

Paolo Fabbri, Pierre Lévy, Joichi Ito,  
Radwan Abu Ayyash, José Vidal-Beneyto,  
Carlo Freccero, Carlos Alberto  
Messeder Pereira, Richard Collins,  
Luciana Castellina, Jean-Marie Cavada.

Reinventing Television  
Repenser la télévision

Volume  
II



# Reinventing Television Repenser la télévision

presentation/présentation  
**Franco Guglielmelli**

Volume  
II



ASSOCIATION TELEVISION ET CULTURE

# Reinventing Television Repenser la télévision

This work in two volumes is published on the occasion of the first world Conference *Reinventing Television*, initiated by the Association Télévision et Culture, which took place in Paris under the aegis of UNESCO, The European Commission and Council of Europe.

Editing coordination by Barbara Scifo. Graphic project and realization by Filippo dal Re.

The reports of the workshops included in this volume were written by Natacha Perez, Olivier Cathius, Simone Manceau, Geraldine Adam, André Lemos, Letitia Farris, Laurence André Ghislanine, Sebastiano Lombardi and Stephanie Di Meo, members of the research team of the C.E.A.Q. (Centre d'Etude sur l'Actuel et le Quotidien) directed by Michel Maffesoli, from the Department of Social Sciences René Descartes University, Paris V.

Coordination and supervision of the reports by Federico Casalegno and Ugo Ceria.

Cet ouvrage en deux volumes est publié à l'occasion de la première Conférence mondiale *Repenser la télévision*, réalisée par l'Association Télévision et Culture qui s'est tenue à Paris sous le patronage de l'UNESCO, de la Commission Européenne et du Conseil de l'Europe.

Coordination rédactionnelle par Barbara Scifo. Projet graphique et réalisation par Filippo dal Re.

Les rapports des ateliers contenus dans ce volume ont été rédigés par Natacha Perez, Olivier Cathius, Simone Manceau, Geraldine Adam, André Lemos, Letitia Farris, Laurence André Ghislanine, Sebastiano Lombardi et Stephanie Di Meo, membres de l'équipe des chercheurs du C.E.A.Q. (Centre d'Etude sur l'Actuel et le Quotidien) dirigé par Michel Maffesoli, U.E.R. de Sciences Sociales de l'Université René Descartes, Paris V.

Coordination et supervision des rapports par Federico Casalegno et Ugo Ceria.

## Contents / Sommaire

p. ix *Presentation/Présentation* Franco Guglielmelli

*First part* *Television and Culture*  
*Tradition, innovation and change*

*Première partie* *Télévision et Culture*  
*Entre tradition, innovation et changement*

Le discours plausible : consensus et applaudissement par Paolo Fabbri

- 5 1. L'effet Kosarinsky
- 6 2. L'applaudissement
- 8 3. Les contrats télévisuels
- 10 4. Les solutions possibles
- 11 5. Le rôle du public à la télévision
- 14 6. Image et langage en télévision
- 15 7. Spectacle et télévision
- 16 8. Le modèle "karaoke"

Le déclin des médias de masse, le cyberspace et l'intelligence collective  
par Pierre Lévy

- 19 1. Le multimédia
- 20 2. L'interactivité
- 25 3. Autoroutes de l'information ou cyberspace ?
- 26 4. Le cyberspace et le déclin des médias de masse
- 30 5. L'intelligence collective
- 32 6. Le cortex d'Anthropia

### Workshops / Ateliers

- 39 1.1. Tele-culture: is television culture full-fledged or sub-culture? moderated by Todd Gitlin
- 47 1.2. Entre village global et tribalisation animé par Michel Maffesoli
- 55 1.3. Towards new convergence of the media? moderated by Richard Collins
- 59 1.4. Télévision et style de vie animé par Paolo Fabbri

- 67 1.5. La musique à la télévision : un produit important pour la programmation télévisée animé par Alain Brunet  
 73 1.6. L'opinion publique et le sondage animé par Paolo Fabbri  
 83 1.7. La culture a-t-elle encore sa place à la télévision ? animé par Claus-Dieter Rath  
 89 1.8. De la culture de masse vers les cultures locales animé par Muniz Sodré

