschatologique de la société...

-parce qu'il interroge une évolution récente de notre société, étudiée par un philosophe, F. Beck, dans un ouvrage intitulé *La Société du risque*. Deux siècles de progrès techniques et de maîtrise continue de la natalité nous ont amenés à marginaliser la mort, et par voie de conséquence à accepter de plus en plus difficilement les catastrophes... L'Etat a peu à peu investi le domaine de la sécurité collective (Etat Providence, un Etat qui se substitue à Dieu d'une certaine manière) et a marginalisé le risque en cherchant à l'anticiper, à le prévenir : la France en est le meilleur exemple puisqu'elle est le premier Etat à avoir fait entrer le fameux « principe de précaution » dans sa constitution... Tout drame personnel doit être évité par l'Etat, car dans des sociétés avancées il est vécu comme irrationnel et anachronique.

Il faut donc resserrer et problématiser ce constat : quelle est l'influence des médias sur la perception et la production de la peur ? En fait plusieurs questions doivent être posées.

-Pourquoi les médias récupèrent-ils et alimentent-ils cette rhétorique de la terreur, postulant que l'homme « aime » se faire peur ?

-La peur est-elle un moyen d'encadrer et de contrôler la société, et les médias sont-ils alors les serviteurs passifs d'un Etat soucieux d'ordre et d'harmonie ?

-Les spectateurs, lecteurs, « surfeurs » acceptent-ils passivement un discours de la peur ou se le réapproprient-ils en le transformant, en y plaquant leurs propres fantasmes dans un processus de « réception créatrice » ?

-Les médias reflètent-ils le passage à une société « post-historique » (cf E. Morin) et à une société du « risque » ?

PLAN

I-RETOUR SUR LES CONCEPTS ET LEUR HISTOIRE

- 1) Inquiétude, peur, angoisse, terreur, hier et aujourd'hui
- 2) Du canard sanglant à twitter, une infinité de médias où le « lu » s'estompe devant le « vu » et « l'entendu »
- 3) Une rencontre précoce entre les deux : les enjeux de la médiatisation de la peur

II-MECANISMES ET ENJEUX DE LA FABRICATION PAR LES MEDIAS D'UN IMAGINAIRE DE L'INSECURITE

- 1) La violence source de richesses pour les médias : le « marché de la peur »
- 2) Peut-on mesurer l'impact de la médiatisation et de la banalisation de la violence ?
- 3) La médiatisation de la violence participe d'une culture de la peur et de la rumeur aux objectifs complexes
- 4) A-t-on le droit d'interdire ou de réduire la violence dans les médias ?

III- QUELQUES ILLUSTRATIONS POUR COMPRENDRE LES ENJEUX DE LA MEDIATISATION DES PEURS

BIBLIOGRAPHIE

- W.ACKERMANN, H.P.JEUDY, R.DULONG, *Imaginaires de l'insécurité*, Klincksieck, 1983
- M.C. AMBROISE RENDU, *Crimes et délits, une histoire de la violence de la Belle Epoque à nos jours*, Nouveau monde, 2006
- J. DELUMEAU, *Histoire de la peur en Occident, XIV-XVIIIè*, Hachette Pluriel, 1978
- F.HACKER, *Agression et violence dans le monde moderne*, Calmann-Lévy, 1972
- L.R. HUESMANN, «Psychological processes promoting the relation between exposure to media violence and aggressive behaviour by the viewer», *Journal of Social Issues*, no 42, 1986. p. 125-139.
- H.P. JEUDY, *la Peur et les médias*, PUF, 1979
- G. JONES, *Violent media is good for kid*, 2000
- D.KALIFA, *Crime et culture au XIXè siècle*, Paris, Perrin, 2005
- M. M'SILI, *le Fait divers en République, histoire sociale de 1870 à nos jours*, CNRS Editions, 2000
- R. MUCHEMBLED, *Une Histoire de la violence*, Seuil, 2008
- J. PALOU, *la Peur dans l'Histoire*, édition Ouvrières, 1958

I-RETOUR SUR LES CONCEPTS ET LEUR HISTOIRE

1) Inquiétude, peur, angoisse, terreur, hier et aujourd'hui

► Le **champ sémantique** de la peur est assez large et polysémique : il y a un gradient d'intensité, de la simple « inquiétude » qui trouble la quiétude, le calme, à la peur qui désigne un sentiment plus déstabilisant, un état désagréable et une émotion plus difficile à contrôler. Si elle devient plus profonde et difficilement surmontable, elle peut conduire à une angoisse. Si elle déstabilise totalement au point de faire perdre ses capacités et le contrôle de soi, on parle de terreur. (1^{er} paragraphe texte 1 de J. Palou)

