

Médias de l'intime

Jamil Dakhli

Référence électronique

Jamil Dakhli, Médias de l'intime. *Publictionnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics*. Mis en ligne le 07 novembre 2016. Accès : <http://publictionnaire.huma-num.fr/notice/medias-de-lintime/>.

Le *Publictionnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics* est un dictionnaire collaboratif en ligne sous la responsabilité du Centre de recherche sur les médiations (Crem, Université de Lorraine) ayant pour ambition de clarifier la terminologie et le profit heuristique des concepts relatifs à la notion de public et aux méthodes d'analyse des publics pour en proposer une cartographie critique et encyclopédique.

Accès : <http://publictionnaire.huma-num.fr/>

Cette notice est mise à disposition selon les termes de la licence Creative Commons Attribution - Pas d'utilisation commerciale - Pas de modification 3.0 France.

Pour voir une copie de cette licence, visitez <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/fr/> ou écrivez à Creative Commons, PO Box 1866, Mountain View, CA 94042, USA.



Médias de l'intime

L'expression « médias de l'intime » relève de l'oxymore, tant la notion d'intime, qui renvoie à ce qui n'est en principe connu que de soi ou d'un cercle de très proches, semble incompatible avec le pouvoir de diffusion des médias, qui détermine le caractère public de leurs messages. Il convient à ce titre de rappeler ce qui distingue l'intimité de la vie privée, même si ces deux dimensions sont étroitement liées et parfois confondues dans le langage courant : « La vie privée est une notion politique tandis que l'intime est une activité sociale, une portion d'espace réel ou métaphorique dont l'acteur principal privilégie la garde, n'y admettant qu'un nombre limité de personnes. Dans les sociétés post-modernes comme les nôtres, on a tendance à réduire l'intimité et les espaces où elle se cantonne à la dimension sexuelle de l'existence » (Bawin, Dandurand, 2003 : 3). Malgré son apparente incohérence, la notion de « médias de l'intime » illustre en réalité un double paradoxe, souvent saisi comme une évolution irrépressible, catalysée par les médias : la privatisation de l'espace public contemporain – que signale par exemple la peopolisation des hommes et des femmes politiques – et, en parallèle, la publicisation de l'espace privé avec les progrès de l'extimité (Tisseron, 2002), du *self-monitoring* (Marshall, 2014) et de l'expressivisme (Allard, 2010), dans les médias « traditionnels », et plus encore sur les réseaux numériques.

Aussi indéniables soient-elles, ces deux évolutions croisées ne sont pas sans précédents. La vogue mémorialiste de la Renaissance, l'invention du pacte autobiographique par le Rousseau des *Confessions* au XVIII^e siècle (Lejeune, 1996) puis l'exaltation du Moi par le Romantisme au siècle suivant annoncent dans une certaine mesure le caractère hybride, à la fois très personnel et ouvert à tous, des épanchements contemporains sur la blogosphère et le web 2.0 (Papatheodorou, 2005). Et ce, alors que l'histoire des sociétés occidentales a longtemps été et est encore aujourd'hui celle de la reconnaissance de l'identité individuelle et d'espaces intimes – pour la toilette (cabinet, salle de bains) et pour la nuit (lit conjugal et non plus partagé par tous) (Ariès, Duby, 1985-1987). En sens inverse, que la communication politique se fonde sur la mise en exergue de traits individuels n'est pas une nouveauté : témoin la constante scénarisation des moindres actes de la vie quotidienne du Roi Soleil à Versailles. Que le débat public soit profondément bouleversé par des révélations transgressives sur la vie privée des dirigeants n'est pas plus inédit, comme le prouvent l'Affaire du collier de la Reine, où Marie-Antoinette fut soupçonnée d'accointances sexuelles avec le Cardinal de Rohan au détriment des finances du Royaume, ce qui fut l'un des facteurs de la dégradation du climat politique avant la Révolution –, ou l'Affaire Caillaux en 1914, étalant au grand jour l'adultère du ministre des Finances, en même temps que sa malhonnêteté supposée (Prost, 2002).