*Second part Television and New Technologies*  
*The consequences of technology*

*Deuxième partie Télévision et Nouvelles Technologies*  
*Les conséquences de l'évolution technologique*

Education and culture for a new medium by Joichi Ito

- 95 1. CNN vs. the Internet  
 96 2. The Internet  
 97 3. Information  
 97 4. Contrast with TV  
 98 5. Property  
 99 6. The Internet is an environment

Workshops / Ateliers

- 103 11.1. Do we already know tomorrow's television? moderated by Nicholas Garnham  
 109 11.2. Les enjeux socio-économiques de la télévision à venir animé par Elie Cohen  
 119 11.3. Les formes d'interaction dans le multimédia animé par Derrick de Kerckhove  
 127 11.4. Which consensus can the European market expect? moderated by Richard Collins  
 133 11.5. The advantages and risks of digital technology moderated by Joichi Ito  
 137 11.6. Les nouvelles technologies : entre séduction et fonctionnalité animé par Derrick de Kerckhove  
 143 11.7. Images in search of authors moderated by Richard Collins

*Third part Television - Youth - Education*  
*Growing up with television*

*Troisième partie Télévision - Jeunesse - Education*  
*Grandir avec la télévision*

Palestinian television: television and identity

*From negation of existence to affirmation of identity* by Radwan Abu Ayyash

- 153 1. Palestinian Broadcasting Corporation (PBC)  
 156 2. The principles relevant to the programmes  
 156 3. The main objectives of the PBC

Workshops / Ateliers

- 161 111.1. La télévision comme agent de socialisation et de loisir animé par Alberto Abruzzese et Vittorino Andreoli  
 167 111.2. Which television for youth? moderated by Mira Aghi  
 179 111.3. L'interactivité au service de l'éducation animé par Francis Balle

*Fourth part Television and Society*  
*From reality to representation*

*Quatrième partie Télévision et Société*  
*De la réalité à sa représentation*

La violence: de la provocation à l'alloclastie par José Vidal-Beneyto

- 187 1. Média et violence  
 189 2. Violence et économie  
 191 3. Les effets de la violence médiatique

La matière de l'immatériel par Carlo Freccero

- 195 1. La matière de l'immatériel  
 198 2. Télévision et société  
 200 3. Le savoir dans la société post-moderne  
 204 4. La grande intégration  
 205 5. Sciences humaines et communication  
 205 6. L'ère de la post-information  
 209 7. L'avenir de la télévision  
 211 8. Conclusions

Le Brésil du Sertão et le média télévisuel par Carlos Alberto Messeder Pereira

- 213 1. La violence, aujourd'hui au Brésil - contextes, sujets et langages nouveaux  
 221 2. La relecture du Brésil du sertão  
 223 3. Le sertão à la télévision - genre, violence et image nationale

Workshops / Ateliers

- 233 114.1. La télévision comme horloge sociale animé par Carlos Alberto Messeder  
 239 114.2. Le spectateur deviendra-t-il le protagoniste ? animé par Carlo Freccero  
 243 114.3. La violence dans les médias animé par José Vidal-Beneyto  
 251 114.4. Le futur proche de la télévision : quelles perspectives ? animé par Patrick Tacussel et Carlos Alberto Messeder  
 257 114.5. Are ethic and audience compatible? moderated by Richard Collins  
 265 114.6. La société du spectacle : la splendeur de la télévision et l'ombre de la vie animé par Alberto Abruzzese

*Fifth part Television and Power*  
*Is Television a tool for domination or freedom?*

*Cinquième partie Télévision et Pouvoir*  
*Instrument de domination ou de liberté?*

Television, politics and culture

*Collective identity and citizenship in the European Union* by Richard Collins

- 271 1. Introduction  
 275 2. Nationalism and collective identity  
 276 3. Post-modernism  
 279 4. Cultural and political identity  
 282 5. Functionalism  
 284 6. Cultural rights  
 286 7. European identity  
 289 8. The awkward partner's view?