► (1^{er} paragraphe texte 1 de J. Palou)- La peur prend racine dans un **sentiment de danger, réel ou imaginaire**, devant une menace, parfois surnaturelle. Il faut donc distinguer comme le font la plupart des ethnologues des dangers palpables, « objectifs », et des peurs « subjectives », alimentées ou créées par l'imagination et les représentations d'un sujet. Par exemple l'historien J. DELUMEAU dans son essai sur la peur en Occident essaie de montrer comment il faut distinguer une peur « de » l'obscurité, fruit de mauvaises rencontres et de dangers réels, et une peur « dans » la nuit, pour ce qu'elle incarne, parce que l'homme la peuple de dangers fantastiques car ses sens notamment la vue sont déstabilisés. Selon lui, le christianisme a largement contribué à faire naître la plupart des peurs en Occident en associant des comportements jugés déviants à des sanctions, et en instrumentalisant la peur du Jugement Dernier pour maintenir un ordre social et asseoir son autorité. Certaines peurs semblent invariantes, notamment la peur du crime, des épidémies et de l'autre qui, à toutes les époques, ont mobilisé les médias

2) Du canard sanglant à twitter, une infinité de médias où le « lu » s'estompe devant le « vu » et « l'entendu »

► Longtemps l'homme, souvent analphabète, a dû se contenter d'une **culture de l'oralité et de l'image**. Jusqu'à la scolarisation de masse (disons en progression continue entre 1850 et 1890, avec les lois Ferry puis entre 1970 et nos jours, après le collège unique), l'accès à l'information est souvent le fruit d'un intermédiaire (le héraut des pièces antiques qui informe des lois et des débats importants pour la communauté, le prêtre qui à l'église donne aussi des informations sur la vie de la paroisse), d'un « médiateur » qui fait le lien entre celui qui a l'information et celui qui ne l'a pas.

► **L'accès à l'information se fait alors essentiellement par la voix et par l'image, de manière indirecte** : on écoute celui qui possède l'information et le savoir, on reçoit par l'image une culture lorsque par exemple on découvre les épisodes de la Bible sur les fresques romanes peintes et les retables gravés d'une église.

► Puis, le **développement du livre**, grâce à l'imprimerie (modernisée à la Renaissance mais surtout mécanisée au XIX^e siècle) et du journal fait accéder des masses à une information fondée sur l'écriture, le « lu », qui marginalise un temps le « vu » ou « l'entendu ». C'est l'époque du succès des « canards », feuilles d'information de qualité variable mais très peu chères et donc à la portée de tous, tant pour le contenu (souvent des faits divers sanglants et répétitifs) que pour le prix (le Petit Journal est à un sou dans les années 1870). Le XX^e siècle, sans constituer un retour en arrière sur l'importance du « lu », voit éclore d'autres médias qui

reposent sur des logiques orales ou picturales : la radio, la télévision, puis internet et les blogs...

► **Ce qui change, ce n'est pas tant la nature du support que le médiateur de l'information, le filtre entre vous et l'information.** Que ce soit le héraut, le fait diversifier, le journaliste, le « vieux » du village, on peut le considérer comme un « professionnel » de l'information qui maîtrise un « savoir » ou au moins une « technique » pour « communiquer ». Aujourd'hui, via twitter et les réseaux sociaux, chacun peut s'improviser journaliste, développer une « info », un « scoop » même si l'information reste pour l'instant à l'état de rumeur.

► Paradoxalement, alors que le secteur de la « communication » se développe, autour de professionnels formés pour cela, et que les institutions culturelles se dotent de « médiateurs culturels » pour transmettre un savoir autre que celui véhiculé par l'Ecole, **la plupart des informations relayées par les médias sont de plus en plus nombreuses et de moins en moins rigoureuses** ; les médias dans une logique de concurrence et de rentabilité doivent réagir dans l'instant, être les premiers à faire connaître l'événement (étymologiquement « ce qui survient »), le scoop ; le contenu est donc parfois moins fiable et nous n'en avons pas toujours conscience, tant le poids de l'image donne l'illusion de la vérité et endort notre sens critique, voire notre bon sens.

3) Une rencontre précoce entre les deux : les enjeux de la médiatisation de la peur

► **Pourquoi peur et médias font-ils, hier comme aujourd'hui, si bon ménage ?**

Texte 2 de M.C. Ambroise Rendu

-Parce que la peur a été le thème fédérateur entre des auteurs et un public plutôt démuné culturellement au départ. Les canards sanglants qui pullulent dans la seconde moitié du XIX^e siècle et culminent dans le Petit Journal, le Petit Parisien ou l'Illustration (à l'échelle locale dans l'Eclairer de Nice ou le Petit Niçois), séduisent les masses par cette écriture simple qui renvoie à des faits un peu hors normes et qui leur parlent. Ces récits de faits divers sont redondants, très codifiés, théâtralisés, mettent en scène non des personnages exceptionnels mais des quidam, si bien que tout à chacun peut se trouver en position de « héros ».

-Si les « élites » méprisent le genre des faits divers et répugnent à acheter (du moins publiquement) ces feuilles indignes, ils n'en connaissent pas moins les rouages de cette presse qu'aujourd'hui on qualifierait « à scandale », parce qu'elle reflète et émane à la fois d'une culture populaire : accidents de carrioles, gaziers brûlés en allumant des becs de gaz, vauriens se battant à la sortie du bar ou du bal, femmes blessées attaquant leurs rivaux au vitriol, pickpockets faisant les poches des honnêtes gens des beaux quartiers... sont autant de « marronniers » et de leitmotiv dans la presse de la Belle Epoque. Aujourd'hui les voitures ont remplacé les charrettes, les « sauvages » et les « racailles » se sont substitués aux pickpockets, mais les peurs et les articles ont finalement peu changé.