Médias et tyrannies de l'intimité

Reste que, depuis leur apparition et sous leurs diverses formes successives, les médias jouent un rôle décisif dans l'avènement de « tyrannies de l'intimité » (Sennett, 1979), injonction sociale au dévoilement de soi – dans les relations interpersonnelles comme dans la sphère

publique –, qu'ils traduisent et encouragent tout à la fois : « Partout où ils pénètrent, les médias de masse et les nouvelles technologies bousculent les frontières du proche et du lointain, de l'intime, du privé et du public » (Bougnoux, 2001 : 90).

Ces évolutions sont d'autant plus marquantes que des médias ou des genres médiatiques se spécialisent, précisément, dans la divulgation de l'intimité. En presse écrite d'abord, avec, d'une part, le succès du « courrier du cœur » dans les magazines féminins, surtout à partir de l'entre-deux-guerres ou, à partir des années 1960, les revues pour la jeunesse ; d'autre part, l'essor de périodiques consacrés à la vie, surtout privée, des stars du cinéma et de la chanson – tels *Cinémagazine* (1921) ou *Cinéma* (1928) – et des célébrités en général, les *people* (Dakhli, 2010) : au lendemain de la Seconde Guerre mondiale avec *Ici Paris* (1945), *Point de vue* (1945) ou *France Dimanche* (1946) et à nouveau depuis la fin des années 1980, dans le sillage du magazine *Voici* (1987).

La radio n'est pas en reste, avec les émissions phares de Mérieu Grégoire sur RTL dans les années 1960-1980 (Cardon, 1995 ; Blandin, 2011) ou les programmes de « libre antenne » de la bande FM dans les années 1990-2000, qui défraient la chronique en encourageant des échanges débridés sur la sexualité, à destination des jeunes auditeurs (Deleu, 2012).

Au tournant des XX^e et XXI^e siècles, le développement des *reality-shows* et des *talk-shows* de confessions intronise une « télévision de l'intimité » (Mehl, 1996) que redoublent plusieurs concepts de la télé-réalité où les âmes, autant que les chairs, se mettent à nu (Jost, 2007 ; Nadaud-Albertini, 2013). Enfin, la facilité avec laquelle, aujourd'hui, chaque individu peut produire, grâce aux technologies numériques, des contenus en ligne – textes, sons, images – à tout moment et en tout lieu, flatte le goût pour le dévoilement de soi – que d'aucuns qualifieront de narcissique – et exalte les indiscretions sur la vie privée des personnages publics (Dakhli, 2010).

Explications

D'un point de vue sociologique, cet étalage médiatique de l'intimité peut recevoir plusieurs explications. Dominique Mehl (2008) pointe quatre d'entre elles plus particulièrement :

- 1) L'individualisme contemporain : le déclin des grandes affiliations provoquerait non pas tant un vide normatif qu'une multiplicité de modèles et de valeurs ; l'individu chercherait de ce fait à se confronter à d'autres expériences individuelles. Suivant une logique comparable, Pierre Chambat et Alain Ehrenberg (1993) relient le succès des *reality shows* à la possibilité pour chacun d'entre nous d'y puiser la force nécessaire pour vivre sa vie d'individu ordinaire, grâce au spectacle d'alter egos. Et ce, d'autant plus que la prégnance d'un imaginaire démocratique interdirait désormais de s'identifier à des caractéristiques individuelles hors du commun (Ehrenberg, 1991 : 186). Or, les affects constituent le vecteur d'identification le plus fédérateur, par-delà toutes les différences de revenus, de situation géographique et d'appartenance culturelle ou sociale susceptibles de séparer les téléspectateurs.
- 2) La valorisation du lien familial : la solidarité familiale serait le « lien central de notre ère contemporaine » (Mehl, 2008 : 275), une valeur-refuge, primant les autres formes de relations sociales.
- 3) La psychologisation du lien social : du fait de la popularisation des théories freudiennes au XX^e siècle, la culture psychologique serait devenue culture de masse et par là même un système explicatif souverain, plébiscité dans les médias, ce que l'on note non seulement dans

la « télévision de l'intimité » (Mehl, 1996) mais dès les émissions de confidences de Ménie Grégoire dans les années 1960-1980, qui déploient déjà toute une vulgate psychanalytique (Blandin, 2011).

4) Le libéralisme et le relativisme culturels : les médias de l'intime sont l'occasion pour les usagers de se confronter à la diversité des normes possibles, et plus particulièrement en matière de famille, de couple ou de sexualité : entre tradition et innovation, rappel à l'ordre et libertarisme.

