

**Violence et effet d'incubation
de la télévision : la thèse
de la *cultivation analysis*
par
André Gosselin**

André Gosselin

**VIOLENCE ET EFFET D'INCUBATION DE LA TÉLÉVISION
LA THÈSE DE LA *CULTIVATION ANALYSIS***

Les Études de communication publique
Cahier numéro 6

Département d'information et de communication
Université Laval
Québec
1993



Les Études de communication publique ^{ISSN 1183-5079}
Département d'information et de communication
Pavillon Louis-Jacques-Casault
Université Laval
Québec, G1K 7P4

Les Études de communication publique présentent des travaux de recherche réalisés par des étudiants, des professeurs et des chercheurs. Les auteurs sont invités à faire parvenir au coordonnateur du Comité de rédaction un exemplaire de leur manuscrit accompagné d'une disquette où se trouve le texte traité par logiciel WordPerfect ou Word. Nous recommandons aux auteurs de se conformer à la norme BNQ 9921-300 dans la présentation de leur rapport de recherche et à la norme ISO 690 : 1987 dans la présentation de leurs références bibliographiques.

Comité de Rédaction:

Coordonnateur

André Gosselin

Membres

Jean Charron

Jean de Bonville

Gilles Gauthier

Saisie et mise en page:

Guylaine Deschênes

© Université Laval, 1993
Dépôt légal, 3^e trimestre
Bibliothèque nationale du Québec
Bibliothèque nationale du Canada
ISBN 2-921383-05-5

TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION	7
LA CRITIQUE DE L'ANALYSE TRADITIONNELLE DES EFFETS	9
UNE THÉORIE DE LA TÉLÉVISION COMME SYSTÈME SYMBOLIQUE DOMINANT	11
LA MÉTHODOLOGIE DE LA <i>CULTIVATION ANALYSIS</i>	13
LE PROFIL AMÉRICAIN DE LA VIOLENCE SELON LA <i>CULTIVATION ANALYSIS</i>	23
POLÉMIQUE SUR LES THÈSES DE L'INCUBATION CULTURELLE ET DE LA VIOLENCE ..	29
LES RECHERCHES INTERNATIONALES SUR LA THÈSE DE L'INCUBATION	41
PROBLÈMES PÉRIPHÉRIQUES ET APPORTS THÉORIQUES EXTERNES	47
LA TÉLÉVISION ET LE MAINTIEN DE L'ORDRE SOCIAL	53
CONCLUSION	59
BIBLIOGRAPHIE	61
RÉSUMÉ	69

INTRODUCTION¹

Depuis près de 25 ans maintenant, George Gerbner et son équipe du *Annenberg School of Communications* travaillent à la mise en place d'une théorie sur la télévision et ses effets mieux connue sous le nom de *cultivation analysis*. En un quart de siècle, ils ont amassé, traité et interprété une masse impressionnante de données - provenant essentiellement d'analyses de contenu de la télévision américaine et d'enquêtes par sondage - afin de déterminer l'impact de ce média sur les Américains, leurs croyances, leurs perceptions du monde extérieur et leurs attitudes.

Au cours de sa relativement longue carrière, la théorie et la méthode de la *cultivation analysis* (appelée aussi approche des "indicateurs culturels") fut l'objet de multiples adaptations et contre-vérifications: des recherches indépendantes confirmèrent, par d'autres méthodes, ses principales hypothèses, et des chercheurs d'Europe de l'ouest et du nord, du Canada et de l'Australie, de l'Amérique latine et de l'Asie testèrent sur leur territoire, dans un contexte culturel autre que celui des États-unis, les hypothèses audacieuses avancées par Gerbner et ses collaborateurs sur les effets à long terme, stabilisateurs et permanents de la télévision.

Comme toute théorie audacieuse et novatrice, l'approche des indicateurs culturels (on pourrait aussi la nommer "approche de l'incubation culturelle" ou, encore de l'"inculcation"²) ne fut pas épargnée par les critiques, les examens en profondeur et les attaques en règle, au point de voir ses fondations très sérieusement ébranlées. L'ensemble de sa méthodologie fut contestée, la logique et la cohérence de ses principales propositions théoriques furent niées (c'est une théorie infalsifiable prétendirent certains), ses données d'observation furent réanalysées par d'autres outils statistiques qui révélèrent exactement le contraire de ce que les hypothèses laissaient prévoir et, enfin, les interprétations les plus spéculatives et macrosociologiques avancées par la théorie essuyèrent des attaques aussi convaincantes que pertinentes.

Dans les pages qui suivent nous proposons de faire le point sur la théorie de l'incubation culturelle en considérant huit aspects: 1- la critique des travaux classiques sur les effets des mass médias que formulent les tenants de la *cultivation analysis* pour fonder leur propre démarche; 2- la conception qu'ils se font de la télévision, de son rôle, sa fonction et son influence sur les individus comme sur les institutions; 3- la méthodologie et les dispositifs d'observation qu'ils ont créés pour tester leurs intuitions théoriques; 4- les résultats de leurs enquêtes, notamment au sujet de la violence télévisuelle et de son impact, et subsidiairement au sujet des stéréotypes et de la politique; 5- les principaux éléments du débat et de la controverse autour de la théorie, sa méthode et le réexamen de certaines données; 6- les conclusions des études réalisées en dehors des États-unis mais inspirées par l'approche de l'incubation culturelle; 7- les questions et les problèmes périphériques sur lesquels plusieurs chercheurs travaillent pour comprendre, entre autres, le processus psychologique et les mécanismes cognitifs sous-jacents à l'effet d'incubation culturelle supposé de la télévision, les types de croyances et de catégories sociales qui sont principalement concernés, les circonstances et les conditions d'un effet en profondeur du média télévisuel; 8- enfin, nous terminerons ce tour d'horizon par une critique de la thèse de Gerbner et son équipe à l'effet que la télévision a pour fonction première de reproduire l'ordre social existant.

¹ L'auteur désire remercier Madame Line Ross et Monsieur Jacques De Guise pour leurs commentaires sur une première version de ce texte. Bien sûr, nous assumons entièrement les idées et les informations que ce document contient et nous les dégageons de toute responsabilité à cet égard.

² Un équivalent pas trop barbare de la notion de *cultivation* est celle, en français, d'inculcation, puisque inculquer, selon le Larousse et Le Robert, consiste à faire entrer durablement quelque chose dans l'esprit de quelqu'un.

CHAPITRE 1

LA CRITIQUE DE L'ANALYSE TRADITIONNELLE DES EFFETS

Les chercheurs du courant de la *cultivation analysis* soutiennent qu'on ne peut présumer des conséquences d'un média sans une profonde analyse de contenu, et qu'on peut encore moins étudier l'effet d'un seul élément de contenu (publicité, émission, nouvelle, etc.), sans considérer tout le contexte symbolique qu'offre la télévision. C'est seulement en considérant un très vaste éventail de messages répétitifs, centralement produits par une industrie (la télévision), qu'on pourra révéler tout l'univers symbolique qu'elle offre à une masse hétérogène d'individus et l'impact réel du contenu télévisuel sur leurs croyances les plus profondes et communes.

La *cultivation analysis* aura donc tôt fait de proclamer les limites, sinon l'échec, des études d'impact (dominées par les approches de marketing, du changement d'attitude et d'observations en laboratoire) où l'on cherche à prouver que tel message médiatique est suivi de tel effet, que tel contenu de tel média a telle influence sur tel segment particulier du public. Compte tenu de tout le vaste entrecroisement de facteurs culturels et contextuels qui peut intervenir, les relations de cause à effet restent difficiles à établir, notamment dans les enquêtes sur les effets instantanés des médias quant à un changement d'attitude ou d'opinion. Trop attentive aux effets immédiats de la télévision, aux différences individuelles dans la sélectivité et la compréhension des messages, l'approche des effets ponctuels serait complètement passée à côté de ce qui constitue l'essentiel du médium télévisuel: l'absorption des sous-cultures et des différences individuelles ou catégorielles dans un seul grand mouvement culturel dominant, relativement stable et continu.

A travers toute la diversité des messages et la variété des programmes et des émissions, une même représentation du monde est inculquée par la télévision. Un noyau de croyances, de significations et de définitions en vient alors à être communément partagé par le public qui - aussi large, hétérogène et segmenté soit-il - est plongé dans le même univers de représentations. La télévision est un fait social global, un système de symboles composé largement d'histoires dont les effets ne peuvent se mesurer par segments isolés de contenus sur des segments non intégrés de comportements. "Television today serves that function, telling most of the stories to most of the people most of the time³".

Les études d'impact traditionnelles sont parties du postulat que la sélection des messages et des programmes par les téléspectateurs devait nécessairement résulter en une influence éclatée, diversifiée et d'ampleur très variable de la télévision sur les individus. Or, les analyses de programmation et d'exposition font apparaître que la grille des émissions est telle que le téléspectateur moyen ne peut guère exercer un choix réel: la grande majorité des individus regardent la télévision le soir et les week-end, ils sont captifs des émissions qu'on veut bien leur présenter, si bien que ce qui fait la popularité d'une émission est moins son contenu que son horaire. Par exemple, comme c'est aux heures de grande écoute que sont projetées les émissions les plus violentes, le public ne peut échapper aux messages chargés de violence.

³ GERBNER, G.; GROSS, L.; MORGAN, M. et SIGNORIELLI, N. Living with Television: The Dynamics of the Cultivation Process. Dans Jennings Bryant et Dolf Zillman (dirs publ.). *Perspectives on Media Effects*. New Jersey, Lawrence Erlbaum Assoc., Inc., 1986, p. 18.

Le paradigme classique des effets laisse aussi entendre que seule la recherche expérimentale peut mener à des conclusions sérieuses, en étudiant le changement que provoque une variable contrôlée en contexte expérimental sur une ou des variables à expliquer. La théorie de l'incubation renverse le raisonnement en affirmant que c'est la stabilité (ou la résistance au changement) qui est l'aboutissement le plus important du média télévisuel, et que malheureusement les stratégies de recherche expérimentales sont totalement impuissantes à saisir la permanence, la constance et la continuité, la façon dont un système culturel global dominé par la télévision arrive à maintenir et renforcer l'ordre social ambiant.

En regard de la violence, la question ne devrait pas être de savoir quel type de messages violents ou criminels excite quel type d'agressivité. On devrait plutôt chercher à comprendre en quoi "le fait pour le public d'être fréquemment exposé à des scènes de violence et de terreur conditionne la manière dont l'individu conçoit la réalité, influence certains comportements et sert les intérêts des institutions"⁴. L'analyse des changements immédiats et segmentés de l'opinion par les messages télévisuels doit céder la place à l'étude des effets graduels, cumulatifs, à long terme, massifs et profonds de la télévision considérée dans son ensemble. L'étude du changement certes, mais le changement sur la longue durée et dans la manière dont les nouvelles générations sont socialisées par ce nouvel agent social qu'est la télévision⁵.

⁴ GERBNER, G., *Violence et terreur dans les médias*, Paris, UNESCO, no 102, 1989, p. 23.

⁵ "We begin with the assertion that television is the central cultural arm of American society. It is an agency of the established order and as such serves primarily to extend and maintain rather than to alter, threaten, or weaken conventional conceptions, beliefs, and behaviors. Its chief cultural function is to spread and stabilize social patterns, to cultivate not change but resistance to change. Television is a medium of the socialization of most people into standardized roles and behaviors. Its function is, in a word, enculturation." GERBNER, G. et GROSS, L. *Living With Television: The Violence Profile*. *Journal of Communication*, vol. 26, no. 2, 1976, p. 175.

CHAPITRE 2

UNE THÉORIE DE LA TÉLÉVISION COMME SYSTÈME SYMBOLIQUE DOMINANT

La *cultivation analysis* démarre avec l'idée que la télévision est le principal environnement symbolique de l'individu moderne, et qu'aucune autre institution humaine, sauf peut-être la religion dans les sociétés pré-industrielles, n'a eu autant d'influence sur la vie des individus. Aucun autre média et aucune autre institution ne rassemble un public aussi hétérogène, mais en même temps aussi peu sélectif. L'écoute de la télévision est devenue un rituel qui entretient et maintient tout un style de vie, toute une vision du monde (de ce qui existe, ce qui importe, ce qui est juste, ce qui est lié, etc.), en parfaite adéquation avec l'ordre établi et les valeurs, croyances et comportements qu'un tel ordre impose. Sur la longue durée, tous les programmes et tous les contenus se complètent et se renforcent pour offrir le même univers symbolique, la même construction cognitive et sociale de la réalité: un effet d'ensemble que les chercheurs appellent *mainstreaming*⁶.

