

Publicado parcialmente : "Reinventing Television/
Repenser la télévision" de F. Ghisellini, Association
Television & Culture - Vol II.

LA VIOLENCE : DE LA PROVOCATION A L'ALOCLASTIE

par José VIDAL-BENEYTO

8
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 - elle est devenue à l'heure actuelle une pratique de reclusion 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 Proulx¹. Et ce, jusqu'aux années 1980. Depuis lors, la généralisation et la persistance de la violence médiatique, qui domine dans presque

¹ P. Flichy : **Une histoire de la communication moderne. Espace public et vie privée.** La Découverte, Paris 1991 - Ph. BRETON et Serge PROULX : **L'explosion de la communication,** La Découverte-Boréal, Paris 1993

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).

Dès leurs débuts, les *media* apparaissent indissociablement liés à la violence, à tel point que violence et Media finissent par devenir des termes synonymes. 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 jour². 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 violentes³.

L'étude des rapports qu'entretiennent violence et media, 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 thème⁴, 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.

² J. GROEVEL und GLEICH, U : *Gewaltprofil des deutschen Fernsehen programms*, Lesker und Budrich, Opladen 1993, citados por P. Winterhoff-Spurk en "**Media et Violence**", *Les Cahiers de la sécurité intérieure*, n° 20, 2e trimestre, Paris, 1995

³ 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

⁴ E. DONNERSTEIN and D. LINZ : **The Media** in : J.Q. WILSON and PETERSILIA (eds.) **Crime**, Institute for Contemporary Studies, San Francisco, 1995

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 Gerbner⁵ 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 téléspectateurs demandaient l'instauration d'un cadre réglementaire pour la télévision afin d'éviter les contenus violents. Ajoutons à cela que l'expérience de Diener et DeFour⁶, 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 prionnière faite par Chaney⁷ jusqu'à la convaincante exploration de Roberts⁸, dépend essentiellement du moment de sa diffusion.

Signorelli⁹ 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

⁵ G. GERBNER, *ibid*

⁶ DIENER and DEFOUR : ***Does Television Violence Enhance Program Popularity***, in : Journal of Personality and Social Psychology, Vol. n° 36, n° 3, 1978

⁷ D. CHANEY : ***Involvement, Realism and the Perception of Agression in Television Programs***, Human Relations, Vol 23, N° 5, 1970

⁸ ROBERTS : ***Children's and Parent's Television Viewing and Perceptions of Violence***, Journalism Quarterly, Vol. 58, N° 4, 1981

⁹ SIGNORELLI : ***Selective Television Viewing : A limited Possibility***, Journal of Communication, Vol. 36, n° 3, 1986

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.

Quelles sont donc alors les raisons qui poussent les programmeurs à donner la préférence à des programmes de violence dans les créneaux horaires ayant la plus forte audience ? La réponse est, selon George Gerbner¹⁰, 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 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

¹⁰ G. GERBNER : *Ibid*

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 univoques¹¹. 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 faits¹², et par là même 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.

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 Doort¹³, regrouper

¹¹ R. BOUDON et P. LAZARSFELD (eds.): "L'analyse empirique de la causalité", Mouton and Co, La Haye, 1966

¹² E. OYEN : **Comparative Methodology**, Sage/ISA, London 1990 et A. MOLES : **Les Sciences de l'imprécis**, Seuil, Paris 1990

¹³ T.H.A. van der DOORT : **Television Violence : A Child's Eye View**, North Holland, Amsterdam 1986

les principales contributions de chacun de ces secteurs scientifiques, autour de trois hypothèses non seulement distinctes mais contradictoires.

1) 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 Halloran¹⁴, 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 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 sociales¹⁵.

2) 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

¹⁴ J/ HALLORAN : *Mass Communication : Symptom or Cause of Violence ?* in : G.C. WILHOIT and H. de BOCK : *Mass Communication Yearbook*, Vol. I, Sage, Beverly Hills 1980

¹⁵ T. GITLIN : Image busters : *The hollow crusade against TV Violence - The American Prospect*, Winter 1994

importants mais que ceux-ci peuvent être positifs en réduisant le niveau d'agressivité des téléspectateurs. Le Prof. D.J. Levita¹⁶, 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.