Workshops / Ateliers

- 299 v.1. La politique sur l'écran animé par Gianfranco Bettetini et Gianni Vattimo  
 307 v.2. Dirigisme électronique et foule solitaire animé par Maurice Duverger  
 313 v.3. Audio-visual regulation: the significant challenges of a political choice  
 moderated by Richard Collins

*Appendix / Annexe*

323 *Télévision et politique en Europe*

Table ronde animée par José Vidal-Beneyto et Richard Collins  
 avec la participation de Luciana Castellina et Jean-Marie Cavada

Presentation

This second volume concludes all the documentation gathered on the occasion of the world Conference *Reinventing Television*.

The text is divided into five sections - with the same thematic distinction as the first volume - followed by an appendix, the round table discussion, which relates the multivoice debate on the audiovisual policy in Europe.

Each section includes one or many pertinent interventions on the subjects presented: television and its interaction with culture, new technologies, education, society and political power, followed by the minutes of numerous workshops which punctuated the reflection on the different themes.

More than just the continuation of the theoretical analysis of the discussed subjects, the workshops represented fundamental moments for the sharing of experience between people from different cultural and professional backgrounds.

That is why we wanted to give a loyal account of the dynamics of all the discussions, through the resume of the topics.

The reports were written in the official languages spoken by the participants, which were English and French, in order to recreate the actual climate of confrontation.

We hope that such a difficult but precious effort of ours to document the debate will be a future instrument for the comprehension of the problematics raised and a stimulating means to further reflection and work.

Lastly, we hope that these two volumes offer a rich overview of the positions revealed during the debate regarding not only the present and the future of television, but also of communications as a whole. Univocal or strongly predominant positions can hardly be found in such a debate. For us, this situation represents a further engagement to stimulate the debate and to help reflection and the comprehension, not only of the importance of new tech-

LAURENT CARON : En fait, il s'agit d'une idée du savoir pour créer de l'interactivité. Ne serait-ce pas être une victoire de la télé classique qui offre des programmes en fonction de nos goûts, mais en utilisant les nouvelles technologies ?

ANDRÉ CARON : L'essentiel est de se poser la question sur le contenu, non sur les technologies. Au Canada, on a un projet de créer des messages diffusés dans les écoles, pour sensibiliser les jeunes à leur Histoire. Mais le problème est que l'enseignant a déjà un programme chargé, et il prépare ses cours avec le matériel qui lui est familier.

Nous devons donc le convaincre de changer de façon d'agir, mais il faut que le contenu dont il a besoin soit disponible. La question est donc d'aider les enseignants dans leur quotidien. Et pour cela, il faut regarder le contenu du programme. Est-il encyclopédique, ou en adéquation avec ce que les gens en attendent ?

FRANCIS BALLE : Pour ma part, j'ai fait avancer cela en direction des éditeurs car les enseignants disent que les CD-Rom qui sont conçus pour être à la fois individuel et collectif, ne peuvent pas être les deux en même temps. Il faut donc convaincre les pouvoirs publics de favoriser l'essor du CD-Rom. Les éditeurs sont partants pour se convertir dans la direction de l'électronique, mais il n'y a pas le matériel adéquat dans les écoles.

De plus, les enseignants perpétuent à l'égard du CD-Rom le préjugé qu'ils avaient à l'égard de la télé. Il va donc falloir instaurer un véritable dialogue entre les éditeurs, les enseignants et les constructeurs de petites machines (qui doivent ouvrir le marché, avec des appareils à 5 000 francs, par exemple, pour les fêtes de Noël).

ANNE VICHER (Président de Ectimed, Paris) : Vous avez touché le point important qui est celui du contenu et non plus celui de la technique. L'opposition CD-Rom relève en la même chose que ce que j'ai vu avec l'auto-apprentissage. Le CD-Rom permet d'apprendre à apprendre, il est donc mieux approprié à l'auto-formation. Mais dans les salles de classe cela ne marche pas car l'enseignant ne trouve plus son rôle. On va donc devoir travailler sur mesure, dans le sens où tout ne peut pas servir à tout. L'enseignant a son rôle qui lui est propre.