On peut voir là des relents de la vieille thèse sur la culture de masse, mais dans un contexte scientifique où l'on prend soin de vérifier systématiquement ce qu'on énonce, et dans un contexte social aussi où prend place un véritable média de masse, omniprésent dans la vie quotidienne des individus - depuis même leur plus tendre enfance - et ayant la capacité d'absorber ou d'outrepasser les différences culturelles afin de créer une homogénéisation plus grande des représentations. Car il faut voir que la télévision est venue à nous comme un mélange de radio, cinéma, jeux, cirque, dessin animé et une teinte de journalisme, mais sans pouvoir se réduire à aucun de ces médias. La télévision est un média unique qui exige d'être étudié par une approche spécialement adaptée⁷.

Les chercheurs de l'école d'Annenberg demandent donc qu'on établisse une distinction entre les médias utilisables sélectivement et ceux qui, comme la télévision, ne le sont pas. Dans la première catégorie, l'usage et la consommation du cinéma et de la presse écrite peuvent dépendre de certains particularismes tels le groupe socio-économique, religieux, politique ou ethnique auquel le sujet appartient.

Mais certains de ces particularismes, écrit Gerbner, se sont atténués, au cours des trois ou quatre dernières décennies, sous l'effet d'un nouveau média dont l'usage ne peut guère être sélectif et qui transmet à tous les groupes une série limitée de messages, entraînant dans le même moule culturel de nombreux groupes qui, jusqu'alors, étaient restés bien différenciés. Ce média, c'est la télévision. Alors que la lecture de récits violents peut être une affaire de choix personnel, la violence télévisée, elle, dans bien des cas, est

⁶ "Mainstreaming represents the theoretical elaboration and empirical verification of our assertion that television cultivates common perspectives. Mainstreaming means that television viewing may absorb or override differences in perspectives and behavior that stem from other social, cultural, and demographic influences. It represents a homogenization of divergent views and a convergence of disparate viewers." GERBNER, G.; GROSS, L.; MORGAN, M. et SIGNORIELLI, N. Living with Television: The Dynamics of the Cultivation Process. Dans Jennings Bryant et Dolf Zillman (dirs publ.). *Perspectives on Media Effects*. New Jersey, Lawrence Erlbaum Assoc., Inc., 1986b, p. 31.

⁷ GERBNER, G., *Advancing on the Path of Righteousness (Maybe)*, dans M. Morgan et N. Signorielli, *Cultivation analysis*, London, Sage, 1990, p. 253.

pratiquement inévitable. En général, les plus gros consommateurs de violence télévisée sont donc les plus gros consommateurs de télévision tout court⁸.

Tout ceci ne serait que considérations secondaires si la télévision n'était que le reflet de son environnement. Or, le monde que dépeint la télévision est relativement éloigné du monde réel. Les catégories sociales, raciales, sexuelles, et les groupes d'âge qui y figurent sont loin d'être représentatifs de la population réelle. Les enfants, les vieux, les femmes, les ouvriers et les minorités ethniques y sont nettement sous-représentés par rapport à leurs effectifs réels, tandis que les hommes blancs d'âge moyen sont franchement surreprésentés. Même déformation quant à la violence: la télévision montre un univers où le meurtre est beaucoup plus fréquent que dans la réalité. Par exemple, plus de 50% des personnages principaux des séries télévisées américaines font face chaque semaine à 5 ou 6 actes de violence, alors que selon les statistiques du FBI moins de 1% de la population américaine est victime, chaque année, d'actes de violence. La violence exposée à la télévision présente les femmes, les jeunes, les vieux et les étrangers comme principales victimes de la violence (notamment des homicides), alors que dans la réalité (américaine) ce n'est pas tout à fait le cas.

Il en est ainsi pour presque tous les secteurs d'activités, tous les groupes et toutes les catégories sociales que donne à voir la télévision, peu importe le genre de contenu (publicité, film, récit, nouvelle, affaires publiques, jeux, etc.). La politique y est réduite à sa plus simple expression; certains métiers et certaines professions sont surreprésentés, d'autres complètement ignorés; la justice et la police sont omniprésentes, comme si nos sociétés comptaient un policier et un criminel pour cinq citoyens; alors que près de 40% de la population américaine souffre d'obésité, c'est le cas d'à peine 4% des personnages télévisuels.

Prenant acte de cette caractéristique du monde télévisuel maintes fois révélée par les analyses de contenu, l'hypothèse de base de la théorie de l'incubation, la proposition qu'on cherche à vérifier sous toutes ses coutures, énonce que plus les gens consacrent de temps à regarder la télévision, plus leurs représentations du monde correspondent à celles données par la télévision et, donc, s'éloignent de la réalité. L'idée de la culture télévisuelle comme culture dominante suggère alors que les téléspectateurs les plus assidus, malgré leurs différences individuelles quant au statut socio-économique, au revenu, à l'éducation, au sexe, à la race, etc., tendent à avoir une perception du monde convergente, conforme à l'image déformée, amplifiée ou restreinte qu'en donne la télévision.

En dépit de leurs préférences et de la sélection qu'ils peuvent faire de leurs émissions, les consommateurs les plus gourmands de télévision, ceux qui la regarde trois heures et plus par jour aux heures de grande écoute (*prime time*) - en somme la majorité des téléspectateurs réguliers - s'exposent nécessairement à un contenu total qui présente nettement plus de similarités que de différences. Ces "*heavy viewers*", selon l'expression consacrée par Gerbner et ses collaborateurs, ne peuvent tout simplement pas échapper, malgré des goûts et des intérêts distincts, à un flot de messages qui aura nécessairement, en bout de course, une texture et une coloration uniformes.

⁸ GERBNER, G., *Violence et terreur dans les médias*, Paris, UNESCO, no 102, 1987, p. 30.

CHAPITRE 3

LA MÉTHODOLOGIE DE LA *CULTIVATION ANALYSIS*

Plusieurs thèmes ont fait l'objet d'une enquête de type *cultivation analysis*: la violence surtout, mais aussi la politique⁹, l'éducation et les aspirations professionnelles¹⁰, la science¹¹, la santé¹², les stéréotypes sexistes, racistes et autres¹³, etc.. Dans chaque cas il s'agit de faire une double comparaison: dans un premier temps, comparer l'image du monde qu'offre la télévision sur le thème choisi avec la réalité de ce monde telle qu'on peut l'observer plus objectivement; dans un deuxième temps, comparer les représentations sur ce thème des téléspectateurs les plus assidus (*heavy viewers*) à celles des téléspectateurs plus occasionnels (*light viewers*), ceux qui regardent la télévision moins de deux heures par jour. L'objectif consiste alors à voir en quoi les perceptions des deux groupes-sujets se rapprochent de l'univers tel que décrit par la télévision ou de la réalité telle qu'elle existe en dehors de l'image qu'en offre la télévision. Pour découvrir ce que les téléspectateurs apprennent de la télévision, les chercheurs tentent, autrement dit, d'observer ce que le média enseigne aux plus fidèles d'entre eux, le quelque chose de plus qu'elle arrive à leur inculquer et qui les distingue de ceux qui sont moins assidûment en contact avec la télévision.

La méthodologie de l'approche des indicateurs culturels débute donc généralement par une analyse de contenu d'un certain système de messages diffusés par la télévision aux heures de

⁹ Voir les deux articles suivants parus en 1982 et 1984. GERBNER, G.; GROSS, L.; MORGAN, M. et SIGNORIELLI, N. Charting the Mainstream: Television's Contributions to Political Orientations. *Journal of Communication*, vol. 32, no. 2, 1982, p. 100-127. GERBNER, G.; GROSS, L.; MORGAN, M. et SIGNORIELLI, N. Political correlates of television viewing. *Public Opinion Quarterly*, vol. 48, 1984, p. 283-300.

¹⁰ Voir les deux articles suivants: MORGAN, M. et GROSS, L. Television and educational achievement and aspiration. In D. Pearl, L. Bouthilet, & J. Lazar (Eds.), *Television and behavior: Ten years of scientific progress and implications for the 80's*, Volume II, *Technical reviews*, 1982, p. 78-90. Rockville, MD: National Institute of Mental Health. GROSS, L., & JEFFRIES-FOX, S., What do you want to be when you grow up, little girl? In G. Tuchman, A.K. Daniels, & J. Benet (Eds.), *Hearth and home: Images of women in the mass media*, 1978, p. 240-265. New York: Oxford University Press.

¹¹ GERBNER, G.; GROSS, L.; MORGAN, M. et SIGNORIELLI, N. Scientists on the TV screen. *Society*, May/June, 1981, p. 41-44.

¹² GERBNER, G.; MORGAN, M. et SIGNORIELLI, N. Programming health portrayals: What viewers see, say and do. In D. Pearl, L. Bouthilet, & J. Lazar (Eds.), *Television and behavior. Ten years of scientific progress and implications for the 80's. Volume II, Technical reviews*, 1982, p. 291-307. Rockville, MD: National Institute of Mental Health.

¹³ GERBNER, G.; GROSS, L.; MORGAN, M. et SIGNORIELLI, N. *Gratuitous Violence and Exploitive Sex: What Are the Lessons?* Phila, P.A., The Annenberg School of Communications, 1984. MORGAN, M. Television and adolescent's sex-role stereotypes: A longitudinal study. *Journal of Personality and Social Psychology*, 43(5), 1982, p. 947-955. MORGAN, M. Symbolic victimization and real world fear. *Human Communication Research*, vol. 9, 1983, p. 146-157. MORGAN, M. Television, sex role attitudes, and sex role behavior. *Journal of Early Adolescence*, vol. 7, no. 3, 1987, p. 269-282.

grande écoute, pour tenter d'identifier les descriptions ou les significations les plus stables et récurrentes qu'elle livre sur une quelconque dimension de la réalité (un groupe social, un comportement, un secteur d'activités, une catégorie d'âge ou de sexe, etc.). Lorsqu'il est possible de le faire avec des données simples, fiables et comparables, les chercheurs essaient de déterminer l'écart qui sépare la construction de la réalité par la télévision et cette réalité telle qu'on peut l'observer avec un appareillage précis, en l'occurrence statistique.

Les résultats de l'analyse de contenu et les différences constatées entre la réalité symbolique de la télévision et la réalité objective servent ensuite, dans une seconde collecte de données, à formuler des questions de sondage ou à isoler, parmi les sondages annuels des grands instituts de recherche américains, les questions de sondage qui révèlent les croyances, les attitudes, les opinions ou les comportements des individus à l'égard du thème étudié. La seule question qui est posée en regard de la télévision demande simplement aux sujets combien d'heures ils lui consacrent dans une journée ordinaire. Pour toutes les autres questions, il y a deux seules réponses possibles: une réponse conforme à l'image de la réalité étudiée que présente la télévision (*television answer*) et une réponse plus conforme à la réalité telle qu'elle est observable objectivement (*reality answer*). Une comparaison est ensuite établie entre les réponses des gros téléspectateurs (*heavy viewers*) et celles des modestes téléspectateurs (*light viewers*) afin de voir si le premier groupe répond davantage dans le sens de la réalité symbolique "biaisée" de la télévision que le second. S'ils constatent un écart significatif entre les deux groupes de téléspectateurs est constatée, les chercheurs parlent alors de "différence d'inculcation" (*cultivation differential*) et se croient autorisés à conclure à l'effet d'incubation culturelle de la télévision (l'effet *mainstream*).