-Le représentant des forces de l'ordre, hier comme aujourd'hui, a une place de premier choix dans cette dynamique narrative. Il est souvent celui qui clôt l'événement, qui ramène la situation à la normale, qui met le point final à l'intrigue, rassurant et effrayant à la fois.

► **cela amène à une redéfinition et à un élargissement de ce qu'est la violence** : voir le texte de R. Banks (texte 5) sur la violence de la publicité pour les jeunes publics et l'influence de la publicité sur notre comportement de consommateur, sur l'estompement de la frontière entre sphère privée et sphère publique...

II-MECANISMES ET ENJEUX DE LA FABRICATION PAR LES MEDIAS D'UN IMAGINAIRE DE L'INSECURITE

1) la violence source de richesses pour les médias : le « marché de la peur »

► **La banalisation de la violence dans tous les médias a été facilitée par la généralisation du libre échange** notamment sous l'ère Reagan / Thatcher à la fin des années 1970 et pendant les années 1980. Reagan par exemple a favorisé la déréglementation concernant les émissions pour enfants à la télévision, rendant plus facile la diffusion de dessins animés violents, entre autres. On voit ainsi déferler à la télévision des mangas violents (Goldorak puis Dragon Ball) et des dessins animés destinés à un public plus avertis mais qui ciblent également les enfants (des Simpson à Southpark).

► **Les chiffres du marché des médias de la violence parlent d'eux-mêmes** : chaque année les entrées cinéma génèrent un bénéfice de 20 milliards de dollars, les jeux vidéos 30 milliards (ce qui reste inférieur à la musique, un peu plus de 30 milliards de dollars). La violence, parce qu'elle est vulgaire, décalée, attire l'attention et fait vendre. Un film qui sort, pour reprendre J. SEABROOK, doit être « faible en paroles et fort en testostérone ». De même, on assiste dans la musique à une banalisation des textes violents et sexuellement explicites. Particulièrement révélateur du phénomène, Eminem a avec son très violent *The E ! Show* généré 3,63M de dollars de bénéfices en un mois !

► **Si les majors font des efforts pour que les produits violents soient réservés aux plus de 18 ans, conformément aux lois internationales, il n'en demeure pas moins que les campagnes de marketing visent très clairement les adolescents.**

2) Peut-on mesurer l'impact de la médiatisation et de la banalisation de la violence ?

► **Aucune étude globale ne permet d'apporter une réponse tranchée et définitive** en montrant un lien incontestable entre la vision de la violence et la violence perpétrée. Les spécialistes peinent à offrir des preuves matérielles. Ils peinent également à définir ce qu'est un acte violent dans les médias, ce qui pose le problème de la mesure : est-ce simplement l'acte de blesser ou de tuer ? Ou faut-il envisager des persécutions, rackets, pressions morales et harcèlements ? Faut-il intégrer dans le décompte les dessins animés irréalistes, trop éloignés de la réalité pour influencer sur elle ?

- Parmi ceux qui voient dans **l'aggravation de certaines formes de violence la résultante d'une banalisation de celle-ci par les médias**, se trouve L. H. HUESMANN (université du Michigan) : « *la violence des médias pousse les enfants à se construire de manière plus agressive et continue à les affecter plus tard en tant qu'adultes* ». Dès les années 1970 en France, ROBERT et FAUGERON expliquaient que la presse et les médias confortaient surtout des stéréotypes du crime et du criminel. En fait ils ne font que révéler ces stéréotypes, plus qu'ils ne les créent. L'étude de GERBNER (plus récente, 2000) va dans le même sens en étudiant le « méchant » dans les médias : c'est plutôt un homme, issu des minorités ethniques, pauvres, ... quand le gentil est plutôt une gentille souvent socialement favorisée.

- Dans le camp adverse **certains considèrent que la violence est nécessaire à la construction de l'individu**, comme J. FREEDMAN (université de Toronto) : « *rien ne permet d'affirmer que regarder la télévision conduit à la violence ou y rend insensible* ». Il est rejoint sur ce point par G. JONES (Violent media is good for kid) : « *nous avons découvert que n'importe*

quel aspect de la culture populaire jusqu'au plus ordurier, exerce une fonction dans le développement des enfants... S'identifier à un héros rebelle, même destructif, aide les enfants à lutter contre une culture de la peur qui veut leur enseigner la dépendance ». Le récent Prix Pulitzer Richard RHODES va plus loin en disant que les jeux vidéos violents permettent aux jeunes de lutter contre le danger et le sentiment d'impuissance ».

3) La médiatisation de la violence participe d'une culture de la peur et de la rumeur aux objectifs complexes :

► **Si l'on regarde bien la tendance est à la décréue des crimes graves, pourtant ils accaparent les colonnes des journaux, les minutes d'antenne...**

Partir du texte 4, analyse de R. Muchembled sur la décréue continue de la violence

-Les médias produisent de la peur car ils mettent en exergue principalement la criminalité violente.