3) 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 partant 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 appris, imités et, parfois, réellement utilisés, surtout par les enfants. R.M. Liebert¹⁷ est l'un des plus prestigieux

¹⁶ 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

¹⁷ 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*, in : *Symposium on Television Violence*, Canadian Radio-Television and Telecommunications Commission, Ottawa, 1976

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"-.)

Si pour tous ces analystes, coexistaient, il y a cinquante ans, dans l'univers symbolique des enfants, 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, notamment celles de dessins animés, pour constater cette glorification constante de l'archétype de la violence.

030
non publié à partir de là
↓
Au delà de la convergence des résultats de ces études, découlant de l'appartenance de leurs auteurs à une même discipline scientifique -sociologie, psychologie ou autre- un regroupement des recherches menées sur les effets, à partir de leurs hypothèses théoriques, s'est avéré particulièrement révélateur. Wilson et Winterhoff-Spurk¹⁸ se sont ainsi livrés à une expérience qui leur a permis de mettre en évidence qu'une évaluation positive ou négative des effets de la violence médiatique sur l'agressivité des téléspectateurs, dépend du cadre théorique adopté par les auteurs.

C'est ainsi que la théorie de la catharsis considère le spectacle de la violence, ou l'expérience qui en est faite dans une fiction par le biais d'autrui, comme positif, en ce sens qu'il nous libère des pulsions agressives engendrées par les échecs et les

¹⁸ WILSON, B.J. : "**Les recherches sur Media et violence : Agressivité, de sensibilisation, peur**" in : **Medias et Violence**, Les Cahiers de la sécurité intérieure, n° 20, 2ème trimestre, Paris 1995 et WINTERHOFF SPURK, P. : "Gewalt in Fernsenachrichten" in JÄCHEL, M. et WINTERHOFF-SPURK, P. (Hrsg.) "**Politik und Medien**", Vistas, Berlin 1994

frustrations dont nous sommes tous objet. Ses antécédents les plus notoires se retrouvent chez les Grecs anciens qui attribuaient une vertu thérapeutique au fait que les spectateurs s'identifient aux péripéties et aux malheurs des héros de leurs tragédies théâtrales.

Seymour FESHBACH¹⁹ est sans doute le représentant le plus connu de cette option théorique. Son principal argument est qu'une pratique fictive de la violence, par spectacle violent interposé, équivaut à un accomplissement réel et évite ainsi le passage à l'acte. L'illusion de l'agressivité nous libère et nous tranquillise : loin d'être condamnables, elle devrait donc être plutôt conseillée, concluent Feshbach et Singer. *Se debe ver + bien aconsejarse*
Celle théorie a cependant été battue en brèche depuis les années 1970²⁰ par de nombreuses études qui ont contraint Feshbach à l'abandonner. *Alta bien / sin embargo, se ha visto no solo desde la de*

Proches du cadre conceptuel de la *catharsis*, on trouve toutes les théories qui accordent une valeur positive et gratifiante au spectacle de la violence. Ceux pour qui il ne peut y avoir de divertissement sans émotions fortes, ceux qui recherchent de façon systématique le frisson et l'angoisse, sont, par excellence, le support empirique du philobattisme. Développée par le psychanalyste Michel Balint²¹, cette théorie fait de l'angoisse la clé de voûte de sa construction analytique. L'expérience de la peur, la conscience de l'insécurité, induites par l'exposition au danger "spectacularisé", nous guérissent de nos craintes et nous installent dans une sécurité retrouvée. Vivre le danger sans être en danger, expérimenter la peur (dans l'impunité de ceux qui interviennent dans une réalité dangereuse) seulement en tant que spectateurs, constitue *Curran nuestros miedos nos permiten recuperar la seguridad*
solo como espectador,