Plusieurs formes d'attitudes et de perceptions ont été observées pour mesurer l'influence d'une écoute longue et intensive de la télévision sur les individus: le sentiment de vulnérabilité, la perception du danger potentiel, la méfiance, le sentiment d'exploitation, l'état de dépression, etc.. Pour mesurer certains de ces sentiments, les chercheurs ont recours aux questions qui font périodiquement partie des sondages nationaux américains annuels (appelés *General Social Surveys*) du *National Opinion Research Center* (NORC). Par exemple, pour vérifier ce qu'ils appellent l'indice d'anomie ou d'aliénation (*Anomie Index or Alienation Index*) - sorte de sentiment pessimiste - ils ont recours aux données portant sur les trois questions suivantes (au choix de réponse dichotomique: d'accord, pas d'accord) qui ont fait partie des sondages de 1980, 1982 et 1985 du NORC:

1. *In spite of what some people say, the lot (situation/condition) of the average man is getting worse, not better.*
2. *It's hardly fair to bring a child into the world with the way things look for the future.*
3. *Most public officials (people in public office) are not interested in the problems of the average man.*

La tendance à répondre d'accord à ces questions, donc à être plutôt pessimiste ou imbu d'un sentiment d'anomie, constitue selon les chercheurs une opinion générale conforme à l'image du monde que nous renvoie la télévision: c'est la réponse assortie aux messages de la télévision (*TV answer*). Tous ceux qui répondent positivement à au moins deux de ces questions sont catégorisés dans le groupe des sujets prétendument "aliénés". Ces questions de sondage et les données auxquelles on est en droit de s'attendre méritent un examen sérieux, escamoté à notre sens par les tenants aussi bien que par les adversaires de la *cultivation analysis*, car toute la démonstration des prétendus effets d'incubation de la télévision repose sur elles.

Quatre séries d'interrogations, sur lesquelles nous reviendrons également plus loin, surgissent de ce dispositif méthodologique: Les indicateurs de l'aliénation et de l'anomie sont-ils valables? Les questions de sondage sont-elles dépourvues de toute ambiguïté et susceptibles de mesurer ce qu'elles sont censées mesurer? Des réponses affirmatives à ces questions peuvent-elles être

associées au sens des messages transmis par la télévision? Et si la télévision transmet bien ce type de messages, est-il sûr qu'ils aillent dans le sens du maintien du statu quo et contribuent de la sorte à la reproduction de l'ordre social?

On est en droit de se demander si les notions d'aliénation et d'anomie sont bien choisies ici par les chercheurs pour désigner le sentiment de pessimisme qu'ils veulent vérifier chez les individus et qu'ils croient découvrir en plus grande proportion chez les téléviseurs que chez les menus téléspectateurs. L'anomie, selon le sens que lui donne son concepteur Emile Durkheim, désigne le mal dont souffre une société dans son ensemble par défaut de règles morales et juridiques qui organisent les relations entre ses membres (c'est le sens qu'il lui donne dans *De la division du travail social*, 1893). L'anomie, comme "maladie" de la démesure et l'incapacité d'une société à contrôler ou réguler - par ses valeurs, sa morale et ses normes - les aspirations de ses membres (autre aspect de l'anomie souligné par Durkheim dans *Le suicide*), réfère à un phénomène qui n'est pas exactement celui que veulent saisir Gerbner et son équipe. L'anomie, au sens mertonien du terme, c'est-à-dire comme phénomène apparenté à la déviance et au conflit que subit l'individu entre les buts proposés par la société et les moyens légitimes pour y accéder, n'est pas non plus la réalité que les chercheurs d'Annenberg cherchent à capter à travers leurs questions de sondage.

De même, parler d'aliénation, au sens marxiste comme au sens psychopathologique du terme, mène à une exagération et à une confusion conceptuelle que les chercheurs d'Annenberg auraient mieux fait d'éviter. L'aliénation en tant que dépossession de soi, comme perte partielle ou totale de son identité et de sa personnalité, comme l'état de celui qui devient étranger à lui-même (sens psycho-pathologique), n'est sans doute pas ce qu'on cherche à observer. L'aliénation, au sens sociologique, renvoie à l'état de celui qui, par suite de conditions économiques ou politiques qui lui échappent, cesse de s'appartenir, ne se reconnaît plus dans le produit de son travail, ne peut plus s'épanouir dans une oeuvre individuelle ou collective, est traité comme une chose et devient l'esclave, pour ainsi dire, des lois qui régissent l'échange des marchandises (sens marxiste). La notion d'aliénation, ainsi entendue, a très peu à voir avec cet indicateur culturel que l'on cherche à construire en référence à la violence télévisée et à ses conséquences.

Parler d'anomie et d'aliénation n'est sans doute pas un choix arbitraire et inconscient. Les thèses d'inspiration néo-marxiste de Gerbner et de ses collaborateurs sur la fonction idéologique de la télévision, sur ses effets structurels de maintien de l'ordre et de reproduction des inégalités sociales, les incitent peut-être, malgré quelques excès de langage et d'interprétation, à employer la notion d'aliénation. Après tout, si la télévision a de telles conséquences, c'est qu'elle est aliénante et empêche les masses de prendre conscience des fondements du pouvoir et de l'exploitation dans nos sociétés post-industrielles. L'emploi simultané et comme synonyme de la notion d'anomie, au-delà de la confusion sémantique qu'il suscite, pose un autre ordre de problème: si la télévision produit de l'anomie au sens durkheimien du terme, il devrait en résulter non pas plus d'ordre social, mais plutôt un désordre, une désorganisation du système social et une détérioration des rapports sociaux. A tout prendre, le concept voisin mais distinct de "démoralisation sociale", issu des travaux de Thomas et Znaniecki sur les immigrants polonais, qualifie sans doute mieux l'opinion générale qu'on cherche à discerner ici.

Les notions d'aliénation et d'anomie qualifient certes très mal l'indicateur culturel qu'on peut construire des trois questions de sondage citées plus haut, mais au-delà de ce défaut de désignation, c'est l'ambivalence des trois questions qui portent à réfléchir sur la justesse des données qu'on peut en tirer. Un individu peut très bien croire que la situation de l'individu moyen va de mal en pis (1ère question), estimer qu'il est difficile d'amener un enfant au monde considérant le futur prévisible (2e question) et penser, enfin, que les autorités publiques ne sont pas intéressées au sort de l'homme moyen (3e question), sans pour autant considérer que c'est là sa propre condition sociale. Autrement dit, le sujet peut fort bien répondre à ces questions - et semble même invité à le faire - en pensant

non pas à lui mais aux autres autour de lui. Les questions 1 et 3 sont d'ailleurs explicites, c'est de l'homme moyen qu'il s'agit et non pas du sujet répondant. La seconde question est plus ambiguë. Demande-t-elle au sujet qu'il se rapporte à son propre cas ou à celui de tous les autres? En somme, les croyances et opinions que les questions veulent mettre à jour concernent-elles la vision qu'a l'individu de lui-même ou sa vision des autres? Indiquent-elles un sentiment d'"aliénation" ou de démoralisation propre à lui ou sa représentation de l'aliénation et de la démoralisation chez les autres?

La psychosociologie classique, aussi bien que la recherche dans le cadre de la théorie cognitive des attributions, a montré la tendance des individus aux attributions auto-avantageuses et aux comparaisons autolouangeuses. Les individus se considèrent généralement comme plus moraux que la moyenne des gens¹⁴, plus intelligents que la moyenne¹⁵, mieux adaptés à leur milieu¹⁶ et plus prudents¹⁷; ils se perçoivent comme ayant moins de préjugés et comme plus équitables que la moyenne¹⁸, ils ont également tendance à percevoir leurs motivations profondes comme essentiellement bonnes et celles des autres comme moins bonnes¹⁹, et enfin, ils démontrent ce que Neil Weinstein²⁰ appelle un "optimisme non réaliste à propos des événements futurs" qui les attendent personnellement, tout en étant plutôt pessimistes à l'égard des autres: ce que Linda Perloff²¹ appelle aussi l'"illusion d'invulnérabilité".

¹⁴ BAUMHART, R. An honest profit. New York, Holt, Rinehart & Winston, 1986. BRENNER, S.N. et MOLANDER, E.A. Is the ethics of business changing? *Harvard Business Review*, janvier-février, 1977, p. 57-71.

¹⁵ WYLIE, R.C. *The self-concept: Theory and research on selected topics*. Lincoln, Neb., University of Nebraska Press, vol. 2, 1979.

¹⁶ CODOL, J.P. On the so-called superior conformity of the self behavior. Twenty experimental investigations. *European Journal of Social Psychology*, vol. 5, 1976, p. 457-501.

¹⁷ SVENSON, O. Are we all less risky and more skillful than our fellow drivers? *Acta Psychologica*, vol. 47, 1981, p. 143-148.

¹⁸ MESSICK, D.M.; BLOOM, S.; BOLDIZAR, J.P. et SAMUELSON, C.D. Why we are fairer than others. *Journal of Experimental Social Psychology*, vol. 21, 1985, p. 480-500. O'GORMAN, H.J. et GARRY, S.L. Pluralistic ignorance - a replication and extension. *Public Opinion Quarterly*, vol. 40, 1976, p. 449-458.

¹⁹ SCHLENKER, B.R. Introduction: Foundations of the self in social life. In B.R. Schlenker (dir.). *The self and social life*. New York, McGraw-Hill, 1985. SCHLENKER, B.R. Self-identification: Toward an integration of the private and public self. In R. Baumeister (dir.). *Public self and private self*. New York, Springer-Verlag, 1986. SCHLENKER, B.R. et LEARY, M.R. Audiences' reactions to self-enhancing, self-denigrating, and accurate self-presentations. *Journal of Experimental Social Psychology*, vol. 18, 1982a, p. 89-104. SCHLENKER, B.R. et MILLER, R.S. Egocentrism in groups: Self-serving biases or logical information processing? *Journal of Personality and Social Psychology*, vol. 35, 1977b, p. 755-764.

²⁰ WEINSTEIN, M.D. Unrealistic optimism about future life events. *Journal of Personality and Social Psychology*, vol. 39, 1980, p. 806-820. WEINSTEIN, M.D. Unrealistic optimism about susceptibility to health problems. *Journal of Behavioral Medicine*, vol. 5, 1982, p. 441-460.

²¹ PERLOFF, L.S. Social comparison and illusions of invulnerability in C.R. Snyder et C.R. Fort (dir.). *Coping with negative life events: Clinical and social psychological perspectives*. New York, Plenum, 1987.

Considérant les résultats de toutes ces recherches, à chacune des trois questions de l'index d'anomie de Gerbner, plusieurs réponses sont possibles chacune ayant sa signification propre. Les individus qui expriment un accord à toutes les questions peuvent se trouver pour une partie dans le groupe de ceux qui ont tendance à s'autolouanger, et pour une autre partie dans le groupe de ceux qui ont tendance à s'autodéprécier, et dans chacun des cas ils peuvent répondre en ayant à l'esprit leur situation ou, au contraire, la situation de tous les autres en général. Si on leur offre seulement deux possibilités de réponse (accord ou désaccord), cela veut dire qu'en fait il y a quatre significations possibles à chacune des réponses, pour un total de huit opinions réelles plutôt que deux.

En fait, s'il y a huit réponses logiques à la première question, les réponses psychologiquement possibles sont plus réduites. L'individu qui a une propension au biais autoavantageux aura sans doute tendance à dire que le sort de l'homme moyen va en empirant. Est-il alors un être aliéné, démoralisé et triste? Certainement pas. La comparaison sociale qui guide sa réponse l'amène simplement à penser que sa situation est nettement préférable à celle des autres. L'individu, par contre, dont la propension va plutôt vers le biais d'autodépréciation, qui considère que sa situation ne cesse de se détériorer, aura certainement tendance à dire que la condition de l'homme moyen va plutôt vers le mieux, en tout cas qu'elle est préférable à sa situation à lui. Devrait-il alors être catalogué comme un individu non aliéné, non démoralisé et heureux? Pourtant c'est bien ainsi que sa réponse sera interprétée par les théoriciens de la *cultivation analysis*.

Avant même qu'ils aient réalisé leur sondage, amassé et codifié les données, leur dispositif méthodologique souffre d'un vice de forme quant aux questions homologuées à l'indicateur d'anomie et, aussi, aux conséquences théoriques des résultats sur la fonction idéologique de la télévision. Comment pourra-t-on comprendre ce que la télévision cultive exactement comme représentations et croyances chez les individus? Quelle conclusion serons-nous en mesure de tirer des réponses quant à la fonction idéologique de la télévision et à ses effets sur la sauvegarde du statu quo? La théorie de l'incubation pose qu'un résultat indiquant que les télévores ont un plus haut score d'anomie que les téléspectateurs moins fidèles démontre que la télévision contribue au maintien du statu quo et de ses rapports de domination. Une autre théorie néo-marxiste pourrait très bien prendre le contre-pied de cette hypothèse et avancer que la "démoralisation sociale" et le pessimisme généralisé représentent un danger pour le système social dominant. L'intérêt objectif de la classe dominante ne serait-il pas que les masses soient optimistes et satisfaites de leur sort?

