

Les moyens de communication comme extensions du mal-être

Adriana Leite e Santos

Resumée

Le rythme des changements technologiques dans les médias imprimés et électroniques a augmenté incroyablement à partir des années 1990. Cependant, le sujet, *Homo sapiens*, continue à seulement savoir qu'il symbolise car, malgré tout le volume d'informations et des appels qui l'entoure, lui, a priori, ne sait rien de son propre désir ni du désir de l'Autre. Les médias permettent l'obtention de réponses immédiates, bien que fugaces. Les moyens de communication attirent de plus en plus l'attention sur de plus grandes quantités d'objets de désir, faisant croire que, un jour, le paradis et le bien-être promis par ces deniers pourront finalement être trouvés. Aujourd'hui cependant, presque 40 ans après McLuhan, la diffusion des moyens électroniques de communication s'étend à cause de l'urgence d'un désir de satisfaction que, dans l'impossibilité d'être satisfait, ne fait que perpétuer son malaise formateur.

C'est depuis que le psychanalyste français Jacques Lacan a présenté l'inconscient freudien comme ayant la structure d'un langage que l'interdisciplinarité de la Psychanalyse a gagné de nouvelles possibilités. Partant de la Linguistique de Ferdinand de Saussure, Lacan a inversé l'ordre Saussuréen des éléments du signe et a défini le signifiant comme étant « l'élément central du discours qui détermine non seulement les actes mais aussi la parole et le destin du sujet, à son insu et sous une nomination symbolique » (1), mettant le signifié à sa place - lieu d'assujettissement à une chaîne signifiante, dont la discontinuité est synonyme de l'inconscient lui-même.

De cette façon, Lacan a associé le signe linguistique au sujet de la modernité, le sujet barré par sa propre castration et par la castration de l'Autre, et a renouvelé les possibilités de la Psychanalyse dans les Sciences Sociales et Humaines. Si l'inconscient a une structure de langage, il permet aussi au sujet les mêmes élasticités, un nombre infini d'associations et de symptômes qu'une langue offre : métaphores, métonymes, actes manqués, lapsus, mots d'esprits. Associations libres. Possibilités de communication.

Au travers des produits de la Communication de Masse, l'actualité continue à vouloir renouveler un sujet-supposé-savoir qui n'est jamais à jour dans son propre désir, et celà, aujourd'hui, est un des symptômes les plus apparents des moyens de communication. Le rythme des changements technologiques dans les médias imprimés et électroniques a augmenté incroyablement à partir des années 1990. Cependant, le sujet, *Homo sapiens*, continue à seulement savoir qu'il symbolise car, malgré tout le volume d'informations et des appels qui l'entoure, lui, *a priori*, ne sait rien de son propre désir ni du désir de l'Autre.

De tels symptômes configurent tant la Psychanalyse que la Communication Sociale comme étant deux des signes les plus propres à ce que l'on appelle la post-modernité.

Comme des traductions d'une certaine partie de nous-mêmes, spécifiquement des extensions de l'un de nos sens, les moyens de communication habilent l'homme à réduire les distances et à s'insérer dans une nouvelle dimension de temps et d'espace, à chaque nouvelle avancée de la technologie. C'est ce qu'a indiqué, dans les années 60, le professeur canadien Marshall McLuhan dans son livre « Les moyens de communication comme extensions de l'homme » (2).

Depuis la création de l'alphabet par les égyptiens, en passant par l'invention du papyrus et postérieurement de l'imprimerie par Gutenberg, l'homme rompt, petit à petit, avec le mysticisme qui entoure sa présence dans ce monde. Une question demeure cependant depuis qu'il a appris à contrôler le feu et avec cela, à inaugurer ce que l'on connaît sous le nom de civilisation : quel est le but de la vie humaine ? Comment être heureux sur Terre ?

Sigmund Freud s'est posé de telles questions et les a élaborées spécialement dans son livre « Malaise dans la civilisation » (3), soulignant le doute du pourquoi il est si difficile pour l'homme, encore de nos jours, d'être heureux. Pour Freud, ce n'est qu'au travers de tentatives de sublimation des instincts, de l'intoxication chimique ou de l'annihilation des pulsions que l'homme arrive à se libérer d'une partie considérable de sa souffrance, souffrance qui provient directement de la

civilisation elle-même, c'est-à-dire, des propres réalisations culturelles et lois qui distinguent nos vies de la vie de nos prédécesseurs .