-Il ne faut pas cependant imaginer que les médias impriment leurs représentations sur les lecteurs et spectateurs comme sur de la cire molle ; la société civile suit son propre chemin dans la construction de ses représentations.

-En fait et surtout, ce n'est pas qu'on lit ou voit plus d'informations sur la criminalité, mais qu'on lit ou voit moins d'informations sur d'autres thèmes...

► Le meilleur exemple de ce complexe décalage entre peur réelle et imaginaire perce sous **l'étude des faits divers**. Comme l'explique M. M'SILI, « *ils alimentent les peurs et le sentiment d'insécurité du lecteur dont ils se veulent le reflet. Nous touchons ici à l'ambiguïté du rôle de la presse dans ses liens avec la criminalité : d'une part elle se présente en vecteur d'une image de la criminalité, d'autre part en s'emparant du thème criminel, elle crée cette image et alimente le sentiment d'insécurité du lecteur* ».

-**Le fait divers est né pour satisfaire les besoins spécifiques de la partie la moins cultivée de la population**. Ainsi les journaux qui les relatent sont très peu chers et ont un public précis : en 1954, 65% des ouvriers lisent la chronique des faits divers (dans l'ordre dans le Parisien, France soir, Libération, le Monde), 70% ont moins de 35 ans, 5% ont fait des études supérieures. **Néanmoins c'est une culture partagée par les « élites »** puisque tout le monde a « entendu parler » de ces faits divers et cette frontière est bien poreuse. DULONG a bien montré que si les discours des « élites » et celui du reste de la société civile naviguaient autour d'un imaginaire de l'insécurité commun, ces deux discours étaient très distincts.

-Comme l'explique M. M'Sili dans son étude du Petit Marseillais, « *le fait divers n'explique ni n'analyse, il exhibe* ». Elle a montré qu'entre 1870 et 1914, les phénomènes les plus représentés étaient les accidents (32%), les vols (30%) et les assassinats (24%). Au-delà de ces pourcentages on constate que les assassinats ont droit à trois fois plus de surface que les vols (120 cm² contre 40 en moyenne) mais que ces faits arrivent rarement en Une ou en illustration (moins de 9% des cas). Pourtant si l'on regarde l'évolution statistique de la criminalité (en examinant les archives issues des sources judiciaires, procès d'assises, de correctionnelles, tribunaux de justice de paix), on se rend compte que les agressions, tentatives de meurtres et meurtres déclinent (cf texte 4 de Muchembled)... Donc il existe un décalage entre la réalité de la violence et l'imaginaire qui en découle.

► **La rumeur est alors le pivot de cette culture de la peur** (voir le texte 3, l'interview d'E. Morin sur la rumeur d'Oréans) : elle génère la peur et la peur contribue à créer de nouvelles rumeurs (exemple du texte de Palou et de l'entretien de Morin). Elle provient de l'intégration de cette perte de sécurité.

-Pourtant, jamais on a eu aussi peur alors que les raisons objectives d'avoir peur de la violence sont à relativiser. J.C. CHESNAIS a montré comment toutes les formes de criminalité de sang et d'agressions diverses ont décliné depuis le XVIII^e siècle, même si comme le constate R. MUCHEMBLED et d'autres les phénomènes de violence collective, la nouvelle criminalité en bande, de plus en plus jeune, avec de plus en plus de jeunes filles, a tendance à s'accroître dans les pays industrialisés depuis les années 1970-80.

-En fait, ainsi que l'explique ACKERMANN, « *la réalité de l'agression disparaît presque toujours derrière (...) le colportage de son récit* ». Aujourd'hui la demande de sécurité n'a plus besoin de se fonder sur des faits précis, elle se nourrit de la rumeur et n'a plus aucun souci de vérité du fait. Il insiste également sur le fait que le discours sur la peur est également théâtralisé, dramatisé : « *les discours de l'insécurité théâtralisent, dramatisent les rapports sociaux, ils (...) deviennent porteurs de l'angoisse collective, de sa circulation à travers le corps social* ».

► Ainsi que l'explique D. KALIFA, on assiste donc à un paradoxe : **un déclin de la violence criminelle comme mode de régulation des tensions, mais une place de plus en plus prégnante dans la société**. Si elle n'entre qu'exceptionnellement dans la réalité, on l'accepte pourtant plus facilement dans notre espace privé via la télévision (voir R. Banks)...

-Analysant la société de la Belle Epoque, il note qu'en 1914 la présence de ces crimes et récits est obsédante, avec 14 affaires par jour dans les journaux soit 10% de la surface rédactionnelle et 13,1% des gravures et des suppléments illustrés des journaux. Elle est devenue un rite social pour consolider l'identité et la conscience collective, à créer des liens entre des communautés fragilisées et désorganisées. Le but est de moraliser, d'édifier, de défendre des valeurs... La réalité criminelle est moins évidente : la criminalité mute (phénomène de bandes armées et mobiles grâce à la voiture, crimes crapuleux et mafieux) mais n'augmente pas sensiblement. Simplement le crime est traqué dans une société devenue plus sécuritaire (brigades du Tigre...)