La violence: de la provocation à l'aloclastie

par José Vidal-Beneyto

La communication moderne a une destinée paradoxale. Née au départ comme une postulation radicale de l'altérité -à savoir, mise en présence de tous à tous, espace commun pour l'échange irrestrictif d'informations et d'expériences, source de transparence sociale, condition d'un *vivre ensemble* harmonieux- et devenue à l'heure actuelle une pratique de réclusion du moi, d'anéantissement de l'autre, d'implosion communautaire.

Les différents paradigmes qui ont présidé au parcours historique de la communication, ont eu comme principaux paramètres l'ouverture, le dialogue, l'interactivité, le partage, la connaissance en commun. Que ce soit en tant que composantes théoriques ou idéologiques, voire utopiques, ces vecteurs dominants, indépendamment de leur rapport au réel, ont été présentés comme la seule structure axiologique possible de la communication, ainsi que nous l'ont montré en France, Flichy, Breton et Proulx<sup>1</sup>. Et ça, jusqu'aux années 80. Depuis lors, la généralisation et la persistance de la violence médiatique, dominante dans presque 80% des produits audiovisuels, a entraîné l'apparition d'un nouveau paradigme qui s'articule essentiellement autour de la fureur, la provocation, la dérision et l'*aloclastie* (c'est-à-dire la volonté de destruction de l'autre, l'anéantissement de l'altérité).

### 1. *Media et violence.*

Dès leurs débuts, les *media* apparaissent indissociablement liés à la violence, à tel point que violence et Media finissent par devenir des termes syno-

<sup>1</sup> P. Flichy, *Une histoire de la communication moderne. Espace publique et vie privée*, La Découverte, Paris 1991 - Ph. Breton et Serge Proulx, *L'explosion de la communication*, La Découverte-Boréal, Paris 1993.

nymes. Qu'elle soit au service du Mal - sexualité sadique, crime organisé, assassinats individuels, comportements collectifs anormaux ou aberrants comme le terrorisme, etc. - ou au service du Bien - actions défensives en faveur des personnes ou de la communauté, lutte en faveur de la justice ou des valeurs, etc. -, la violence est le constituant essentiel de la réalité médiatique. La moyenne annuelle d'assassinats présentés par la TV allemande est de 25.000 et la chaîne privée PRO 7 présente à elle-seule 20 homicides par jour<sup>2</sup>. Aux Etats-Unis, les téléspectateurs consomment en moyenne 150 actes violents par semaine et plus de 50% des protagonistes sont auteurs ou victimes d'actions violentes<sup>3</sup>.

L'étude des rapports qu'entretiennent violence et média, aussi constante qu'intense, peut se regrouper autour de deux grands axes:

- le *pourquoi* de la préférence médiatique pour les produits violents ;
- la perception et les effets des produits violents consommés.

La vaste bibliographie accumulée sur ce thème<sup>4</sup>, et qui comprend plus de 5.000 publications, en se limitant aux répertoires et aux banques de données les plus accessibles, est en soi révélatrice. Même si l'on veut en ignorer les principales conclusions.

Les analyses les plus fiables relatives à la préférence du public pour la violence, permettent d'affirmer que contrairement au stéréotype le plus répandu, rien ne prouve que les produits violents aient une capacité d'attraction particulière. George Gerbner<sup>5</sup> soutient que les sondages dont nous disposons prouvent le contraire. Dans un sondage Harris de 1985, 78% de la population des Etats-Unis se manifestaient contre la violence à la télévision et d'après un sondage du Times-Mirror réalisé en 1993, 60% des Américains se déclaraient perturbés par les actes violents dont se nourrit l'audiovisuel. Par ailleurs un sondage Gallup de 1990 montre que 79% des téléspectateur demandaient l'instauration d'un cadre réglementaire pour la télévision afin d'éviter les contenus violents. Ajoutons à

<sup>2</sup> J. Groevel und Gleich, U, *Gewaltprofil des deutschen Fernsehen programme*, Lesker und Budrich, Oppladen 1993, cités par P. Winterholt-Spurk en "Media et Violence", *Les Cahiers de la sécurité intérieure* n° 20, 2<sup>e</sup> trimestre, Paris 1995.