Dès lors, l'extraordinaire succès contemporain des médias de l'intime est riche d'enseignements. Le sens commun voudrait que l'étalage de l'intimité signe sa disparition pure et simple. Or, l'intimité se serait simplement déspatialisée et détemporalisée. Grâce aux nouvelles technologies d'information et de communication et au téléphone mobile par exemple, l'intimité, ce serait désormais « où je veux et quand je veux », suivant la formule de Serge Tisseron (2011 : 125). Elle se serait surtout fortement individualisée : à chacun d'entre nous sa propre définition de son intimité, pouvant varier considérablement de celle de son voisin, ce qui va de pair avec le relativisme culturel évoqué *supra*. Plus que jamais, les médias de l'intime invitent à cesser de penser les sphères privée et publique « comme radicalement coupées l'une de l'autre et étanches l'une à l'autre » et en revanche à saisir les médias « comme le carrefour où se rend visible et lisible le mariage de l'homme privé et de l'homme public » (Mehl, 1994 : 110).

Bibliographie

Allard L., 2010, *Mythologie du portable*, Paris, Éd. Le Cavalier bleu.

Ariès P., Duby G., dirs, 1985-1987, *Histoire de la vie privée*, t.1-2, 1985 ; t.3, 1986 ; t.4-5, 1987, Paris, Éd. Le Seuil.

Bawin B., Dandurand R. B., 2003, « Présentation », *Sociologie et Sociétés*, 35, 2, pp. 3-7.

Blandin C., 2011, « Médias : paroles d'experts paroles de femmes », *Histoire@Politique. Politique, culture, société*, 14, mai-août. Accès : www.histoire-politique.fr.

Bougnoux D., 2001, *Introduction aux sciences de la communication*, Paris, Éd. La Découverte.

Cardon D., 1995, « "Chère Ménie..." Émotions et engagements de l'auditeur de Ménie Grégoire », *Réseaux*, 70, mars-avril, pp. 41-78.

Chambat P., Ehrenberg A., 1993, « Les reality-shows, un nouvel âge télévisuel ? », *Esprit*, 188, janv., pp. 5-12.

Dakhlija J., 2010, *Mythologie de la peopolisation*, Paris, Éd. Le Cavalier bleu.

Deleu C., 2012, « Dix heures et demie du soir à la radio : l'amour sur les ondes », *Le Temps des médias*, 19, pp. 50-65.

Jost F., 2007, *L'Empire du loft (la suite)*, Paris, Éd. La Dispute.

Lejeune P., 1996, *Le Pacte autobiographique*, Paris, Éd. Le Seuil.

- Marshall P. D., 2014, « Professional Public Identity: The Migration of Persona in Contemporary Culture », Conférence à l'Université Paris 3 Sorbonne Nouvelle, 20 nov. Accès : https://prezi.com/gbjyafn1doh3/professional-public-identity-the-migration-of/?utm_campaign=share&utm_medium=copy.
- Mehl D., 1994, « La “vie publique privée” », *Hermès, La Revue*, 13-14, pp. 95-113.
- Mehl D., 1996, *La Télévision de l'intimité*, Paris, Éd. Le Seuil.
- Mehl D., 2008, « La télévision de l'intimité », *Le Temps des médias*, 10, pp. 265-279.
- Nadaud-Albertini N., 2013, *12 ans de télé réalité... Au-delà des critiques morales*, Paris, Ina Éd.
- Papathéodorou A., 2005, « Syndication, information nomade et médias intimes », *Multitudes* 2, 21, pp. 69-78. Accès : www.cairn.info/revue-multitudes-2005-2-page-69.htm.
- Prost A., « Comprendre les évolutions », pp. 23-38, in : Baudry P., Sorbets C., Vitalis A., dirs, *La Vie privée à l'heure des médias*, Bordeaux, Presses universitaires de Bordeaux.
- Sennett R., 1979, *Les Tyrannies de l'intimité*, Paris, Éd. Le Seuil.
- Tisseron S., 2011, « Les nouveaux réseaux sociaux : visibilité et invisibilité sur le net », pp. 117-129, in : Aubert N., Haroche C., dirs, *Les Tyrannies de la visibilité. Être visible pour exister ?*, Toulouse, Éd. Érès.