► **En résumé, pourquoi cette mode de la peur ?** La médiatisation de la violence favorise une **peur de la contagion**, la peur d'une violence qui peut à tout moment faire irruption dans le quotidien des gens, et tout à chacun par ces lectures ou ces images intériorise l'évidence du manque de sécurité. Les buts étant de :

-**rendre dépendants** : les pouvoirs politiques ont tendance à utiliser cette violence, en l'accentuant ou en la minorant, pour justifier la politique menée, qu'elle soit sécuritaire ou qu'elle privilégie la liberté individuelle. C'est aussi créer une demande de sécurité favorable à un Etat « fort » à un moment où il est accusé d'impuissance. La peur est un facteur éphémère de cohésion sociale qui amène les gens à affirmer qu'un ordre moral est nécessaire parce que la société s'interroge ou remet en cause un certain nombre de valeurs.

-**préserver la cohésion sociale** : cibler un ennemi déclaré est un moyen d'unir la communauté contre lui et de créer artificiellement et temporairement du lien social. Le but est aussi de faire émerger en négatif, en creux, les valeurs qui constituent le socle de la communauté en mettant à l'index ceux qui violent ouvertement ces valeurs.

-**faire vivre tout un marché de la protection**, tous ceux qui par leur métier ou leurs convictions voudraient placer les individus à l'abri du risque... Les assureurs, les compagnies de vigiles, les avocats, les politiques...

5) *A-t-on le droit d'interdire ou de réduire la violence dans les médias ?*

► **Beaucoup y voient une nouvelle forme de censure et de puritanisme, qui va à l'encontre de la réalisation personnelle de l'individu**. Comme l'explique le réalisateur M.

Moore, « *la peur, l'envie, le désir de puissance et la rage sont des aspects de notre personnalité que nous essayons d'écarter de notre quotidien, mais que nous désirons ou avons besoin d'expérimenter indirectement à travers l'histoire des autres. Les enfants ont besoin de divertissements violents pour explorer et intégrer un certain nombre d'émotions inévitables qu'on leur a appris à refouler, et développent ainsi une individualité plus complète, complexe et solide.* »

► **Est-ce que cette situation est réellement nouvelle ?**

-Sur le fond les parents ont toujours raconté des histoires terrifiantes à leurs enfants mais les adaptaient en fonction des réactions des petits.

-Ce qui change dans les médias modernes c'est que l'image est imposée et tue l'imagination, ou anéantit le choix dans l'épilogue. L'image est imposée au spectateur, qui la subit, surtout dans le cas des plus jeunes.

IV- QUELQUES ILLUSTRATIONS POUR COMPRENDRE LES ENJEUX DE LA MEDIATISATION DES PEURS

Exemple développé sur les bandits de Pégomas.

-entre 1906 et 1914 dans un petit village non loin de Grasse, des intimidations et des incendies de grange au départ, puis des agressions, puis des meurtres : au total 4 meurtres, près de 8 tentatives, 2 profanations de cimetière et une quantité incalculable de petits délits et d'incendies plus ou moins graves. Crée un imaginaire de la bande de brigands, les « bandits fantômes » parce qu'insaisissables... Mais dans les sources au plus les agressés évoquent 3 personnes seulement...

-une aggravation continue au rythme de la médiatisation de l'affaire : le plus les journaux couvrent l'affaire, le plus les journalistes viennent de loin (Cannes, Nice, puis Paris, Londres), le plus les bandits s'agitent. Inversement si les médias les oublient, ils se rappellent à leur souvenir. Ils communiquent avec eux, laissant des messages à la craie pour railler les forces de l'ordre. Les médias confortent des stéréotypes des bandits, et aussi donnent à lire l'opposition entre Paris et la province, et entre les journalistes locaux et les journalistes parisiens... Le regard porté par les Parisiens est teinté de colonialisme.

-la réaction des autorités, offrir plus de sécurité : au plus fort de l'affaire, 1 gendarme pour 15 habitants, le village est cadenassé, les gens effrayés mais murés dans le silence ... Les crimes continuent jusqu'à l'arrestation d'un garçon simple d'esprit qui n'est vraisemblablement pas seul coupable (même si les crimes cessent après son procès). Mais la police et la gendarmerie s'aliènent les locaux, car ils désorganisent les petits trafics et étouffent l'économie locale... Les forces de l'ordre se servent des médias, pour piéger les bandits, obtenir des informations des habitants, mais les médias leur échappent : ils révèlent les dysfonctionnements de la justice, de la police, les histoires enterrées du village ce qui conduit les habitants à davantage de silence.

Texte 1 : J.PALOU, *La Peur dans l'Histoire*, 1958, page 20, puis pages 95-96 et 115.

« Les peurs suscitées un peu partout en France lors de la fuite du roi, en juin 1791, ont entraîné dans presque tous les villages la Création de Comités de vigilance prêts à parer au moindre danger perçu. Ainsi la peur qui est un sentiment désordonné aboutit à la création de lois nouvelles ou à un processus de constitutions juridiques de liens entre les hommes.