Déjà dans le troisième millénaire et avec le quotidien tant impregné par la technologie digitale, il semble incroyable aux jeunes d'aujourd'hui que nous ayons passé autant de temps sans DVDs, Internet, *home-bankings* et autres facilités offertes par les *bits (binary digit)*. Marshall McLuhan a été celui qui a mis en relief, dans le livre cité ci-dessus, la complexité du réseau de communications dans lequel l'homme actuel se trouve immergé.

Pour le penseur canadien, la révolution causée par la diffusion des moyens de communication de_masse, nous a amené « du monde linéaire, aristotélien, typographique et mécanique de la première Révolution Industrielle, au monde audio-tactile, tribalisé, cosmique, de la seconde Révolution Industrielle : exactement celle de l'Ere Electronique » (4). Aujourd'hui cependant, presque 40 ans après McLuhan, la diffusion des moyens électroniques de communication s'étend au-delà de ce corps et de cette intelligence dont les moyens de communication sont des extensions. Elle s'étend à cause de l'urgence d'un désir de satisfaction qui, dans l'impossibilité d'être satisfait, ne fait que perpétuer son malaise formateur.

Les médias, comme les drogues, le yoga ou la religion, par exemple, permettent aussi l'obtention de réponses immédiates, bien que fugaces. Les moyens de communication - non seulement synonymes d'échange d'information mais aussi de publicité et de propagande - attirent de plus en plus l'attention sur de plus grandes quantités d'objets de désir, faisant croire que, un jour, le paradis et le bien-être promis par ces derniers pourront finalement être trouvés. De cette manière, les médias jouent avec l'imaginaire du sujet de façon à maintenir le malaise freudien, vu que seul ce mal-être originel peut nourrir la voracité pour des produits qui essaient d'apaiser cette insatisfaction - comme s'il était possible à l'homme de la maîtriser et de la surmonter.

La fonction de la religion n'est pas non plus autre, la même religion que Freud définit dans le *Malaise* comme base de l'idée que la vie puisse avoir un but. D'ailleurs, la Communication de Masse semble être même la religion dominante

dans ce début de troisième millénaire, quand rien ne semble se passer vraiment si cela n'est pas de l'ordre d'une information médiatique.

Une quelconque similitude avec l'idéal-du-moi, I(A), n'est pas une coïncidence, car l'identification, dans les deux cas, « est nécessaire pour la sustentation et le maintien de la stabilité des identifications imaginaires qui garantissent la satisfaction narcissique et la permanence de l'illusion du moi »(5). Et pour Lacan, dans le texte « La Fonction du Voile » (*Séminaire 4 - la relation d'objet*), ce qui est aimé dans l'objet c'est exactement ce qui lui manque - schéma fondamental de tout échange symbolique.

Freud, dans sa topique du narcissisme, avait déjà attiré l'attention sur l'identification spéculaire imaginaire [i(a)] et sur l'identification symbolique [I(A)] des sujets, ce qui plus tard a été repris par Lacan dans l'article « Le stade du Miroir » (6). D'après Lacan - et c'est là que se trouve une grande partie de l'une des questions les plus chères à la psychanalyse - en faisant appel à l'objet, la demande (de l'Autre) vise une satisfaction qui va au-delà de ce que cet objet peut offrir. Ainsi, l'objet partiel réalise le manque *de l'objet*, « le vide autour duquel l'image corporelle se compose à partir d'un bord du corps ».

Pour Lacan, cette image, fruit de la dialectique de l'amour, c'est le voile qui recouvre, en même temps qu'il l'indique, le lieu où l'être se manifeste comme manque-à-être. Cette image, cependant, dépend d'un point symbolique à partir duquel elle devient possible. Tel point, comme le dit le psychanalyste français, c'est l'idéal du Moi, I(A), c'est-à-dire, la place identificatoire dans l'Autre, à l'extérieur de moi-même, « à partir duquel le sujet se voit comme digne d'être aimé ».

Le sujet, appelé par Lacan « corps inéducable » - compte tenu du fait qu'il n'y a pas de transmission du malaise - s'inscrit dans le symbolique, ainsi que le propre commencement de la vie, à savoir, le Père, La Loi. Malgré le fait que l'inscription primaire des médias soit aussi celle du travail symbolique, elle interdit au public la transmission de l'information primordiale : celle qui dit qu'on ne contrôle pas, qu'on n'élimine pas la pulsion, et que celle-ci se traduit par une pulsation incessante, constamment vouloir et désirer - synonymes du propre inconscient du sujet.

C'est là la grande interdiction des médias.

