

FONCTIONS DE LA PSYCHANALYSE DANS LES MEDIAS : DEMOCRATISER LE SAVOIR OU LE PROTEGER ?

Stéphanie Torre / *contact@stephanietorre.com*

Je remercie l'ALI de m'accorder, aujourd'hui, la possibilité de proposer un sujet de cartel qui interroge notre éthique plus que notre clinique, à savoir notre éthique de psychanalystes dans la cité. En effet, je souhaite ici vous soumettre une problématique qui, en tant qu'analyste mais aussi en tant que journaliste et administratrice des pages Facebook et Instagram de l'Association, m'interpelle régulièrement, comme elle doit, je suppose, interpeller celles et ceux d'entre vous qui, sur un site, un blog, une page s'adressent au public en tant que psychanalyste.

Depuis plus d'un siècle, scandaleuse pour les uns, révolutionnaire pour les autres, la psychanalyse n'a cessé d'être successivement ensevelie ou redécouverte, tant par les experts des sciences humaines et sociales que par l'opinion. L'âge héroïque que furent pour elle les années vingt, puis l'âge d'or qu'incarnèrent les années soixante, ont ainsi systématiquement été suivis de périodes de dénigrement et de critiques acerbes.

À quelle période de cette sinusoïde en sommes-nous en 2020 ? Sans doute pas très loin du creux de la vague, en aval ou en amont, selon que l'on considère la « crise psychanalytique » comme étant passée ou en train de s'amplifier.

Il faut dire qu'en plus du handicap que représente déjà, pour la science de l'inconscient, l'expansion des sciences cognitives, les récentes et profondes dissensions, entre analystes, autour de certains débats de société, n'ont pas contribué à valoriser son image, ni sa représentation sociale... Ce qui a conduit à un certain désamour à son égard.

Parmi les signes les plus visibles de ce « désamour » : la moindre portée du discours psychanalytique dans le bruit médiatique actuel. Pourtant longtemps ardemment réclamée par la presse, la radio ou la télévision pour « éclairer » le grand public « autrement », la psychanalyse est désormais tenue de céder très régulièrement sa place aux comportementalistes, aux neuroscientifiques... Ce qui vient mettre un terme à l'hégémonie dont elle a longtemps profité. Depuis quelque temps, les héritiers de Freud ont donc de moins en moins l'occasion de répondre aux questions des journalistes qui leur préfèrent des « pys » ou des « coachs » porteurs d'un savoir moins « exigeant » et plus « rassurant ».

Certes, fort heureusement, quelques rédactions celle de *Libération*, du *Monde* ou de *France Culture* ou *d'Arte*, font encore la part belle à la psychanalyse et à certains de ses représentants. Mais pour autant, et même si le paysage médiatique français est en pleine mutation sous l'influence du numérique et des nouvelles technologies de l'information et de la communication, le constat est sans appel : aujourd'hui encore, la science du divan a souvent mauvaise presse et l'on peut se demander ce que les lecteurs, les auditeurs, les téléspectateurs parviennent à entendre quelque chose de ce qui serait la vocation de l'analyse, à savoir de faire progresser un individu dans la connaissance de soi par le biais du dire et de donner, par conséquent, plus de souplesse à sa pensée ?

Si le travail que je souhaite mettre à l'œuvre dans le cadre de cartel n'a pas la prétention de faire toute la lumière sur cette question, sans doute peut-il néanmoins permettre de proposer des réflexions à partir de cette problématique :

La psychanalyse doit-elle s'exprimer dans les médias pour continuer d'exister ou demeurer discrète pour préserver son savoir ?

En effet, plus que jamais, des questions se posent, notamment pour la jeune génération de praticiens, à propos de ce que l'on doit bien appeler la « communication psychanalytique ». Des questions qui prennent au moins trois directions.

Des questions épistémologiques

S'intéresser aux relations qu'entretient la psychanalyse avec les médias, c'est aussi poser la question du lien de la psychanalyse avec le champ social, et donc de l'influence de ce dernier sur la clinique et la théorie. Le savoir analytique doit-il rester imperméable aux mouvements de notre société ou, au contraire, lui incombe-t-il de se laisser traverser par les nouveaux maux qu'ils génèrent ? Face cette interrogation, la réponse des analystes est, depuis longtemps, loin d'être univoque : certains évoquent ainsi la supériorité de la « dimension du sujet » sur toutes autres et se veulent donc les « gardiens de l'espace privé », en dépit du fait que le désir de Freud était justement de découvrir une « clinique du cas » et une « clinique de la culture », comme le prouve *Totem et tabou*, *Malaise dans la culture*, *L'avenir d'une illusion*, *Moïse et le monothéisme...* En 2020, en tout cas, dans une société postmoderne où les politiques sociales tendent le plus souvent vers une normalisation de l'individu, la question de l'analyse du collectif se pose donc toujours avec autant d'actualité et, avec elle, celle de la manière dont on peut en faire cas, ou pas, dans les médias. Un psychanalyste est-il à sa place ou sort-il de son devoir de réserve lorsque, devant les micros, il évoque les thèmes « socio-politico-cliniques » que sont devenues la violence sociale ou la radicalisation du sentiment religieux, par exemple. Ou encore la

famille, les droits des minorités sexuelles... La question mérite d'être soulevée.