(...) Les peurs du XIX^e siècle furent encore pleines de fantômes et de fantasmes. La littérature de ce temps est, comme nous le verrons bientôt, fidèle traductrice d'un certain genre morbide, reflet de l'époque. Les plus grandes peurs sont celles des épidémies, pestes et autres choléras. Nous sommes à cette époque dans un temps d'Ancien Régime et ce, jusqu'en 1871. Les peurs sont jusque là en grande partie d'origine sociale et la crainte illusoire, sous le Second Empire, de rétablir la Dîme ou les droits féodaux suffisaient en certaines provinces pour susciter des troubles assez graves. La peur des Partageux allait de pair chez les bourgeois et les Possédants avec les peurs des Paysans soucieux de ne plus voir revenir l'Ancien état de choses détesté. La coupure dans l'Histoire de la peur se trouve donc à peu près en 1871. Dès lors, la peur prendra un aspect plus général, plus moderne aussi. Des paniques boursières atterreront tout un monde : celui des affaires. Et surtout la Grande Constante sera la peur de la Guerre et cela, non seulement aux approches des conflits mondiaux lorsque les crises diplomatiques commencent à se dénouer d'une manière rendue publique par les journaux, mais encore d'une façon permanente. Qui se souvient de la panique que causait en 1935 l'hebdomadaire « Vu » lorsqu'il consacrait un de ses numéros spéciaux à une future guerre bactériologique ? Le Progrès de la presse, de cette presse dont Balzac disait que « si elle n'existait pas, il ne faudrait pas l'inventer » (Illusions perdues) contribua énormément à répandre les nouvelles de ces peurs.

(...)

Une sorte de nouvelle Grande Peur de 1789 réapparut ainsi en 1953, dans le Morbihan. C'est là un événement extrêmement curieux, sur lequel nous dirons quelques mots. Été 1953 ; des grèves naissent un peu partout en France, paralysant les moyens de communication et aussi la distribution des courriers. Dans le Morbihan, à quelques kilomètres d'Auray. Un paysan écoute la radio. C'est une émission de chansonniers. Il prend cette émission en retard, et d'ailleurs se trompant de poste il croit être au moment des informations. Consterné, il apprend le débarquement des Russes en Bretagne. Sans en entendre davantage – et le reste de l'émission comique l'en aurait sûrement détrompé – il ferme le bouton et se précipite dans le village pour y porter la nouvelle. On l'écoute d'autant plus qu'il est un gros propriétaire du canton. Ses auditeurs, déjà surexcités par une certaine presse, marquent un mouvement d'affolement. Sur ce, arrive des champs un autre paysan. On lui dit la nouvelle et il ajoute aussitôt une confirmation. Il a vu près des bois proches du village des hommes armés qui se dissimulaient. (Ce sont des Américains d'un camp voisin ; il les voit tous les jours ou presque, mais le désir de jouer un personnage lui fait plus ou moins consciemment travestir sa propre vision). On s'affole. Les femmes, prévenues, pleurent. La peur règne sur un village de deux cent cinquante habitants. Quelqu'un, sceptique, raconte qu'il faut aller voir le curé qui est de bon conseil et qui, de plus, ayant la radio peut avoir aussi écouté l'information, du débarquement des Russes, et ce jusqu'au bout de l'émission. Le curé ne sait quoi penser. Sa radio est en panne depuis deux jours. Il demande simplement qu'on aille s'informer dans d'autres localités. »

1) Relevez tous les mots qui appartiennent au champ lexical de la peur.

2) Quel est le mécanisme de la rumeur et comment contribue-t-elle à alimenter la peur ?

3) Relevez tous les médias et les « médiateurs » de cette peur ? Les médias créent-ils toujours et volontairement la peur ?

4) D'après le début de l'extrait quel rôle social la peur a-t-elle ? Peut-on en faire le ciment d'une société ?

Texte 2 : M.C. AMBROISE RENDU, *Crimes et délits, une histoire de la violence de la Belle Époque à nos jours*, Nouveau Monde Éditions, 2006, pp 273-sq

« La médiatisation massive et, pourrait-on dire, systématique du monde est, historiquement, un phénomène récent. Un siècle et demi, à peine plus. Or, l'émergence d'un sentiment d'insécurité est assez strictement contemporaine de l'épanouissement des médias. Autre conjonction : un procès constant, dont les termes sont inlassablement répétés depuis un siècle, intenté à la presse. Les axes de ce procès sont complémentaires : la presse favorise la contagion du crime en abusant des récits de crimes et de violence, elle démoraliserait la jeunesse et serait à l'origine de la dissolution des mœurs. Mais elle offrirait également une représentation faussée des dangers qui menacent l'ordre et la sécurité, exagérant certains périls, en atténuant d'autres.