Et c'est par la voie de l'interdiction que la modernité ré-inaugure ainsi le manque - et, de manière complémentaire, éveille encore plus le désir. Tel désir, inconscient, est toujours soumis à la Loi. Ainsi, il sera toujours synonyme de subjectivité et d'interprétation, puisque le monde de la Loi est le monde des signifiants. Et c'est dans ce monde du langage que se fait l'inscription primaire du sujet lui-même .

Dans son « *Discours de Rome* » (1953), par exemple, Lacan a repris l'intuition freudienne du sens de la toux de Dora, signe pour Freud d'un trauma et indice d'une satisfaction camouflée des pulsions refoulées. Lacan dit : « le symptôme est parole dirigée vers l'Autre, énigme à la recherche de son déchiffrage, hiéroglyphe à la recherche d'un sujet supposé savoir qui sache l'écouter et lui donner une interprétation » (7).

C'est là le portrait de la relation imaginaire du sujet avec le monde. Il s'agit de quelque chose ayant une relation fondamentale avec l'absence d'objet, de l'objet « *a* ». C'est le manque par excellence, quelque chose qui depuis son inscription primaire a le caractère de signe, de symbole, de message (à l'Autre), situé au niveau de la symbolisation et de l'au-delà du sens. Éléments signifiants pris dans une chaîne signifiante. Inscription dans le et du langage. Chaîne symbolique, en somme.

L'objet « *a* » a été la grande contribution de Lacan à la Psychanalyse et peut être défini comme l'objet cause de désir. En réalité, il est la traduction du manque de l'objet pour le sujet : raison pour laquelle la pulsion, un des quatre concepts fondamentaux de la Psychanalyse, est partielle, sexuelle, et qu'elle passe à la tangente de l'objet et qu'elle tourne autour de cet objet du manque. Parce qu'aucun objet de la pulsion ne pourra, jamais, la satisfaire.

Egalement, parce qu'elle s'inscrit dans le réel, c'est-à-dire, exactement dans ce qui est impossible d'être symbolisé, la pulsion peut être conçue comme l'effet de la demande de l'Autre, c'est-à-dire, du langage, sur le sujet, transformant l'objet « *a* »

en passible d'être représenté. Et représenté, alors, par n'importe quel autre objet - partiel, par conséquent.

Cette place identificatoire et désirante située dans l'Autre, à partir de laquelle le sujet moderne se voit comme étant capable d'être aimé, est multipliée en progression géométrique par les moyens de communication de masse. Par la promotion des produits les plus variés élevés au niveau de véritables promesses de pleine satisfaction (*ou « on vous rembourse »*), les médias transforment l'homme lui-même en un de ces objets (un de plus), tous indistinctement pleins du désir de satisfaction qui fonde le sujet parlant.

Le travail symbolique qui donne corps et voix au sujet adulte est de moins en moins élaboré, et même de moins en moins nécessaire dans ce monde immédiatiste, qui éloigne le sujet de lui-même et l'isole dans son monde chaque fois plus électronique et dépendant de l'électricité et de fibres optiques - elles-mêmes extensions de l'homme et de son malaise.

Les médias nivèlent les faits, appellations et grossièretés sur un même palier, et ce faisant, il en découle une culture de divertissement, qui transforme même les informations d'importance en discours vides de sens. Le monde est de l'autre côté de l'écran. Tant que la balle perdue (d'une arme à feu) ne vient pas s'égarer dans mon jardin, elle n'existe pas dans mon monde. On dit tout et n'importe quoi à tout le monde, ou à personne spécifiquement.

Dans cette perspective, l'homme moderne (ou post-moderne) est, lui aussi, un Narcisse, remis à jour seulement par la technologie de pointe qui reproduit *ad infinitum* sa propre image, aussi bien que ses inévitables solitude et angoisse.

Narcisse, fils de la nymphe Liriopé et du dieu Céphise, reçut, encore enfant, du devin aveugle Tirésias la sentence qui lui disait qu'il vivrait de nombreuses années, à condition qu'il ne se connaisse jamais. Personne, ni même sa mère, n'a compris le sens de telles paroles, qui sont tombées dans l'oubli le plus complet. Jusqu'au jour où Narcisse, déjà adulte, s'est trouvé face à sa propre image réfléchie sur la calme surface d'une fontaine. Et Narcisse est tombé si éperdument amoureux

de lui-même qu'il est resté là, jour après jour, à se contempler - sans savoir que c'était lui-même qu'il voyait - se laissant consumer par la faim, par la soif et par la solitude.