Un second indicateur culturel fort important dans la méthodologie de la *cultivation analysis* présente des carences théoriques et conceptuelles tout aussi graves. Servant à mesurer ce qu'on appelle le syndrome du monde mesquin et avare (*mean world syndrome*), il porte le nom de "*Mean World Index*". Il s'agit d'une sorte d'indicateur de méfiance qu'on a construit sur la base de trois questions faisant partie des sondages nationaux de 1980, 1983 et 1986 du NORC. Trois questions donc, comportant elles aussi deux réponses possibles, dont une qui irait dans le sens de la vision du monde que nous offre la télévision.

1. a) *Would you say that most of the time people try to be helpful;*
b) *or that they are mostly just looking out for themselves?*
2. a) *Do you think that most people would try to take advantage of you if they got a chance;*
b) *or would they try to be fair?*
3. a) *Generally speaking, would you say that most people can be trusted;* b) *or that you can't be too careful in dealing with people?*

Horace Newcomb²² s'est montré particulièrement sévère face à cet index et aux conclusions que les chercheurs d'Annenberg tentent d'en inférer. Qu'ils soient télévores ou non, plusieurs répondants ont sans doute répondu à la dernière question en considérant qu'on n'est jamais trop prudent face aux autres, sans pour autant penser qu'on ne peut pas faire confiance à la plupart des gens. Il est hautement contestable, selon lui, qu'on puisse en tirer la conclusion, comme les chercheurs le font, que cette méfiance se traduit directement par une demande exagérée pour le contrôle répressif du crime et que la peur et la crainte du danger sont un résidu nécessaire de la méfiance.

Visiblement moins ambiguës que les questions de l'index d'anomie (l'individu semble davantage incité à se référer aux autres plutôt qu'à son propre cas), ces trois autres questions nous semblent par contre sujettes à des effets de biais autoavantageux et autodépréciatif. Advenant le cas où les télévores expriment plus de crainte et de suspicion que les non-télévores, la théorie des indicateurs culturels va en conclure que la télévision entretient l'ordre social car elle inculque aux individus la peur de l'autorité et le respect de la hiérarchie sociale. Si, chez ces télévores, on retrouve une majorité d'individus aux propensions autolouangeuses, leur méfiance à l'égard des autres serait aussi la conséquence - une coextension - du fait qu'ils se considèrent supérieurs aux autres en matière de morale et d'altruisme. S'ils se considèrent ainsi, n'est-ce pas là un effet bénéfique pour le maintien du système tout aussi important, sinon plus, que la peur? Lorsque quelqu'un se considère mieux adapté que les autres à son milieu, plus juste et équitable que les autres, qu'il estime ses motivations généralement plus honnêtes, il fait sans doute le raisonnement qu'il peut assez bien s'en sortir malgré un environnement hostile, et trouver en lui les moyens d'avoir une vie comblée et satisfaisante. Bref, il peut agir en fonction de critères individualistes qui profitent aux systèmes sociaux fondés sur des valeurs individualistes.

Admettons, par ailleurs, que les télévores (ceux qui regardent la télévision plus de quatre heures par jour et qui subiraient le plus l'effet d'incubation idéologique de la télévision) donnent davantage que les modestes téléspectateurs (assis moins de deux heures devant la télévision) une réponse pessimiste (la partie "b" des énoncés 1 et 3 et la partie "a" de l'énoncé no 2) aux trois questions de l'index de méfiance; doit-on en déduire que la télévision cultive des croyances qui vont dans le sens de l'ordre social? S'ils se méfient des autres, de ceux qui cherchent à les exploiter et les dominer, ne rendent-ils pas plus difficile le maintien de l'ordre social? S'ils estiment que les individus ne sont motivés que par la poursuite de leurs propres intérêts, que chacun cherche à tirer avantage de l'autre, et qu'on est jamais trop prudent dans ses transactions avec quelqu'un d'autre, n'ont-ils pas alors bien compris une valeur ou une loi sociale généralisée à l'ensemble de notre société, pour mieux s'en protéger ou s'en défendre?

Un troisième indicateur culturel relié à la perception de la violence et des risques de violence fut développé au cours des ans par les chercheurs d'Annenberg²³. Il est constitué d'un ensemble de

²² NEWCOMB, H., Assessing the violence profile studies of Gerbner and Gross: a Humanistic critique and suggestion, dans G.C. Wilhoit (ed.), *Mass Communication Review Yearbook*, vol. 1, Sage, 1980, p. 451-469. Article paru la première fois dans *Communication Research*, vol. 5, no 3, 1978, p. 264-282.

²³ GERBNER, G. et GROSS. L. Living With Television: The Violence Profile. *Journal of Communication*, vol. 26, no. 2, 1976, p. 173-199.
GERBNER, G.; GROSS. L.; ELLEY, M.F.; JACKSON-BEECK. M.; JEFFRIES-FOX, S. et SIGNORIELLI, N. TV Violence Profile no. 8: The Highlights. *Journal of Communication*, vol. 27, no. 2, 1977, p. 171-180.
GERBNER, G.; GROSS. L.; JACKSON-BEECK, M.; JEFFRIES-FOX, S. et SIGNORIELLI, N. Cultural Indicators: Violence Profile no. 9, *Journal of Communication*, vol. 28, no. 3, 1978, p. 176-207.

questions où l'on peut vérifier si le sujet a tendance à percevoir la violence telle que la rapportent les statistiques officielles ou telle que la télévision la décrit. Par exemple, les données américaines rapportent qu'il y a 0.41 crimes violents pour 100 habitants, alors qu'une analyse de contenu de la télévision révèle que 64.4% des personnages vus sont impliqués dans des situations de violence. Ce tableau comparé de la violence réelle et de la violence télévisée a inspiré la question suivante où la réponse "a" est conforme au monde symbolique de la télévision et la réponse "b" au monde tel qu'on peut l'observer plus objectivement:

1. *During any given week, what are your chances of being involved in some kind of violence? a) About one in ten; b) About 1 in 100.*

Cette question, signalée une autre fois Newcomb, n'est pas aussi claire et limpide qu'elle le paraît au premier regard. La définition de la violence par les chercheurs d'Annenberg insiste sur la dimension physique ou la menace physique; or, il est loin d'être certain que c'est cette dimension que les répondants auront à l'esprit. Pour certains la violence peut-être psychologique ou symbolique, pour d'autres un accident d'automobile, un vol de propriété ou une engueulade peut constituer un événement violent. L'analyse des réponses ne sera valide que si la violence est définie et perçue par les répondants exactement comme par les chercheurs.

Cela dit, trois autres questions comme celles-ci sont directement inspirées d'une comparaison entre la télévision et la réalité. Les statistiques officielles montrent que 1% de la main-d'oeuvre masculine active aux États-Unis est associée au contrôle de la criminalité; que 10% des crimes commis sont accompagnés de violence; et que 64% des homicides impliquent des individus qui se connaissent comme amis ou parents (16% seulement concernent des étrangers). La télévision quant à elle renvoie une autre image de ces trois phénomènes: 12% des personnages mâles sont professionnellement engagés dans le contrôle de la criminalité; de tous les personnages principaux qui commettent un crime, 77% le font avec usage de la violence; et enfin 58% des homicides impliquent des individus qui sont des étrangers les uns pour les autres. Comme pour la première, chacune de ces questions offre une réponse qui se rapproche de la vision donnée par la télévision et une autre plus conforme au monde réel:

2. *What percent of all males who have jobs work in law enforcement and crime detection? a) One percent; b) Five percent.*

3. *What percent of all crimes are violent crimes like murders, rape, robbery and aggravated assault? a) Fifteen percent; b) Twenty-five percent.*

4. *Does most fatal violence occur between strangers (a); or between relatives or acquaintances (b)?*

Cet indice de perception ou d'évaluation de la violence (*Images of Violence Index*) est constitué d'un ensemble de questions nettement moins ambivalentes que dans les deux premiers. Il a également l'avantage de reposer sur des données observables (statistiques officielles et analyse de contenu de la télévision) pour mieux appuyer les questions de sondage sur des choix de réponses réellement associés à deux mondes: le monde réel et le monde construit de la télévision. Les

GERBNER, G.; GROSS, L.; MORGAN, M.; SIGNORIELLI, N.; JACKSON-BEECK, M. The Demonstration of Power: violence Profile no. 10. *Journal of Communication*, vol. 29, no. 3, 1979, p. 177-196.

GERBNER, G.; GROSS, L.; MORGAN, M. et SIGNORIELLI, N. The "Mainstreaming" of America: Violence Profile no. 11. *Journal of Communication*, vol. 30, no. 3, 1980, p. 10-29.

GERBNER, G.; GROSS, L.; MORGAN, M. et SIGNORIELLI, N. *Television's Mean World: Violence Profile no. 14-15*. The Annenberg School of Communications, Université de Pennsylvanie, 1986a.

indicateurs de méfiance et de pessimisme commentés plus haut ne reposent sur aucune analyse du contenu de ce type. Les chercheurs ne pouvaient en aucune façon prétendre avoir démontré que les programmes télévisés sont en soi pessimistes et méfiants et qu'ils enseignent le pessimisme et la méfiance.

Bien qu'il soit plus respectueux de la méthode de la *cultivation analysis* (laquelle prétend associer analyse de contenu et enquête de terrain), il est loin d'être certain que cet indicateur de croyances fournisse mieux que les autres des réponses claires aux questions fondamentales que soulève la théorie de l'incubation. Est-ce qu'une vision exagérée de la violence et des risques de violence ou une évaluation démesurée des forces de répression contre la criminalité vont directement dans le sens du maintien de l'ordre social? Si cette vision excessive de la violence résulte en une demande de moyens encore plus importants de répression et un appui inconditionnel aux appareils répressifs de l'État, il y aura alors peut-être une contribution de la télévision au contrôle de la criminalité. Si par contre cette vision grossie de la violence conduit les citoyens à se faire justice eux-mêmes et à prendre individuellement les moyens de leur défense, c'est à une plus grande criminalité que la télévision risque de participer.

La perception de l'ampleur de la violence est une chose, la crainte et la peur face à la violence en est une autre. C'est pourquoi les chercheurs d'Annenberg ont multiplié les questions afin de prendre la mesure de cette crainte (*Perception of Danger Index*), en supposant cette fois que la télévision engendre sans doute ce sentiment, mais sans véritablement pouvoir déterminer en quoi le monde de la télévision entraîne une plus grande peur que le monde réel. La stratégie heuristique demeure toujours la même: voir si les télévotants expriment une plus grande crainte de la violence extérieure que les non-télévotants. En répondant par oui ou non aux questions suivantes, on arrive alors à établir des pourcentages comparatifs chez les deux groupes de téléspectateurs:

1. *Would you be afraid to walk alone in a city at night?*
2. *Are you afraid to walk alone in your own neighborhood at night?*
3. *Is it dangerous to walk alone in a city at night?*
4. *Now we would like to ask about how crime affects you personally. Some people find it necessary to take certain precautions in order to be safe from crime. Please tell me if you've done any of the following things to protect yourself against crime:*
 - *bought a dog for purposes of protection;*
 - *put new locks on windows or doors for purposes of protection;*
 - *kept a gun for purposes of protection;*
 - *stayed away from certain areas in a town or city for purposes of protection.*²⁴

Encore une fois, on peut se demander si la crainte de la violence contribue à l'ordre ou au désordre social. En regard des comportements mentionnés dans la quatrième question, toute une tradition de pensée en criminologie, inspirée par la théorie des opportunités, a prétendu que les individus commettent des délits lorsqu'ils ne disposent pas de moyens légitimes pour réaliser leurs buts et lorsque les opportunités criminelles sont plus grandes que les opportunités légitimes²⁵. Ces occasions criminelles comportent un facteur de risque. Or, les comportements de protection que semble entraîner une certaine crainte du crime contribuent certainement à augmenter les facteurs de risque pour les délinquants en puissance, et donc à diminuer leurs activités criminelles. Un certain ordre social s'en trouverait préservé, mais est-ce l'ordre social auquel les chercheurs d'Annenberg pensent? Malheureusement ils sont très avares de commentaires sur le sujet. La seule conclusion

²⁴ Ces questions proviennent non pas du NORC mais du Center for Political Studies, une autre base de données utilisées par Gerbner et al.).