(...) Les sociologues ont maintes fois fait la remarque : on observe un rapport proportionnellement inversé entre la criminalité connue de la police et les crimes commentés dans la presse. L'homicide, qui représente moins de 0,5% des crimes connus de la police constitue 45% des affaires rapportées par la presse. A l'inverse les vols rares dans la presse, représentant les trois quarts des atteintes signalées à la police. Parmi les crimes rares et graves, seul le viol bénéficie encore d'une faible couverture médiatique. Pour le reste, on peut affirmer que la probabilité qu'un crime soit relaté par les médias est relative à sa rareté et non à sa fréquence. Il est vrai aussi que certains faits bénins mais insolites sont traités avec une certaine attention en raison de leur caractère exceptionnel. (...) La presse privilégie l'exceptionnel au quotidien parce que, pour elle, c'est l'exception qui fait l'événement, l'actualité, la nouvelle. (...) La sélection, les déformations, les mises en perspective sont constitutives du travail des médias. Les partis pris en matière de concurrence d'un objet, fut-il un texte, sont la garantie de sa lisibilité. Informer c'est choisir, trier, organiser une matière infinie, couper dans le flux de l'événement, réordonner son cours afin de le rendre intelligible. C'est mettre de l'ordre là où ne règne que le chaos qui semble caractériser le déroulement des faits. (...) Il est usuel d'entendre dire que, à parler d'abondance de la violence, à raconter quotidiennement des crimes et des méfaits, la presse agirait sur les comportements en suscitant un phénomène d'imitation. (...) La notion d'imitation pose le problème de la réception réservée par le public au message des médias. (...)

Les récits de crime et de châtement sont accusés de pervertir le sens moral des lecteurs les plus influençables, à savoir les membres des classes populaires. Parmi eux, ce sont les femmes et les enfants qui sont jugés les plus influençables et les plus réceptifs au pouvoir hypnotique de la lecture. (...) Ces reproches posent le problème du contact établi par la médiatisation, entre l'événement et le public. Les tenants de la contagion raisonnent sur ce point en médecins : c'est ce contact, facteur de contagion, qui permet l'imitation (...). C'est pourquoi la médiatisation du crime, productrice de maux nouveaux, devient un véritable fléau. »

- 1) Pourquoi peut-on parler d'une contradiction entre une peur réelle et une peur fantasmée, entretenue par les médias ?
- 2) Quels sont les deux principaux reproches adressés à la presse (et au médias d'une manière générale) concernant son rapport à la violence et à la peur ?
- 3) Comment l'auteure définit-elle le travail des médias sur l'information ? Commentez et discutez la phrase soulignée.
- 4) Montrez que ces reproches faits à la presse ont parfois caché un discours discriminant de la part des élites et des pouvoirs publics.

- 5) Ce qui est dit par l'auteur à propos de la presse écrite vous semble-t-il valable à propos des nouveaux médias reposant plus volontiers sur l'image (télévision, internet...)
- 6) Comment comprenez-vous ce jugement un peu différent d'une autre spécialiste de la médiatisation du crime, M. M'Sili (auteure d'une remarquable étude sur l'évolution de la rubrique des faits-divers du Petit Marseillais à la Belle Epoque), lorsqu'elle écrit : « *le fait-divers n'explique ni n'analyse : il exhibe* ».

Texte 3 : entrevue accordée au Point (n°1912) par E. Morin, sociologue, philosophe, le 7 mai 2009. Propos recueillis par B. Eschapasse

En 1969 naissait à Orléans une inquiétante rumeur faisant état de la disparition de jeunes femmes, prétendument chloroformées dans les cabines d'essayage des magasins de la rue de Bourgogne. Un véritable vent de panique avait soufflé pendant plusieurs mois sur la ville. Le sociologue Edgar Morin, qui a consacré un ouvrage (1) au phénomène, revient sur cette étonnante histoire.

Le Point : Comment avez-vous appris l'existence de cette rumeur ?

Edgar Morin : Par la presse. L'histoire selon laquelle des jeunes filles disparaissaient mystérieusement dans la ville sourdait dans la population depuis le début du printemps 1969. Les journaux locaux ont abordé le sujet fin mai. *Le Monde* a consacré un papier à l'affaire le 7 juin. Il était titré « Des femmes disparaissent à Orléans. Canular ou cabale ? » C'est en lisant cet article que j'ai appris la chose.

Comment a-t-elle éclaté au grand jour ?

Un matin, un groupe de curieux s'est agglutiné devant la vitrine d'un magasin de prêt-à-porter de la rue de Bourgogne. Les propriétaires de la boutique se sont inquiétés de voir cette foule s'amasser et ont appelé la police. Quand les forces de l'ordre sont arrivées, de nouveaux badauds avaient grossi les rangs. Les policiers ont interrogé les passants. Les gens s'étaient arrêtés parce qu'on leur avait dit qu'une jeune fille était entrée et n'était jamais ressortie.

Aucune disparition n'avait pourtant été recensée.

Effectivement. La police n'avait été alertée d'aucune disparition suspecte. Ce fait a d'ailleurs été souligné dans la presse dès le début. Mais cela n'a pas suffi à tuer la rumeur, car les gens imaginaient qu'on leur cachait la réalité pour ne pas les alarmer.

Qui a d'abord véhiculé cette histoire ?

Il est difficile de retrouver l'origine d'une légende urbaine. On a découvert par la suite qu'un magazine avait publié une fiction ressemblant étrangement au scénario de la rumeur d'Orléans.