L'imaginaire de la civilisation moderne, reproduit et vendu par les médias comme promesse désirée de bonheur, est la nouvelle version de Narcisse, éternellement amoureux de lui-même et, en même temps, distant de tout ce qui est savoir de soi. Les médias et le marché de consommation qui les soutiennent renforcent la loi du Surmoi (obligation de jouissance) pour transformer des culpabilités en désirs immédiats de satisfaction, via les produits et les valeurs qu'ils promeuvent. Comme celà arrive dans les compensations.

Mais, de cette façon, ils ne font qu'augmenter le malaise, puisque le sujet ne peut pas obtenir de succès dans la lutte contre ce qui le fonde et qui le définit comme tel.

Tout ce processus ressemble beaucoup à la fonction du transfert dans la Psychanalyse. A partir de l'analyse des névroses, Freud s'est aperçu que les désirs inconscients, de grande intensité et d'origine infantile, sont toujours en état d'alerte, en permanence prêts à chercher un moyen de s'exprimer. C'est là le transfert essentiel dans la formation des rêves : celui d'un désir refoulé qui s'allie à une *motion de l'inconscient* et qui transfère à celle-ci toute son intensité, pouvant ainsi, et seulement ainsi, prendre forme (8).

C'est-à-dire que n'importe quelle autre formation de l'inconscient possède une fonction symbolique, fonction identique à celle que les médias semblent occuper dans toutes les sociétés occidentales et occidentalisées, comme par exemple celle du Japon. Mais elle ne peut jamais l'assumer réellement, car cette fonction est le lieu des réalisations partielles du désir - la seule réalisation possible pour le sujet post-moderne.

Cependant, les médias ont exactement besoin de promettre la satisfaction intégrale des désirs humains : sans quoi, sans cette illusion, que resterait-il sinon la

barbarie qu'on devine déjà dans la grande majorité des informations sanguinolentes des journaux, radios et télévisions ?

Je répète : cette place identificatoire située dans l'Autre, à partir de laquelle le sujet se voit comme digne d'être aimé, est multipliée en progression géométrique par les moyens de communication, principalement par les nouveaux médias, par la promotion de produits et de valeurs élevés au niveau d'objets latents de désir. Et ces mêmes objets sont aussi gravides du rêve de satisfaction qui fonde le sujet parlant. Une satisfaction, cependant, aussi fugace et imaginaire que l'image du sujet que le miroir révèle.

Aujourd'hui, lorsque l'Internet rend encore plus court le temps de communication entre personnes situées n'importe où sur la planète, les distances géographiques sont franchies en quelques instants seulement. Les ordinateurs personnels, les téléphones digitaux, les banques de données portatives, les réseaux de vidéotexte et d'autres équipements électroniques rendent le monde lui-même encore plus petit. Les distances culturelles, cependant, semblent s'accroître et presque dans la même proportion que celles de l'intolérance aux différences, vu la croissante radicalisation de la xénophobie, du racisme, du terrorisme, des guerres religieuses. De la crainte de l'étranger, en somme.

En même temps qu'on a donné un caractère global à n'importe quelle information que l'on souhaite transmettre, les moyens de communication transforment le monde en une grande tribu. Mais une grande tribu nevrosée : en plus des informations médiatiques, l'angoisse humaine elle-même est devenue universelle, dans la mesure où elle est un des piliers de sustentation - sinon le principal - du modèle économique qui, à travers la publicité, perpétue dans l'homme moderne le besoin d'être constamment à *la mode*, et d'acquérir tous ces appareils digitaux qui le maintiennent à jour dans son désir (de désirer et avec son manque).

Cette même angoisse, à son tour, est la sustentation fondamentale du sujet lui-même, puisque, lui, d'après la Psychanalyse, se structure exactement sur la hiance, sur l'abîme qui le fonde comme être social et comme être de parole. Et qu'est-ce que le langage sinon un pont sur cet abîme?

L'imaginaire, vendu par les médias comme promesse de bonheur, est pour Lacan le lieu de la carence fondamentale de l'être parlant, la maîtrise de l'Autre, de l'être mutilé par le désir et par le langage - qui est, lui-même, partiel comme les pulsions.

Pour Freud, l'imaginaire est l' « état d'urgence de la vie » (9).

Face aux avancées de la technologie des télécommunications et de l'informatique à la fin du XXème siècle, la société humaine, en quelques années, a vaincu des distances auparavant inimaginables et s'est transformée en un marché global. Ce processus est facilité par les directives économiques mondiales et par la dite globalisation.