<sup>3</sup> G. Gerbner, "Television and Violence: The Power and The Peril" in : G. Dines and J.J. Humez (eds): *Gender, Race and Class in Media*, Sage 1995.

<sup>4</sup> E. Donnerstein and D. Linz: *The Media in* : J.Q. Wilson and Petersilia (eda) *Crime*. Institute for Contemporary Studies, San Francisco, 1995.

<sup>5</sup> G. Gerbner, *Ibid.*

cela que l'expérience de Diener et Defour<sup>6</sup>, réitérée ultérieurement à diverses reprises, et qui consiste à projeter à deux audiences homogènes deux versions du même film, en conservant la même intensité dans l'action mais en variant le degré de violence, confirme l'impossibilité d'établir une échelle de préférences en fonction du niveau plus ou moins élevé de violence.

On remarque enfin dans toutes ces études une grande convergence pour affirmer que le facteur décisif, en matière de préférence de l'audience, est fonction de l'horaire. La popularité d'un produit violent, comme nous l'ont montré, sans exception, toutes les analyses, depuis l'étude pionnière faite par Chaney<sup>7</sup> jusqu'à la convaincante exploration de Roberts<sup>8</sup>, dépend essentiellement du moment de sa diffusion. Signorelli<sup>9</sup> a remarqué également que la possibilité du choix des téléspectateurs est déterminée fondamentalement par la grille horaire et que c'est donc par là qu'il fallait commencer. En réalité il apparaît que les heures de plus grande écoute et les émissions présentant des dessins animés destinés aux enfants sont précisément les espaces dans lesquels les chercheurs ont trouvé le plus d'images violentes. Il ne s'agit donc pas, en conséquence, d'une violence choisie mais bien imposée.

## 2. Violence et économie.

Quelles sont donc alors les raisons qui poussent les programmeurs à donner la préférence à des programmes de violence dans les créneaux horaires avant la plus forte audience? La réponse est, selon George Gerbner<sup>10</sup>, de nature économique: étant donné qu'il est pour ainsi dire impossible d'influencer la variable *dimension de l'audience* - dans la mesure où elle dépend, comme on l'a vu, du

<sup>6</sup> Diener and Defour, "Does Television Violence Enhance Program Popularity", en *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. n° 3, 1978.

<sup>7</sup> D. Chaney, "Involvement, Realism and the Perception of Agression in Television Programs", *Human Relations*, Vol 23, n° 5, 1970.

<sup>8</sup> Roberts, "Children's and Parent's Television Viewing and Perceptions of Violence", *Journalism Quarterly*, Vol 58, n° 4, 1981.

<sup>9</sup> Signorelli, "Selective Television Viewing: A limited Possibility", *Journal of Communication*, Vol 36, n° 3, 1988.

<sup>10</sup> G. Gerbner, *Ibid.*

créneau horaire -, la seule intervention possible concerne la seconde variable, celle des coûts, d'où le recours à des séries et à des films violents qui sont à la fois les moins onéreux à produire et les plus faciles à diffuser à une large échelle. Pour Gerbner la violence est un élément essentiel du marketing audiovisuel dans la perspective du marché mondial, en raison d'une part de son intelligibilité immédiate - sa compréhension est si facile qu'elle ne requiert pas même de traduction - mais également de son aptitude, bien supérieure à celle du sexe, à s'intégrer de façon fonctionnelle à n'importe quel contexte culturel. Cela explique, selon lui, que les séries criminelles, qui ne représentent que 17% des programmes distribués aux Etats-Unis, dépassent les 46% des produits exportés.