Pourquoi vous être intéressé à cette histoire ?

Parce que l'événement me semblait significatif. L'irruption de cette rumeur dans une petite ville tranquille me paraissait révélatrice des transformations profondes que subissait la société française à l'époque. Quelques années auparavant, je m'étais penché, avec mon équipe, sur les mutations d'un petit village breton, Plozévet. J'y avais passé de longs mois, en 1965, à essayer de comprendre comment la modernité s'insinuait dans les structures mentales et sociales. En 1968, je m'étais passionné pour les événements de Mai. Là, nous nous trouvions face à quelque chose de tout aussi captivant : la résurgence dans une cité moderne de récits empruntés au Moyen Age.

C'est-à-dire ?

Une chose qui n'était pas dite ouvertement, mais qui transparaissait quand on étudiait cette rumeur, c'est que tous les commerçants visés étaient juifs. Cette rumeur trahissait donc un antijudaïsme inconscient provenant en directe ligne de l'époque médiévale. Le personnage du juif jouait ici le rôle immémorial de bouc émissaire. Il catalysait l'angoisse du reste de la population.

Quelle angoisse ?

Celle qui naît du changement. Celui qu'incarnaient, à leur manière, ces jeunes filles qui allaient dans des magasins pour acheter des minijupes ou des vêtements à la mode. Ce délire antisémite du marchand juif enlevant des jeunes filles pour alimenter un réseau secret de prostitution révélait le malaise de certaines de ces femmes tiraillées entre l'envie de jouer les affranchies et leurs vieilles inhibitions. Leurs parents pouvaient par ailleurs utiliser cette rumeur en leur disant : vous voyez, on commence par la minijupe mais on ne sait pas où ça peut conduire

1. « La rumeur d'Orléans », Seuil, 1969.

Texte 4 : R. MUCHEMBLED, *une Histoire de la violence*, Seuil, 2008

« Du XIII^e au XXI^e siècle, la violence physique et la brutalité des rapports humains suivent une trajectoire déclinante dans toute l'Europe de l'ouest. La courbe des homicides répertoriés dans les archives judiciaires en témoigne. Au très haut niveau initial observé voici sept cents ans succède une première baisse, de moitié environ, vers 1600-1650, suivie d'un effondrement spectaculaire : le nombre de cas est divisé par dix en trois siècles, jusqu'aux années 1960, tandis que les décennies suivantes connaissent une relative mais nette remontée. Durant toute la période, l'acte meurtrier enregistre cependant des permanences en matière de sexe et d'âge qui posent de multiples interrogations. Il concerne très peu les femmes, dont la part se situe aujourd'hui autour de 10% avec de faibles variations depuis la fin du Moyen-Age, et se trouve surtout commis par de jeunes mâles entre 20 et 30 ans. Jusqu'au XIX^e siècle, il est plus fréquent dans les pays méridionaux que dans les pays du nord. De nos jours, une frontière invisible sépare encore le monde occidental de l'ancien bloc soviétique, particulièrement de la Russie où le taux d'homicide atteint 28,4‰ habitants en 2000 (...) La seule conclusion que partage la plupart des chercheurs actuels revient à constater l'émergence sur le Vieux Continent d'un puissant modèle de gestion de la brutalité masculine, juvénile en particulier. » pp. 7-8.

Texte 5 : Russell Banks, *entretien avec Jean Michel Meurice, Amérique, notre Histoire, Actes Sud, Arte Editions, 2006 pp. 126-127*

« Comme la programmation de la télévision n'existe que pour vendre des produits, la télévision n'est rien d'autre qu'un représentant de commerce. La publicité n'est pas là pour promettre à des émissions d'exister ; c'est exactement l'inverse. Les émissions existent pour qu'on puisse faire passer des publicités. Dans les années 1950 nous avons donc laissé le représentant de commerce entrer dans nos maisons. Au début, nous l'avons eu dans le séjour. Puis ce représentant est devenu le baby-sitter de nos enfants. A présent, il est dans la chambre trois heures par jour avec ces mêmes enfants. Au fond, nous avons donc abandonné nos enfants aux pourvoyeurs d'objets de consommation – baskets, vêtements, jouets, jeux vidéos et, dans la foulée, bière, alcool et voitures. Nous avons fait quelque chose qui n'avait encore jamais été fait. En tant qu'espèce, il nous incombe de protéger nos enfants parce qu'il faut longtemps – plus que toute autre espèce- à un petit homme pour devenir adulte, pour apprendre à se socialiser de manière humaine. Jadis, lorsque l'espèce était en évolution, nous avons d'abord protégé les petits des intempéries, des tigres à dents de sabre, des forces amORALES de l'univers ; nous les protégeons lorsqu'à ce qu'ils soient en mesure de prendre soin d'eux-mêmes. A notre époque, les forces amORALES de l'univers sont avant tout économiques. (...) Mais aujourd'hui nous avons introduit le tigre à dents de sabre dans la caverne et lui avons dit : installe-toi bien confortablement près du feu. Et maintenant, nous laissons le représentant garder les enfants pendant que nous sortons ».