²⁵ CUSSON, M., *Délinquants pourquoi?*, Montréal, Bibliothèque québécoise, 1989.

légitime qu'on peut tirer de leurs nombreuses enquêtes consiste à dire qu'un visionnement prolongé de la télévision semble occasionner certaines croyances et attitudes d'exagération de la violence, de crainte aussi; peut-être de méfiance à l'égard d'autrui, de démoralisation et de pessimisme, mais encore faudra-t-il des questions moins ambivalentes que celles utilisées pour le savoir. Une chose est certaine, le dispositif d'enquête des chercheurs d'Annenberg et les résultats qu'ils peuvent fournir - quels qu'ils soient - permettent très difficilement de se prononcer sur les conséquences de ces attitudes sur l'ordre ou le désordre social. En cette matière, toutes les spéculations sont permises comme nous le verrons plus loin.

Les théoriciens de la *cultivation analysis* soutiennent que le dispositif méthodologique visant à vérifier la théorie de l'incubation consiste à faire une analyse de contenu de la manière dont la télévision décrit un certain problème ou un certain groupe social, pour voir ensuite si les téléviseurs ont davantage tendance que les non-téléviseurs à exprimer une représentation du monde conforme à ce message, lequel est généralement déformé par rapport à la réalité ou à l'expérience plus directe et objective qu'on peut avoir de la réalité. Or, pour certains indicateurs culturels vérifiés par la méthode du sondage, le type de message télévisuel qu'on semble leur associer n'est pas aussi évident que les chercheurs le laissent croire. Est-ce qu'on peut prétendre que la violence excessive à la télévision est un message qui, en soi, montre des scènes de démoralisation sociale et de pessimisme généralisé (*Anomie Index*), ou encore de méfiance et de suspicion pratiquement universalisée (*Mean World Index*)? Les bulletins de nouvelles ont peut-être de quoi rendre pessimiste, mais les comédies, films, jeux, dessins animés, sports, spectacles et séries dramatiques ou romantiques exposent-ils le pessimisme, la démoralisation et la suspicion?

Celui ou celle qui regarde beaucoup la télévision s'expose nécessairement à beaucoup de violence, mais aussi à de nombreux genres télévisuels non violents. Les indicateurs sur la perception de l'ampleur de la violence (*Images of Violence Index*) et sur la perception du danger (*Perception of Danger Index*) peuvent plus facilement être associés, comme on l'a vu, à des aspects mesurables du message télévisuel, où la polysémie est pour ainsi dire mieux contrôlée et discernée. Pourquoi? Parce que dans ces deux cas on arrive à dire quelles sont les catégories démographiques agents de la violence et les catégories victimes de la violence. Quels sont ceux et celles qui, à en croire la télévision, doivent craindre la violence réelle et ceux qui n'ont pas à s'en faire, sinon pour apprendre qu'ils font partie de ces gens qui ont le pouvoir d'user ou non de la violence²⁶.

²⁶ Paul Hirsch, 1982, a également souligné, très rapidement, ce problème de la théorie de l'incubation dans sa critique.

CHAPITRE 4

LE PROFIL AMÉRICAIN DE LA VIOLENCE SELON LA CULTIVATION ANALYSIS

Les effets de la violence médiatique sur les représentations des individus sont au coeur des travaux de l'école d'Annenberg. Leurs recherches consistent non pas à montrer, comme l'ont fait les études expérimentales, que la violence télévisée mène à plus d'agressivité, d'imitation ou de désensibilisation face à la violence réelle, mais plutôt à démontrer en quoi surtout elle cultive chez les téléspectateurs les plus assidus une vision déformée et exagérée de la violence sociale, provoquant ainsi plus de méfiance, de peur et de cynisme à l'égard des autres. En termes plus exacts, les télévores exprimeraient davantage de peur ou de crainte face à la violence que les non-télévores, ils seraient plus méfiants et plus pessimistes que les auditeurs moins réguliers; ils auraient la fâcheuse propension à exagérer la violence réelle et auraient plus tendance que les moins télévores à penser que la plupart des gens ne pensent qu'à eux, qu'ils tentent généralement de tirer avantage des autres et qu'on ne peut leur faire confiance.

Bien sûr, certaines tierces variables qui seraient susceptibles d'annuler ce qui paraît être une relation de cause à effet furent examinées. On avait déjà constaté, par exemple, que les télévores se recrutent en grande partie dans les couches inférieures de la population, davantage chez les femmes que chez les hommes, chez les noirs que chez les blancs, et qu'il s'agit là d'une sorte de syndrome accompagné d'un bas niveau de scolarité, d'une mobilité sociale réduite, d'aspirations professionnelles plutôt très faibles, d'un horaire de travail réduit et d'un degré d'anxiété plus élevé que la moyenne²⁷. En maintenant constantes toutes ces variables ainsi qu'un ensemble d'autres facteurs comme l'âge, la lecture des journaux, la classe sociale subjective, le revenu, la race et l'occupation professionnelle, les corrélations entre le taux d'écoute de la télévision d'une part et les attitudes de méfiance, de pessimisme général, d'évaluation et de crainte de la violence d'autre part demeurent significatives.

Cette influence, écrit Gerbner, n'est pas nécessairement la même pour tous les groupes, mais dans l'ensemble elle pèse de la même façon sur la dynamique institutionnelle et sur la politique publique. Chez les téléspectateurs de la plupart des groupes, le monde de la télévision, méchant et dangereux, tend à engendrer certaines angoisses, craintes, méfiances, sentiments d'insécurité et de dépendance et, bien qu'il soit censé distraire agréablement, un sentiment d'aliénation et de mélancolie²⁸

Gerbner et ses collaborateurs n'ont pas été les premiers et les seuls à découvrir une corrélation entre les messages de violence diffusés par les médias et les sentiments ou croyances qui peuvent

²⁷ GERBNER, G. et GROSS. L. Living With Television: The Violence Profile. *Journal of Communication*, vol. 26, no. 2, 1976, p. 173-199.
GERBNER, G. et GROSS. L. The Scary World of TV's Heavy Viewer. *Psychology Today*, vol. 9, no. 11, 1976b, p. 41-45, 89.
GERBNER, G. et GROSS. L. The Violent Face of Television and its Lessons. Dans Edward L. Palmer and Aimee Dorr (dirs publ.). *Children and the Faces of Television: Teaching, Violence, and Selling*. New York, 1981, p. 149-162.

²⁸ GERBNER, G., *Violence et terreur dans les médias*, Paris, UNESCO, no 102, 1989, p. 28-29.

en résulter dans le public. Siegal²⁹ et Lovibond³⁰ avaient établi déjà que le spectacle de la violence dans les médias est associé à un sentiment d'angoisse, d'insécurité et à la croyance que la guerre est une nécessité. Doob et Macdonald³¹ ont découvert dans une étude en territoire canadien que l'exposition à la violence médiatique augmente l'appréciation que les individus peuvent se faire du niveau de crime et de violence dans la société. Une vaste enquête menée par l'institut *Research and Forecast*³² a démontré que la violence affichée dans la presse et à la télévision est en rapport direct avec les sentiments de peur et de crainte exprimés par les téléspectateurs face au monde extérieur. Bryant, Corveth et Brown³³, de même que Zillmann et Wakshlag³⁴, ont observé que le fait de regarder régulièrement la télévision pourrait être à l'origine de certains sentiments d'anxiété et de la crainte d'être une victime potentielle d'actes criminels (sentiment de victimisation). En Angleterre, Wober et Gunter³⁵ ont constaté que plus les gens regardent la télévision, plus ils évaluent à la hausse les risques chez eux de catastrophes naturelles et d'attaques terroristes à la bombe.

La violence dans les médias semble aussi peser sur les attitudes des individus à l'égard de la justice et du contrôle social de la criminalité. Dans sa thèse de doctorat, Barrile³⁶ montre qu'il y a une corrélation entre le taux d'écoute de la télévision et des attitudes positives à l'égard d'une justice punitive, de la peine de mort et des exécutions télévisées, ainsi que la tendance à penser que le système judiciaire n'est pas assez sévère à l'égard des criminels. Dans la même perspective criminologique, Carlson³⁷ relève une relation significative entre le taux de visionnement de scènes criminelles à la télévision et deux attitudes marquées: l'acceptation de la brutalité policière d'une part et l'opposition aux libertés civiles d'autre part. S'appuyant sur une analyse de contenu thématique

²⁹ SIEGAL, A.A. The Effects of Media Violence on Social Learning. Dans Robert K. Baker et Sandra J. Ball, *Mass Media and Violence*, vol. 9, Washington, D.C., U.S. Government Printing Office, 1969, p. 261-283.

³⁰ LOVIBOND, S.H., The Effect of Media Stressing Crime and Violence upon Children's Attitudes, *Social Problems*, vol. 15, no.1, 1967, p. 91-100.

³¹ DOOB, A.N., et MACDONALD, G.E., The News Media and Perception of Violence. *Report of the Royal Commission on Violence in the Communications Industry*, vol. 5, *Learning from the Media*. Toronto, 1977, p. 171-226.

DOOB, A.N., et MACDONALD, G.E., Television Viewing and Fear of Victimization: Is the Relationship Causal? *Journal of Personality and Social Psychology*, vol. 37, no. 2, 1979, p. 170-179.

³² RESEARCH and FORECASTS. *The Figgie Report on Crime: America Afraid*. Willoughby, Ohio: A-T-O, Inc., 1980.

³³ BRAYANT, J.; CARVETH, R. et BROWN. D. Television Viewing and Anxiety: An Experimental Examination. *Journal of Communication*, vol. 31, no. 1, 1981, p. 106-119.

³⁴ ZILLMANN, D. et WAKSHLAG, J. Fear of Victimization and the Appeal of Crime Drama. Dans Dolf Zillman et Jennings Bryant (dirs publ.). *Selective Exposure to Communication*. Hillsdale, New Jersey, Erlbaum, 1985.

³⁵ WOBER, J.M. et GUNTER, Barrie. Television and Personal Threat: Fact or Artifact? A British Survey. *British Journal of Social Psychology*, vol. 21, 1982, p. 239-247.

WOBER, J.M. et GUNTER, B. *Television and social control*. Farnborough: Gower, 1988.

GUNTER, B. *Dimensions of Television Violence*. New York, St Martin's Press, 1984.

GUNTER, B. *Television and the fear of crime*. London: Libbey, 1987.

³⁶ BARRILE, Leo, "Television and attitudes about crime" in R. Surette, *Justice and the Media*, Springfield, C. Thomas, 1984.

³⁷ CARLSON, J.M. Crime Show Viewing by Pre-Adults: The Impact on Attitudes toward Civil Liberties. *Communication Research*, vol. 10, no. 4, 1983, p. 529-552.

des films policiers, Haney et Manzolati³⁸ considèrent que les récits de ce type encouragent certaines croyances dangereuses face à la justice: la présomption de culpabilité plutôt que celle d'innocence à l'égard des suspects d'actes criminels, le sentiment que la loi protège mieux les coupables que les victimes, et l'idée que la police n'est pas restreinte par des lois dans sa lutte contre la criminalité. Enfin, dans une analyse comparative de la télévision et de la presse écrite, Stroman et Seltzer³⁹ constatent que les téléspectateurs assidus expliquent la montée de la criminalité par les défauts et faiblesses du système judiciaire, tandis que les lecteurs assidus de journaux tendent plutôt à l'expliquer par le biais des problèmes sociaux.

Dans la plupart de ces études d'impact de la violence médiatique sur les croyances et représentations, la violence est définie comme une action physique qui vise ouvertement à blesser ou à tuer quelqu'un, ou qui menace de le faire, peu importe la manière et le contexte. Cette définition est aussi celle retenue par Gerbner et ses collaborateurs et c'est elle qui fournit le cadre de l'analyse de la violence contenue dans les émissions de télévision américaines. Chaque année depuis 1967, l'équipe de recherche effectue une analyse de contenu des programmes diffusés sur les grands réseaux américains de télévision, au cours d'une même semaine et pour toutes les émissions diffusées aux heures de grande écoute durant cette semaine choisie (donc pour tous les soirs et le week-end). Tous les actes de violence qui entrent dans la définition retenue sont codés, peu importe le genre de programmes (sérieux, fantaisiste, réaliste, dessins animés). Cette méthode et ces choix sont discutables -ils ont d'ailleurs fait l'objet de critiques diversifiées quant au corpus retenu, à l'échantillon construit et aux catégories d'analyse⁴⁰ - mais ils ont le mérite de montrer quelles sont les catégories sociales qui sont présentées le plus souvent comme les agresseurs ou les dépositaires de la violence légitime et illégitime, de même que ceux et celles qui paient les frais de cette violence et qui en sont les principales victimes. Les chercheurs arrivent donc à établir une sorte d'indice de victimisation (ratio victimization) suivant l'âge, le sexe, la classe sociale, l'ethnie, le statut marital, etc.