19 FESHBACH, S. : "The drive-reducing Function of Fantasy Behavior", *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 50, 1955 et FESHBACH, S. and SINGER, R. : *Television and Aggression*, Jossey-Bass, San Francisco 1971

20 GEEN, R.G. and QUANTY M.B. : *The catharsis of Aggression : an evaluation of an hypothesis*, in : BERKOWITZ, L. (ed.) *Advances in Experimental Social Psychology*, Vol. 10, Academic Press, 1977

21 BALINT, M. : *Angstlust und Regression*, Klett, Stuttgart, 1959

une situation privilégiée, ^{/loque} à l'origine de la prédilection existant pour les films à suspens ^{que permet comprendre la prédilection que existe pour} ou les films d'horreur. ^{les pellicules de suspens = de horroi / terror} Cette considération ^{optimiste} a néanmoins été fortement ^{humour} critiquée par les psychologues de l'enfance, dont les recherches prouvent, sans conteste, que les images génératrices de peur et d'angoisse sont responsables chez les enfants, ^{infantile? / para niños} notamment de moins de 8 ans, de graves perturbations du sommeil accompagnées de cauchemars, d'altérations du caractère, etc.²².

Une variante du philobatismisme est constituée par la thèse de l'**inhibition** selon laquelle la violence médiatique ^{desempeña el papel de espejo} joue le rôle de miroir de l'agressivité de chacun, nous rend conscients de sa puissance destructrice, nous fait peur et empêche en conséquence son déclenchement.

^{Floy,} La théorie de la **désensibilisation** est aujourd'hui une des plus largement admises. Qu'il s'agisse d'accoutumance ou de banalisation de la violence, elle affirme que la multiplication des scènes de violence à l'écran produit une réduction de la sensibilité, une insensibilisation progressive à ce type de comportements, y compris physiologique, confirmée en termes cliniques : diminution du rythme cardiaque et de la conduction thermique suite à un spectacle violent, chez les mêmes sujets, après avoir été longuement exposés à la violence médiatique²³. Les deux principales conclusions sont : une grande indifférence, voir une absence de réaction face aux situations de violence réelle²⁴ et la tendance à augmenter le nombre et l'intensité des scènes violentes

²² CANTOR, J. and SPARKS, G.G. : **Children's Fear Responses to Mass Media : testing some piagetian Predictions**, *Journal of Communication*, 34, 1984 et CANTOR J. : **Fright Reactions to Mass Media** in BRYANT, J. and ZILLMANN, D. (EDS.) : **Media Effects : Advances in Theory and Research**, Lawrence Erlbaum, Hillsdale, N.J. 1994

²³ M.H. THOMAS, R.W. HORTON, E.C. LIPPINCOTT and R.S. DRABMAN : **Desensitization to portrayals of real-life aggression as a function of exposure to television violence**, *Journal of Personality and Social Psychology*, 1977, 35 (6), pp. 450-458 et V.B. CLINE, R.G. CROFT and S. COURRIER : **Desensitization of children to television violence**, *Journal of Personality and Social Psychology*, 1973, 27, pp. 360 et suiv.

²⁴ D.G. LINZ, E. DINNERSTEIN and S. PENROD : **The effects of multiple exposures to filmed violence against women**, *Journal of Communication* 1984, 34 (3), pp. 130-147.

pour capter l'attention des téléspectateurs et obtenir un bon audimat.

l'attention des téléspectateurs
audimat

l'attention des téléspectateurs
audimat

l'attention des téléspectateurs

Inf/Com: Una jungla

Causas:

1) beligerencia

Comunicación = bien de mercado: producto comunicativo + estructuras + violencia mediática de la interacción en los medios, agentes y estructuras.

Pero: ¿es su única función?

la explotación económica abierta en los 60 con las industrias de la cultura y de la comunicación.

~ cómo conciliar oligopolio económico ineluctable con pluralismo informativo necesario para la democracia?

la "geofinanza":

~ el mercado electrónico tiene su sede en la compleja trama de las redes de comunicación.

~ Convergencia estructural.

Contenido / distribución - canales / productos.

~ En España