Au travers du néolibéralisme économique et de la fracture de l'Etat gestionnaire - cf. la faillite du communisme dans les républiques soviétiques - de telles directives privatisent de plus en plus les énormes profits financiers des multinationales, maintenant vraies puissances planétaires, et globalisent des inégalités sociales et économiques, comme le consignent les *Rapports de Développement Humain* publiés régulièrement par le Programme des Nations Unies pour le Développement (PNUD).

Le marché global vend, sous toutes les formes et masques de désir, l'urgence du bien-être et se définit, dans une perspective sociale, comme un marché absolutiste. Il s'agit d'une nouvelle édition de l'Etat absolutiste de Thomas Hobbes (10), édition basée sur la prémisse que seulement ce qui est passé à la télé ou dans n'importe quel autre média peut apporter le bonheur. Le marché et ses formes de faire rêver substituent ici le pouvoir attribué par Hobbes aux monarques absolutistes du XVIème siècle, qui étaient pour lui la seule et unique alternative viable pour l'organisation de la société et la recherche du bonheur humain.

Mais cette version remise en page du Léviathan perpétue le malaise freudien dans la culture. La satisfaction promise, en plus d'être illusoire, se rompt facilement. Les produits et valeurs vendus comme moyen d'apaiser ce désir sont de plus en plus

jetables et périssables. En contraste, de tels produits alimentent seulement la bonne fortune de quelques-uns, tandis que la masse consommatrice est composée de hordes chaque fois plus grandes d'exclus avec leurs rêves non réalisés de célébrité, richesse et pouvoir. Cela donne la toile de fond à l'impasse de la violence et du malaise contemporains.

La mine d'or des annonceurs et de la propagande elle-même réside dans cet au-delà de l'objet, dans cette place du phallus, dans le besoin que le sujet éprouve de rendre actuelle son angoisse afin d'également rendre actuel son propre désir. Mais le monde vu au travers des moyens électroniques de communication ne permet pas cette équation au sujet post-moderne, qui masque alors son désir sous la forme de produits de consommation, alimentant encore plus son malaise caractéristique et formateur.

Et, au lieu de permettre une véritable communication et l'échange d'informations (comme le pré requis du temps nécessaire pour décodifier et répondre le message), le monde digital encourage encore plus l'individualisme et la solitude. Parce que, bien que nous soyons tous hautement connectés, nous sommes sourds-muets à l'appel de l'Autre.

On pourrait dire que la communication, en soi, n'existe pas. De la même façon que pour la psychanalyse il n'existe pas de *relation* sexuelle, dans la communication aussi il n'y a pas de relation authentique de transmission, réception et réponse. On ne transmet pas le *ça* qui définit le sujet. On n'atteint jamais la traduction de ce manque, de ce trou situé au-delà du sujet, c'est-à-dire dans l'Autre.

Et « à la mode du nouveau Moyen Age, dans les médias de la nouveauté moyenne » de Cazusa (11), nous constatons avec Lacan, dans son séminaire V, que le discours continuera à ne rien dire d'autre que nous sommes des animaux parlants. « C'est le discours habituel, fait de mots pour ne rien dire, grâce auquel nous nous garantissons de ne pas nous trouver face à face avec ce que l'homme est à l'état naturel, c'est-à-dire, un animal féroce ». (12)

Notes bibliographiques

Roudinesco, Elizabeth & Plon, Michel. *Dicionário de Psicanálise*. Jorge Zahar Editor, 1998.

McLuhan, Marshall. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. Editora Cultrix, 1979.

Freud, Sigmund. *O mal-estar na civilização*. Editora Imago, 1997.

Carpentier, Edmund e McLuhan. *Revolução na Comunicação*. Zahar Editores, 1968.

Lacan, Jacques. *Escritos*. Jorge Zahar Editores, 1998.

Idbem.

Freud & Lacan. *Dicionário de Psicanálise*. Editora Ágalma, 1997.

Freud, Sigmund. "A Interpretação dos Sonhos" in *Obras Completas*. Imago, 1969.

Freud, Sigmund. *Os Instintos e suas Vicissitudes*. Imago, 1974.

Hobbes, Thomas. "Leviatã" in *Os Pensadores*. Editora Abril, 1979.

Cazuza. "*Medieval*", no LP de mesmo nome. PolyGram, 1986.

Lacan, Jacques. *O Seminário, livro V: As Formações do Inconsciente*. Jorge Zahar Editor, 2000