En dépit de quelques faiblesses méthodologiques mineures, ces analyses de contenu ont permis d'observer que la violence est présente dans 8 programmes sur 10 aux heures de grande écoute; que le nombre des incidents violents moyen avoisine 6 par heure et qu'ils impliquent plus de la moitié des personnages principaux; que pour les émissions destinées aux enfants, on assiste à une moyenne horaire de 21 actes de violence; que pour 10 personnages masculins qui perpètrent des actes de violence, on compte 11 victimes du même sexe, alors que pour les personnages féminins, le rapport passe à 16 femmes agressées pour 10 femmes agresseurs; à mesure aussi que l'on

³⁸ HANEY, C. et MANZOLATI, J. Television Criminology: Network Illusions of Criminal Justice Realities. Dans Elliot Aronson (dir. publ.). *Readings About the Social Animal*. San Francisco, W.H. Freeman, 1980.

³⁹ STROMAN, C.A. et SELTZER, R. Media Use and Perceptions of Crime. *Journalism Quarterly*, vol. 62, no. 2, 1985, p. 340-345.

⁴⁰ Voir la controverse entre Blank et Gerbner et al. dans le no 3 de *Journal of Broadcasting* de 1977. BLANK, D.M. The Gerbner violence profile. *Journal of Broadcasting*, vol. 21, no. 3, 1977b, p. 273-279.

BLANK, D.M. Final comments on the violence profile. *Journal of Broadcasting*, vol. 2, no. 3, 1977a, p. 287-296.

GERBNER, G.; GROSS, L.; ELEEY, M.; JACKSON-BEECK, M.; JEFFRIES-FOX, S. et SIGNORIELLI, N. The Gerbner violence profile - An analysis of the CBS report. *Journal of Broadcasting*, vol. 21, no. 3, 1977c, p. 280-286.

GERBNER, G.; GROSS, L.; ELEEY, M.; JACKSON-BEECK, M.; JEFFRIES-FOX, S. et SIGNORIELLI, N. One more time: An analysis of the CBS 'Final comments on the violence profile.' *Journal of Broadcasting*, vol. 21, no. 3, 1977b, p. 297-303.

descend les échelons de la hiérarchie sociale, le bilan s'alourdit et les pauvres sont davantage victimes de la violence que les riches; ce sont par contre les personnages de femmes appartenant à des minorités qui payent le prix le plus élevé de la violence (au sein de ces groupes, on dénombre respectivement 21 et 22 victimes pour 10 agresseurs); les hommes blancs entre 18 et 30 ans sont plus souvent les agresseurs, tandis que les vieux, les jeunes, les femmes et les noirs sont majoritairement les victimes; et enfin, la douleur, la souffrance et l'aide médicale sont rarement présentes à la suite des scènes de violence⁴¹.

Ce récit dramatique de la violence à la télévision illustre la manière simpliste et à rabais dont nos sociétés se représentent la structure et la distribution du pouvoir, ses règles, ses lois et ses sanctions contre ceux qui essaient de transgresser ou de changer son équilibre. Dans la vie réelle la violence est subtile, lente, circonstancielle, pratiquement invisible et impersonnelle. A la télévision la violence est certes plus crue et excessive, mais elle présente ouvertement et sans façons ce que la violence réelle tente de cacher. Quels en sont les gagnants et quels en sont les perdants. Elle est une démonstration dramatique du pouvoir et des dispositions de certains à user de la violence, tout comme elle montre quelles sont les catégories d'individus qui en sont dépourvues et qui tombent dans le camp des victimes. "Symbolic violence, as any show of force, typically does the job of real violence more cheaply and, of course, entertainingly⁴²".

En suscitant chez le plus grand nombre la peur du pouvoir que possède le plus petit nombre, la télévision réaliserait sa mission principale: contribuer au maintien de l'ordre établi. Tant que les gros consommateurs de télévision (*heavy viewers*) se sentiront plus menacés que les modestes consommateurs (*light viewers*); tant qu'ils croieront qu'autour d'eux il n'y a que crimes barbares et luttes contre le crime, c'est la peur plutôt que l'agressivité qui émergera de leur exposition à la télévision. La peur du monde extérieur, de ses règles de fonctionnement, de sa formidable force répressive tout autant que de ses agresseurs. Bref la peur de ne pas pouvoir être en mesure d'y changer grand chose.

Les deux tableaux de la page suivante, tirés d'un article de Nancy Signorielli⁴³, sont typiques du genre de données que la théorie des indicateurs culturels met en forme. Le premier tableau est un résumé de l'index de méfiance (*Mean World Index*) mesuré à partir des trois questions de sondage commentées plus haut, tandis que le second tableau est relatif à l'index d'aliénation ou de pessimisme (*Alienation Index*) construit aussi sur la base des réponses à trois questions précises. Les colonnes identifiées par le symbole %L indiquent les pourcentages des modestes téléspectateurs (*light viewers*) - ceux et celles qui regardent la télévision moins de deux heures par jour - dont les

⁴¹ GERBNER, G.; GROSS. L.; ELLEY, M.F.; JACKSON-BEECK. M.; JEFFRIES-FOX, S. et SIGNORIELLI, N. TV Violence Profile no. 8: The Highlights. *Journal of Communication*, vol. 27, no. 2, 1977, p. 171-180.

GERBNER, G.; GROSS. L.; JACKSON-BEECK, M.; JEFFRIES-FOX, S. et SIGNORIELLI, N. Cultural Indicators: Violence Profile no. 9, *Journal of Communication*, vol. 28, no. 3, 1978, p. 176-207.

GERBNER, G.; GROSS. L.; MORGAN, M.; SIGNORIELLI, N.; JACKSON-BEECK, M. The Demonstration of Power: violence Profile no. 10. *Journal of Communication*, vol. 29, no. 3, 1979, p. 177-196.

GERBNER, G.; GROSS. L.; MORGAN, M. et SIGNORIELLI, N. The "Mainstreaming" of America: Violence Profile no. 11. *Journal of Communication*, vol. 30, no. 3, 1980, p. 10-29.

⁴² GERBNER, G. et GROSS. L. Living With Television: The Violence Profile. *Journal of Communication*, vol. 26, no. 2, 1976, p. 183.

⁴³ SIGNORIELLI, N., Television's Mean and Dangerous World, dans M. Morgan et N. Signorielli, *Cultivation analysis*, London, Sage, 1990, p. 98 et p. 101.

Tableau 1

Summary of Cultivation Analysis for Mean World Index

	1980, 1983, 1986			1980			1983			1986		
	%L	CD	Gamma	%L	CD	Gamma	%L	CD	Gamma	%L	CD	Gamma
Overall	40	11	.145***	8	.115*		11	.150***				
<i>Sex</i>												
Men	41	14	.176***	46	12	.140*	16	.193**				
Women	39	9	.126**	41	8	.109	8	.125*				
<i>Age</i>												
Under 30	46	18	.234***	59	9	.129	17	.218*				
30 to 54	36	15	.183***	37	13	.160*	12	.152*				
55 and older	42	-1	.005	40	2	.024	4	.073				
<i>Education</i>												
No College	53	0	.018	58	-4	-.030	5	.080				
Some College	28	15	.174**	29	19	.212*	13	.144				
<i>Race</i>												
White	37	9	.125***	40	8	.104*	10	.130**				
Nonwhite	71	5	.046	73	4	.071	5	-.003				
<i>Income</i>												
Under \$10,000	57	4	.077	62	-4	-.005	5	.076				
\$10,000 to \$20,000	42	11	.133*	42	9	.097	3	.057				
Over \$20,000	32	10	.113*	34	13	.144	18	.232**				
<i>Political Orientation</i>												
Conservative	34	18	.221***	38	16	.201*	7	.094				
Moderate	43	24	.071	47	1	.045	13	.193				
Liberal	43	13	.171**	47	10	.126	21	.265*				
<i>Subjective Social Class</i>												
Lower-Working	51	5	.061	59	0	.023	7	.087				
Middle-Upper	31	13	.180***	31	12	.163*	17	.194				

*p < .05.

**p < .01.

***p < .001.

%L is the percent of light viewers (under two hours each day).

CD (cultivation differential) is the percent of heavy viewers (4 or more hours each day) minus the percent of light viewers within each demographic subgroup.

SOURCE: The 1980, 1983, and 1986 NORC General Social Surveys.

Tableau 2

Summary of Cultivation Analysis for Index of Alienation and Gloom

	1980, 1982, 1985			1980			1982			1985		
	%L	CD	Gamma	%L	CD	Gamma	%L	CD	Gamma	%L	CD	Gamma
Overall	53	12	.163***	18	.249***		9	.117*				
<i>Sex</i>												
Men	49	17	.201***	30	.392***		3	.065				
Women	56	9	.131***	8	.111		11	.156**				
<i>Age</i>												
Under 30	53	10	.142**	19	.275**		3	.045				
30 to 54	51	18	.212***	24	.324***		16	.209**				
55 and older	56	8	.116*	7	.139		5	.081				
<i>Education</i>												
No College	66	3	.062	6	.102		1	.024				
Some College	41	11	.108*	27	.262***		6	.060				
<i>Race</i>												
White	51	13	.157***	19	.257***		9	.113**				
Nonwhite	57	6	.101	4	.060		-1	.017				
<i>Income</i>												
Under \$10,000	67	4	.059	10	.153		-3	-.023				
\$10,000 to \$20,000	59	8	.123*	13	.215*		10	.132				
Over \$20,000	43	14	.161***	26	.326***		3	.048				
<i>Political Orientation</i>												
Conservative	49	12	.154***	18	.241**		24	.056				
Moderate	53	13	.167***	15	.210**		16	.203**				
Liberal	56	11	.157**	17	.235*		7	.104				
<i>Subjective Social Class</i>												
Lower-Working	62	7	.096**	9	.154*		6	.070				
Middle-Upper	45	15	.197***	24	.296***		11	.146*				

*p < .05.

**p < .01.

***p < .001.

%L is the percent of light viewers (under two hours each day).

CD (cultivation differential) is the percent of heavy viewers (4 or more hours each day) minus the percent of light viewers within each demographic subgroup.

SOURCE: The 1980, 1982, and 1985 NORC General Social Surveys.

réponses aux questions sont conformes à l'image du monde que renvoie la télévision. Les colonnes identifiées par le symbole *CD* désignent tout simplement l'écart (*cultivation differential*) qui sépare les télévotants (*heavy viewers*: ceux qui regardent la télévision plus de quatre heures par jour) et les non-télévotants (*light viewers*) lorsque leur réponse est conforme à la réalité symbolique transmise par la télévision; plus exactement, c'est la différence entre le pourcentage des télévotants et le pourcentage des non-télévotants qui répondent tous deux dans le sens de la réalité construite par la télévision plutôt que dans le sens de la réalité objective. Le symbole *Gamma* est l'indice statistique qui exprime cet écart de pourcentage.

Le premier tableau montre par exemple que pour tous les répondants (Overall), la méfiance (pour les années de sondage 1980, 1983 et 1986) était présente chez 40% des non-télévotants interrogés, alors qu'on la retrouvait chez 51% des télévotants (soit 11% de plus). Les télévotants sont d'ailleurs pratiquement toujours plus nombreux que les non-télévotants à exprimer leur méfiance (tableau 1) ou leur aliénation (tableau 2) vis-à-vis le monde extérieur, peu importe les distinctions de sexe, âge, éducation, race, revenu, orientation politique et identité de classe. Cette différence culturelle entre les deux groupes de téléspectateurs serait une autre façon de comprendre et de mesurer l'effet d'incubation culturelle de la télévision.