Le problème de la réception et des effets de la violence dans les media est un de ceux qui a été le plus étudié et le plus controversé dans le domaine de la communication. Les travaux pionniers voient le jour aux Etats-Unis où chaque nouveau produit médiatique (radio, cinéma, bandes dessinées etc.) suscite immédiatement des études et des analyses, en particulier en ce qui concerne les effets de la violence dans les *media* sur les enfants et sur les jeunes. De 1929 à 1932 le "Payne Fund Study" s'était proposé de démontrer l'importance des effets négatifs que produisaient les films violents sur les enfants en se basant sur la connexion, immédiate et directe, entre socialisation et modèles de comportement présentés.

En 1995 il est aisé de remarquer que si la recherche sur les effets de la violence menée pendant ces 40 ans -de 1930 à 1970- ne s'est pas révélée plus féconde, c'est en grande partie à cause de l'impérialisme du paradigme positiviste et de son obsession pour le quantitatif et la logique des articulations univoques<sup>11</sup>. Plus personne ne peut prétendre aujourd'hui que la violence médiatique soit la seule responsable de l'ensemble des actes de violence perpétrés quotidiennement, ni le seul facteur de déclenchement de l'agressivité dans notre société contemporaine. Il existe à l'heure actuelle un vaste consensus autour de l'affirmation qu'il n'est pas possible, dans les sciences humaines et sociales, d'établir de relations de causalité linéaire et immédiate entre deux faits<sup>12</sup>, et par là même

<sup>11</sup> R. Boudon et P. Lazarsfeld (eds), *L'analyse empirique de la causalité*, Mouton and Co, La Haye, 1966.

<sup>12</sup> E. Oyen, *Comparative Methodology*, Sage/ISA, London 1990 et A. Moles, *Les Sciences de l'Imprécis*, Seuil, Paris 1990.

entre celui de montrer un acte violent, sa réception et celui de perpétrer par la suite un autre acte violent. Les processus de causalité dans les actions humaines sont toujours de nature multicausale et utilisent des médiations multiples dont l'évaluation varie selon les auteurs mais aussi selon les secteurs scientifiques où elle est pratiquée.

### 3. Les effets de la violence médiatique.

C'est ce qui explique que les études sur les effets de la violence médiatique, réalisées dans une perspective sociologique, coïncident globalement dans leurs conclusions mais diffèrent par contre de celles menées dans le champ de la psychologie, de la psychiatrie, etc. On peut même, comme l'a fait T.H.A. van der Voort<sup>13</sup>, regrouper les principales contributions de chacun de ces secteurs scientifiques, autour de trois hypothèses non seulement distinctes mais contradictoires.

En général pour les sociologues de la communication, les programmes de télévision à contenus violents n'ont que peu, voire même aucune, incidence sur l'agressivité des téléspectateurs. Les comportements agressifs répondent à des variables d'ordre spécifiquement social comme la misère, la faillite de la cohésion sociale, la marginalisation et l'exclusion, l'enfermement dans des ghettos urbains, l'impossibilité d'assumer socialement le rythme d'innovation technologique, la confusion dans la structure de classes actuelle, etc.

C'est pourquoi son hypothèse théorique de base est que l'influence de la télévision est irrelevante en comparaison de l'influence de ces macro-variables. James Halloran<sup>14</sup>, dans son étude sur la réaction à la violence dans les media d'un groupe de délinquants et d'un groupe de non-délinquants, affirme ne pas avoir pu relever de différences significatives. D'après Halloran, le spectacle permanent de la violence à la télévision accentue la conscience d'insécurité de l'individu et accroît la fragilité de la société mais, loin d'induire dans tous les

<sup>13</sup> T.H.A. van der Voort, *Television Violence: A Child's Eye View*, North Holland, Amsterdam 1986.