Des questions méthodologiques

Si certains analystes défendent aujourd'hui l'idée qu'entretenir un dialogue vivant avec la société autant qu'avec les autres champs du savoir est un impératif, on peut s'interroger sur les moyens dont ils disposent actuellement pour faire connaître leurs recherches. Certes, quelques revues scientifiques, associatives et universitaires permettent de faire circuler la pensée en interne, mais doivent-elles être les seules à en faire l'écho ? Dès lors, on peut se demander si, d'un point de vue méthodologique, les mass-médias peuvent être considérés comme d'autres supports valables de transmission et de pédagogie. La psychanalyse est-elle soluble dans les journaux et les émissions grand public ? Rendre accessibles les discours analytiques, est-ce nécessairement les dévoyer, les galvauder, réduire l'inconscient à ce qu'il n'est pas ? Une chose est sûre : aller à la rencontre de tous en devenant plus abordable étant devenu un enjeu capital pour certains analystes, nous assistons déjà à l'émergence, dans les médias, d'une parole qui adapte son langage pour devenir plus claire et moins intimidante. Et, de fait, trop vulgarisante ? Une fois encore, il convient de s'interroger.

Des questions éthiques

Dans un ouvrage intitulé *La bonne parole. Quand les psys plaident dans les médias*, la sociologue Dominique Mehl dresse un constat qu'il s'agit d'entendre : dans la presse comme dans les programmes audiovisuels, les plaidoyers des psychanalystes comporteraient souvent, selon la chercheuse, une visée normative ou un point de vue psychologisant (c'est-à-dire moralisant) dont « le tropisme réactionnaire est très éloigné de l'éthique freudienne comme du savoir déposé dans l'expérience psychanalytique ». S'il est entendu que nous nous garderons de tirer de telles conclusions au vu de la diversité des interventions et des intervenants, reste que la question apparaît pertinente : la psychanalyse peut-elle être tout à fait cohérente dans son exposé quand les médias exigent qu'elle se soumette à des contraintes qui vont à l'encontre même de ses propres principes ? Autrement dit, les « généralités » que réclament les journalistes sont-elles compatibles avec la vocation de la psychanalyse pour la singularité et la complexité du sujet ? Si oui, à quelles conditions ? Il est intéressant, je pense, de voir comment les psychanalystes d'aujourd'hui répondent à ce dilemme.

À l'heure où certains annoncent l'imminent trépas de la science du désir, ces questions mériteraient donc, à mon sens, d'être déployées, problématisées pour tenter d'établir de premières hypothèses de travail : et si les médias et nouveaux médias contribuaient, finalement, à creuser, plus qu'on ne le soupçonne, la crise

de la psychanalyse ? À moins qu'ils ne permettent, tout compte fait, de l'endiguer...

Pour finir, et avant de vous proposer ce cartel où il sera donc question de se demander si les psychanalystes doivent rendre compte publiquement de ce qu'est leur discipline, c'est-à-dire en parler notamment dans les médias, je voudrais simplement revenir à la parole de Jacques Lacan sur ce point, parole adressée un soir de 1974 dans le cadre d'une interview filmée et diffusée en « prime time » sur le petit écran quand celui-ci ne proposait encore que trois chaînes, entretien qui s'intitule *Télévision*.

Lacan, il faut le rappeler, a vraiment tenu à ce que ce programme soit diffusé par l'ORTF. Il a même beaucoup insisté pour que cela soit finalement possible, parce qu'il y avait quand même quelques résistances qui s'exprimaient. Mais, que dit-il, face caméra, aux téléspectateurs français à qui il s'adresse ce soir-là ? « Qu'on ne croie pas pour autant que je parle à la cantonade. Je parle à ceux qui s'y connaissent, aux non-idiots, à des analystes supposés », annonce-t-il. Et d'ajouter : « Je pense qu'il faut refuser le discours psychanalytique aux canailles : c'est sûrement là ce que Freud déguisait d'un prétendu critérium de culture. [...] Si j'ose articuler que l'analyse doit se refuser aux canailles, c'est que les canailles en deviennent bêtes »

Alors, à quelles conditions parler de la psychanalyse en tant que psychanalystes dans les médias en 2020 ? Comment de ne pas sombrer dans une « vulgarisation » que Freud et Lacan refusaient absolument... Tout en admettant que c'est peut-être en « démocratisant » ce qu'ils nous ont transmis qu'une suite sera peut-être possible ? C'est le sujet que je voudrais soumettre à votre réflexion.

Stéphanie Torre