Cet effet *mainstream* est certes le plus souvent petit, la différence d'incubation entre les deux groupes de téléspectateurs n'est généralement pas très grande en termes absolus, mais considérant un média de communication aussi massivement omniprésent que la télévision, ce qui apparaît comme un écart faible et modéré peut résulter en des conséquences profondes et permanentes. Une faible corrélation entre taux d'écoute de la télévision et attitudes n'empêche pas d'imaginer une influence très importante de la télévision sur la culture d'une société. D'ailleurs, les cartes ne sont pas brassées de manière à favoriser la découverte de résultats tranchés sur les effets possibles de la télévision. Comme les modestes téléspectateurs peuvent regarder la télévision près de quatorze heures par semaine, et puisqu'ils vivent dans le même environnement culturel que les gros téléspectateurs, il n'est pas interdit de penser que ce qu'ils peuvent ne pas "apprendre" de la télévision peut, en retour, leur être "enseigné" par les télévotants. Certaines suppositions comme celle-ci, difficilement vérifiables, n'empêchent pas les chercheurs d'Annenberg de croire assez catégoriquement à la véracité de l'hypothèse de base de la *cultivation analysis* quant à l'influence majeure de la télévision sur la socialisation des individus.

CHAPITRE 5

POLÉMIQUE SUR LES THÈSES DE L'INCUBATION CULTURELLE ET DE LA VIOLENCE

La méthodologie, les concepts fondamentaux et les résultats de recherche de l'approche des indicateurs culturels, particulièrement dans le domaine de la violence et de ses conséquences, ont été la cible de quelques critiques parfois sympathiques parfois très féroces et radicalement antipathiques. Deux critiques, disons mineures, sont à retenir: celle de Newcomb et celle des chercheurs canadiens Doob et Macdonald. Deux autres critiques, plutôt majeures, sont aussi incontournables parce qu'elles remettent en question, par un réexamen des résultats, la valeur des données et la validité des analyses statistiques effectuées par les chercheurs d'Annenberg; il s'agit des articles de Hughes et de Paul Hirsch.

Dans un article paru en 1978 dans la revue *Communication Research*⁴⁴, Horace Newcomb formule une critique des travaux de Gerbner et ses collaborateurs qu'on pourrait qualifier d'herméneutique ou d'interprétative, en ce sens que pour lui ce sont les multiples significations des messages télévisés et les significations différenciées que les individus tirent d'un même message qui font problème et qui sont évacuées dans la théorie de l'incubation culturelle. Les chercheurs ont beau affirmer que la télévision est un média qui laisse très peu de place à la sélectivité des messages, cela n'implique pas nécessairement que les individus décodent de la même façon tous ses messages. Si l'écoute de la télévision est non sélective, il ne faut pas en déduire pour autant qu'elle est non perceptive, que les individus captent tous le même message mais à des degrés différents selon leur assiduité devant le petit écran. D'ailleurs, la signification de la violence et du contexte de la violence chez les personnages qui sont appelés à la vivre mériterait d'être étudiées et comparée aux significations que différents groupes de téléspectateurs, dans différents contextes, en tirent.

Sans en faire une critique très exhaustive, Newcomb se demande ensuite si le projet de Gerbner et son équipe n'est pas d'établir une théorie de l'ordre établi et de l'establishment dans les sociétés industrielles développées. Si c'est le cas, pourquoi ne pas mettre directement sur la table les critiques idéologiques de l'ordre social sous-jacentes à tous leurs travaux? Pourquoi ne pas identifier précisément les agents émetteurs qui contrôlent la production télévisuelle?

Gerbner and Gross are cautiously ambivalent in identifying the sources of television's problematic content. When TV is described as "the central arm of American society... an agency of the established order," it is unclear whether or not American society and the established order are to be seen as synonymous. Again, they suggest that "Once the industrial order has legitimized its rule, the primary function of its cultural arm becomes the reiteration of that legitimacy and the maintenance of established power and authority." Is the "industrial order" definable? Are they setting forth an "establishment theory?"⁴⁵.

⁴⁴ NEWCOMB, H., Assessing the violence profile studies of Gerbner and Gross: a Humanistic critique and suggestion, dans G.C. Wilhoit (ed.), *Mass Communication Review Yearbook*, vol. 1, Sage, 1980, p. 451-469. Article paru la première fois dans *Communication Research*, vol. 5, no 3, 1978, p. 264-282.

⁴⁵ NEWCOMB, H., Assessing the violence profile studies of Gerbner and Gross: a Humanistic critique and suggestion... p. 464.

Délaissant la réplique à cette seconde critique, Gross et Gerbner se contentent de répondre en partie à la première objection de Newcomb. Ils voient mal comment ils pourraient en toute objectivité déterminer les raisons qui poussent les personnages de séries dramatiques à agir avec violence. D'ailleurs, ce qui les intéresse ce n'est pas la violence télévisée dans ses multiples significations, mais le message de la violence dans son ensemble, formant un tout qui devient une sorte de rituel médiatique. La quantité phénoménale de violence à la télévision est suffisamment significative en soi - pour le chercheur comme pour le téléspectateur -, pour devoir alimenter les objectifs de recherche les plus pratiques et féconds.

Beaucoup plus citée et défiante que la critique de Newcomb, la recherche de Doob et Macdonald⁴⁶ dans la région de Toronto constitue la première remise en question sérieuse de l'hypothèse de la théorie de l'incubation à l'effet que les personnes qui regardent beaucoup la télévision exagèrent et craignent davantage la violence que les moins télévores. Leur intuition était que les télévores redoutent davantage que les non-télévores d'être impliqués et victimes de situations de violence parce que, de fait, ils habitent dans les endroits plus violents et dangereux. "We felt that there is one quite plausible factor that might account for the correlation between viewing and fear of violence: people who watch a lot of television may have a greater fear of being victims of violent crimes because, in fact, they live in more violent neighborhoods⁴⁷".

Un sondage de porte-à-porte dans différents quartiers de la ville et de la banlieue de Toronto, comportant des taux connus et variés de criminalité, leur a permis de confirmer leur intuition. A Toronto comme aux États-unis, les individus qui regardent beaucoup la télévision ont également tendance à exprimer une plus grande peur de leur environnement que les individus moins assidus devant leur appareil. Toutefois, cette relation disparaît lorsque la variable "lieu de résidence" est considérée dans l'analyse. La peur du crime est fonction du lieu de résidence plutôt que du temps consacré à la télévision.

First of all, the basic findings of Gerbner and his associates are replicable: People who watch a lot of television are more likely to indicate fear of their environment. It is equally clear, however, that this relationship disappears when attempts are made to control for other variables, including the actual incidence of crime in the neighborhood. Thus, it would appear that television itself is not likely to be a direct cause of people's fear of being victims of crime⁴⁸.

Reprenant l'hypothèse de Dobb et Macdonald pour la vérifier en terre américaine avec les données de sondage des institutions nationales, Gerbner et ses associés ont découvert, effectivement, que les citoyens des grandes villes (en supposant qu'on y trouve les plus hauts taux de criminalité) craignent davantage la violence que les résidents hors des villes, et plus encore que les résidents des grandes villes montrent aussi une plus forte corrélation entre le degré de visionnement de la télévision et la peur de la violence (ou sentiment de victimisation). Mais selon eux la variable "lieu de résidence" ne défait en rien la corrélation entre taux d'écoute de la télévision et peur du crime. Ils y voient plutôt un phénomène de résonance, en ce sens que le lieu de résidence s'ajoute

⁴⁶ DOOB, A.N., et MACDONALD, G.E., Television Viewing and Fear of Victimization: Is the Relationship Causal? *Journal of Personality and Social Psychology*, vol. 37, no. 2, 1979, p. 170-179.

⁴⁷ DOOB, A.N., et MACDONALD, G.E., Television Viewing and Fear of Victimization: Is the Relationship Causal?... p. 171.

⁴⁸ DOOB, A.N., et MACDONALD, G.E., Television Viewing and Fear of Victimization: Is the Relationship Causal?... p. 177.

simplement au facteur télévision pour engendrer une plus grande angoisse face à la violence que les individus pourraient subir. Le concept de résonance leur permet de croire que les gens des villes, considérant leur situation objective, sont plus attentifs et sensibles à la violence télévisée et extériorisent alors, pour les télévores comme pour les non-télévores, une plus grande inquiétude face à la criminalité les entourant. Leurs résultats, avec tous les contrôles possibles des tierces variables, vont dans le sens de cette hypothèse. Corrigeant alors l'interprétation des chercheurs canadiens mais redevables envers eux pour leur avoir fait découvrir le processus de résonance, ils écrivent:

Among Canadians, Doob and Macdonald found the strongest positive associations between amount of television viewing and fear of crime among those who live in high crime centers. Although they interpreted this findings as evidence of spuriousness of the relationship between television viewing and fear of crime, clearly the concept of neighborhood does not "explain" the observed relationship. Rather, it points to an important specification. For those urban dwellers who live in high crime centers, television's violent imagery may be most congruent with their real-life perceptions. These people receive a "double dose" of messages that the world is violent, and consequently show the strongest associations between viewing and fear (...) Thus, we have seen two distinct processes which help explain differential susceptibility to cultivation. "Resonance" may occur when a feature of the television world has special salience for a group, e.g., greater fear among city dwellers, or perceived over-victimization by the elderly. In these cases, the correlates of heavy viewing are most apparent among those for whom the topic holds considerable personal relevance. "Mainstreaming", on the other hand, may be related more to general and widespread images and norms of social reality⁴⁹.

L'hypothèse de résonance peut certes faire sens, mais la nature des données sur lesquelles les chercheurs d'Annenberg s'appuient pour fournir leur propre interprétation de l'influence de la variable "lieu de résidence" peut être sérieusement contestée. Ils ont postulé que les résidents des grandes cités qui ont un revenu faible vivent vraisemblablement dans les zones où l'on retrouve les plus hauts taux de criminalité, tandis que les résidents des mêmes villes qui jouissent d'un revenu élevé vivraient dans les secteurs moins dangereux. Le retour d'une certaine classe supérieure dans les quartiers des centre-villes et leur réappropriation partielle de ces quartiers n'a pas contribué à réduire les taux de criminalité élevés de ces secteurs à forte concentration de prostitution, commerce de la drogue et délinquance. Il est loin d'être certain, autrement dit, que les riches vivent dans des quartiers plus sécuritaires et paisibles que les pauvres. Au surplus, si corrélation il y a entre taux d'écoute de la télévision et peur du crime, rien ne permet d'exclure la possibilité que les personnes angoissées par la violence ont simplement plus tendance que les autres à rester chez elles pour regarder la télévision. Dans un tel cas, la consommation de la télévision serait une conséquence plutôt qu'une cause du sentiment de vulnérabilité face à la violence.

Si le phénomène de résonance traduit une certaine réalité, et que les variables télévision et lieu de résidence interagissent ensemble tout en préservant leur "autonomie causale", il serait alors approprié de formuler l'hypothèse que la violence à la télévision est surtout présentée dans un contexte urbain (une analyse de contenu devrait facilement vérifier cette proposition), de telle sorte que les habitants des villes sont plus enclins à avoir une image exagérée de la violence et une appréhension plus grande face à celle-ci que les habitants de la banlieue ou de la campagne. Si les résidents des secteurs à risque reçoivent une double dose de messages de violence télévisée, comme le prétendent Gerbner et ses collègues, c'est peut-être en ce sens. Plus que la peur de la

⁴⁹ GERBNER, G.; GROSS, L.; MORGAN, M. et SIGNORIELLI, N. The "Mainstreaming" of America: Violence Profile no. 11. *Journal of Communication*, vol. 30, no. 3, 1980, p. 20 et 23.

violence, c'est la peur de la violence urbaine qu'enseigne la télévision, voire la peur de la ville tout court.

Plus impitoyable encore que Dobb et Macdonald, Michael Hughes fit un réexamen fort rigoureux de quelques données amassées par Gerbner et son équipe sur la violence et la télévision. Refaisant l'analyse, par d'autres procédures statistiques, des indicateurs d'anomie et de vulnérabilité à la violence, Hughes montre qu'en contrôlant simultanément l'influence de tierces variables, plutôt qu'une par une, la corrélation entre temps consacré à la télévision d'une part et sentiment d'anomie et de peur de la violence d'autre part, disparaît. Non seulement fait-il cet exercice pour les variables classiques telles l'âge, le sexe, la race, le revenu et la scolarité, mais il se permet en plus de mettre sur la piste un certain nombre de variables négligées par la théorie de l'incubation mais dont les effets sont loin d'être à négliger. Ainsi en est-il pour les heures de travail à l'extérieur du foyer, la pratique religieuse et la participation à des associations volontaires: trois facteurs qui peuvent intervenir aussi bien dans le temps alloué à la télévision qu'au niveau des indicateurs d'anomie et de sentiment de vulnérabilité.