<sup>14</sup> J. Halloran, "Mass Communication: Symptom or Cause of Violence?" in: G.C. Wilhoit and H. de Bock, *Mass Communication Yearbook*, Vol. 1, Sage, Beverly Hills 1980.

cas des actions de contestation ou de rupture violentes, il peut servir à confirmer le statu quo, en amenant des comportements de soumission, en légitimant les interventions policières et en renforçant l'appareil de contrôle. Gitlin, de son côté, dans son apologie de la télévision comme dimension essentielle de la culture populaire, soutient que les causes déterminantes de la violence sont la pauvreté, la vente libre d'armes et les ruptures sociales<sup>15</sup>.

Dans le champ de la psychiatrie au contraire, nous trouvons des auteurs qui défendent l'hypothèse que la violence dans les *media* a non seulement des effets importants mais que ceux-ci peuvent être positifs en réduisant le niveau d'agressivité des téléspectateurs. Le Prof. D.J. Levita<sup>16</sup>, spécialiste de la psychiatrie de l'enfance, représente bien cette position. La télévision est pour lui le véhicule essentiel du stimulus intellectuel et humain des enfants dont les parents en général s'occupent peu, faute de temps à leur consacrer, en particulier pour dialoguer avec eux. Ce déficit d'interaction est couvert d'une certaine façon, par la télévision qui exerce une fonction de compensation en contribuant au développement cognitif des enfants et en les maintenant "émotionnellement vivants".

L'agressivité naturelle de tout être humain, qui est dans la première phase de sa vie particulièrement malléable, serait même, selon lui, canalisée de façon positive grâce aux programmes de télévision à contenu violent. Grâce à eux, conclut le Dr. Levita, les enfants peuvent apprendre, par expérience interposée, que les antagonismes avec les autres et la lutte, parfois tragique, pour la survie sont inséparables de toute existence humaine mais qu'il est possible de dépasser ces obstacles et de convertir ces pulsions destructrices en expériences positives qui aident le développement harmonieux ou la reconstruction de sa propre personnalité.

Une option antonyme est maintenue par un certain nombre de psychologues cliniques et par quelques psychologues sociaux. Cette catégorie d'auteurs affirme que les contenus médiatiques violents induisent, de façon plus ou moins immédiate selon les cas, des conduites agressives et violentes. En par-

<sup>15</sup> T. Gitlin, "Image busters: The hollow crusade against TV Violence", *The American Prospect*, Winter 1994.

<sup>16</sup> D.J. Levita, "A Television-fed Child: What Therapists encounter in a changed World", in E.J. Anthony, *Children and their Parents in a changed World*, John Wiley, New York, 1978.

tant des théories psychologiques de l'imitation et de l'apprentissage, ils soutiennent que les exemples violents transmettent des connaissances sur l'exercice de la violence qui sont apprises, imitées et, parfois, réellement utilisées, surtout par les enfants. R.M. Liebert<sup>17</sup> est l'un des plus prestigieux défenseurs de cette position.

Dans ses différentes contributions il insiste sur le fait que l'imitation de comportements violents repose sur leur efficacité. Le message qui a un impact sur l'enfant est celui que l'on obtient par la violence ce à quoi on aspire: argent, pouvoir, vengeance, renommée et même la gloire. Par ailleurs il convient de ne pas oublier, écrit Liebert, que dans certains cas la violence est punie - quand il s'agit de mauvais sujets-, dans d'autres elle est récompensée -lorsqu'il s'agit de policiers et de "justiciers"-.

Pour tous ces analystes, si dans l'univers symbolique des enfants coexistaient, il y a cinquante ans, le guerrier et le saint, la tendresse avec la force et la cruauté, nous ne disposons aujourd'hui, dans la typologie des héros, que de modèles violents. Ils ajoutent par ailleurs qu'il suffit d'examiner les séries destinées aux enfants, et notamment celles de dessins animés, pour constater cette glorification constante de l'archétype violent.

Des raisons techniques ont rendu ce texte incomplet.

<sup>17</sup> R.M. Liebert, "Television and Children's Aggressive Behaviour: Another look", *American Journal of Psychoanalysis*, 34 (2), 1974 et "The Effects of Television Violence; Experimental and research Findings", en *Symposium on Television Violence*, Canadian Radio-Television and Telecommunications Commission, Ottawa, 1976.