Fear of walking alone at night, the variable which bears most directly on the Gerbner et al. hypothesis concerning television watching and the perception of environmental menace, reverses direction after controls, and while this relationship is not statistically significant, it suggests that those who watch television heavily are less likely to be afraid of walking alone at night in their neighborhoods (...) Analysis of the anomia items, which are somewhat more peripherally related to the claims of the cultivation perspective, does not yield findings entirely consistent with that perspective⁵⁰.

Hughes a poussé l'audace de ce réexamen jusqu'à vérifier par lui-même des corrélations statistiques de données contenues dans les sondages nationaux du NORC de 1975 et 1977 - principale base de données utilisée par les chercheurs d'Annenberg - mais que Gerbner et son équipe n'ont pas cru bon d'examiner. Ces derniers s'étaient contentés, avant 1980 à tout le moins, de vérifier les effets du temps de visionnement de la télévision sur la perception de l'ampleur de la violence (*Images of Violence Index*) et le sentiment de vulnérabilité face à la violence (*Perception of Danger Index*). Or, Hughes fait l'analyse des réponses aux trois questions suivantes qui ont le mérite d'en dire beaucoup sur la tendance à la violence des sujets qui regardent beaucoup ou peu la télévision:

1. *Are there any situations you can imagine in which you would approve of a man striking an adult male stranger? (réponses offertes: yes or no).*
2. *Are there any situations you can imagine in which you would approve of a policeman striking an adult male citizen? (réponses offertes: yes or no).*
3. *Do you happen to have in your home any guns or revolvers? (réponses offertes: yes or no).*

Les corrélations entre les réponses à ces questions et l'écoute de la télévision va directement dans le sens contraire de la théorie de la *cultivation analysis*. Plus les gens regardent la télévision moins ils approuvent la violence commise par un citoyen ou encore par un policier. "At the zero-order level, those who watch television more are less likely to approve violence whether by a private citizen or by a policeman. The relationship for police violence is still significant with controls, although the relationship for private citizen violence becomes insignificant (stays in the same direction) after

⁵⁰ HUGHES, M. The fruits of cultivation analysis: A re-examination of the effects of television watching on fear of victimization, alienation, and the approval of violence. *Public Opinion Quarterly*, vol. 44, no. 3, 1980, p. 295.

controls⁵¹." Un tel résultat, est-il besoin de le dire, contredit la thèse que la télévision cultive chez les individus une opinion favorable à la répression violente, publique ou privée, des comportements déviants.

Hughes conclut son article en disant que sa réanalyse des données de la théorie des indicateurs culturels et l'interprétation différente qu'il en propose ne permet pas de d'affirmer catégoriquement que c'est le contraire de ce que prétend Gerbner et ses collègues qui est vrai. Tout ce qu'il affirme c'est que les interprétations contraires ne doivent pas être rejetées du revers de la main, car elles sont aussi crédibles que les interprétations avancées par les tenants de la *cultivation analysis*. L'éventualité que la théorie de l'incubation télévisuelle ne soit pas totalement fausse est bien réelle. Évoquant une possibilité qui s'apparente de près à l'argument longtemps défendu par le philosophe des sciences Imre Lakatos, Hughes soulève l'idée que la théorie de l'incubation peut très bien être correcte, sauf que les méthodes de vérification utilisées jusqu'à maintenant sont incapables de prendre toute la mesure des effets réels, lents et prolongés de la télévision sur les croyances et les attitudes des individus.

La réaction des quatre principaux tenants de la *cultivation analysis* (Gerbner, Gross, Morgan et Signorielli) à l'article de Hughes est étonnante. Ils endossent presque tous les arguments invoqués par leur détracteur:

We find ourselves in substantial agreement with a large portion of Hughes article (...) Hughes correctly notes that by presenting our data in cross-tabular form within groups we have not fully guarded against spuriousness (...) Hughes has shown that amount of viewing has little "main effect" on a particular set of questions when a number of controls are implemented simultaneously (...) We plead guilty to the presentation of a great deal of data; some deserved more scrutiny, and some provided only peripheral or even tenuous support for our theory (...) Finally, we agree with Hughes that cultivation analysis does not exhaust the range of possible consequences of television viewing, and that television may exert powerful yet subtle influences which our instruments cannot detect⁵².

La possibilité épistémologique de type lakatosienne sauve l'honneur: la théorie vise peut-être juste, ce sont les instruments de vérification qui font défaut. D'ailleurs, Gerbner et ses collègues nous avaient prévenus: les effets d'un média de masse comme la télévision sur la culture et les représentations collectives peuvent paraître statistiquement faibles et peu significatifs, mais n'est-ce pas là le lot des théories qui recherchent la profondeur des choses, les mouvements lents, constants, permanents, presque imperceptibles mais massifs?

Paul Hirsch, quant à lui, croit beaucoup moins à la valeur logique et empirique de la théorie de l'incubation que Michael Hughes. Professeur de sociologie à l'Université de Chicago, Hirsch a procédé lui aussi à un réexamen en profondeur des données et interprétations de la théorie des chercheurs d'Annenberg sur la télévision et la violence. Sa critique, publiée en deux parties dans les pages de la revue *Communication Research* au cours des années 1980 et 1981 (et reprises dans les *Mass Communication Review Yearbook* des éditions Sage de 1981 et 1982), fait plus de 100

⁵¹ HUGHES, M. The fruits of cultivation analysis: A re-examination of the effects of television watching on fear of victimization, alienation, and the approval of violence... p. 297.

⁵² GERBNER, G., et al. Comments and Letters. Some Additional Comments on Cultivation Analysis, in *Public Opinion Quarterly*, vol. 44, no. 3, 1980, p. 410.

pages et reçoit la réplique de Gerbner et ses collaborateurs sur plus d'une cinquantaine de pages⁵³. Rarement a-t-on vu, dans les sciences des communications, des chercheurs "indépendants" refaire entièrement les analyses d'autres collègues et s'engager, par la suite, dans une polémique aussi "violente". A un point tel que le magazine *Times* s'est cru autorisé à en faire un article pour ses lecteurs.

Un des principaux mérites de la contre-vérification de Hirsch est de prendre en compte un bien plus grand nombre de questions que ne le font Gerbner et ses collègues dans la base de données du NORC, de telle sorte que les ambivalences dans les réponses sont réduites d'autant. Ainsi, pour l'indicateur de l'anomie, en plus des trois questions retenues par Gerbner et al., il propose l'examen de 7 questions supplémentaires fort judicieuses où l'interviewé est invité à exprimer son accord ou son désaccord sur les énoncés suivants:

1. *The rich get richer and the poor get poorer.*
2. *You're left out of things going on around you.*
3. *The people running the country don't really care what happens to you.*
4. *What you think doesn't count very much any more.*
5. *Most of the people with power try to take advantage of people like yourself.*
6. *The people in Washington, D.C. are out of touch with the rest of the country.*
7. *A person has a right to end his or her own life if this person*
 - a) *has an incurable disease;*
 - b) *has gone bankrupt;*
 - c) *has dishonored his or her family;*
 - d) *is tired of living and ready to die.*

On se rappellera notre commentaire plus haut sur les questions associées à l'indicateur d'anomie de Gerbner et al., où nous disions qu'un individu peut très bien croire que la situation de l'individu moyen va de mal en pis (1ère question), estimer qu'il est difficile d'amener un enfant au monde considérant le futur prévisible (2e question) et penser, enfin, que les autorités publiques ne sont pas intéressées au sort de l'homme moyen (3e question), sans pour autant considérer que c'est là sa propre condition sociale. Autrement dit, le sujet peut très bien répondre à ces questions soit en pensant à lui, soit en pensant aux autres, soit même en pensant aux deux à la fois. Les six questions retenues par Hirsch sont plus claires et moins ambivalentes: elles invitent le sujet à donner sa perception du monde en général (questions 1, 6 et 7) ou sa perception quant à sa propre situation (questions 2, 3, 4 et 5), sans complètement mélanger les deux. Ce point, qui semble avoir échappé à Hirsch et à tous les observateurs, constitue pourtant un des points forts de sa contribution et milite

⁵³ HIRSCH, P.M. The 'scary world' of the nonviewer and other anomalies: A reanalysis of Gerbner et al.'s findings of cultivation analysis, part I. *Communication Research*, 7(4), 1980, p. 403-456. Paru également dans: WILHOIT, G.C., *Mass Communication Review Yearbook*, vol. 2, Sage, 1981.
HIRSCH, P.M. On not learning from one's own mistakes: A reanalysis of Gerbner et al.'s findings on cultivation analysis, part II. *Communication Research*, vol. 8, no. 1, 1981, p. 3-37. Paru également dans: WILHOIT, G.C., *Mass Communication Review Yearbook*, vol. 3, Sage, 1981.
HIRSCH, P.M. Distinguishing good speculation from bad theory: Rejoinder to Gerbner et al. *Communication Research*, vol. 8, no. 1, 1981, p. 73-95. Paru également dans: WILHOIT, G.C., *Mass Communication Review Yearbook*, vol. 3, Sage, 1981.
GERBNER, G.; GROSS, L.; MORGAN, M. et SIGNORIELLI, N. A curious journey into the scary world of Paul Hirsch. *Communication Research*, vol. 8, no. 1, 1981, p. 39-72.
GERBNER, G.; GROSS, L.; MORGAN, M. et SIGNORIELLI, N. On the limits of 'The limits of advocacy research': Response to Hirsch. *Public Opinion Quarterly*, vol. 45, no. 1, 1981, p. 116-118.

contre la théorie des indicateurs culturels de la violence (du moins telle que cette théorie était avant 1980).

Utilisant la même base de données que les chercheurs d'Annenberg (les enquêtes de 1975, 1977 et 1978 du NORC), Hirsch amorce son analyse par un système de codage des réponses des sujets qui lui paraît moins arbitraire et plus révélateur. Alors que Gerbner et al. divisent leur échantillon en trois: 1- les *light viewers* (0 à 2 heures de télévision par jour); 2- les *moderate viewers* (2 à 3 heures de télé par jour); 3- et les *heavy viewers* (4 heures et plus de télé par jour), Hirsch choisit d'isoler et de considérer les extrêmes, c'est-à-dire les non téléspectateurs (*nonviewers*) et les téléspectateurs excessifs (*extreme viewers*). Sa codification contient donc 5 catégories: 1- les *nonviewers*; 2- les *light viewers* (1 à 2 heures de télé par jour); 3- les *moderate viewers* (2 à 3 heures de télé par jour); 4- les *heavy viewers* (entre 4 et 7 heures de télé par jour); 5- et les *extreme viewers* (ceux qui regardent la télévision plus de 8 heures par jour).

Hirsch fait d'abord remarquer que sa catégorisation est stable et ne change pas d'un sondage à l'autre, ce qui n'est pas le cas de la catégorisation de Gerbner et al. qui est souvent fluctuante: tantôt les *heavy viewers* sont ceux qui regardent la télévision 4 heures et plus, tantôt on les considère comme ceux qui regardent la télé 3 heures et plus, aussi bien d'un sondage à l'autre pour une même base de données, que d'une base de données à l'autre.

Second avantage: une telle distribution des répondants permet d'obtenir un groupe contrôle (les gens qui disent ne jamais regarder la télévision) permettant de mesurer l'impact de la télévision pour ceux et celles qui la regardent. D'ailleurs, l'importance des non téléspectateurs, pour une stratégie expérimentale de terrain, avait déjà été soulignée par les chercheurs d'Annenberg, sans qu'ils puissent pour autant en tenir compte: "Without control groups of nonviewers it is difficult to isolate television's impact⁵⁴". Bien que leur nombre ne dépasse jamais 4% de la population échantillonnée, qu'un tel nombre puisse rendre les contrôles simples ou multiples quelque peu problématiques et que ce soit là une catégorie plus hétérogène que le reste de l'échantillon, ces raisons ne sont pas suffisantes selon Hirsch pour les exclure ipso facto de l'analyse. Si ce groupe est trop "excentrique", comme le prétend Gerbner, pourquoi alors les inclure dans la catégorie des *light viewers* comme le font les chercheurs d'Annenberg?

La catégorisation plus fine et logique de Hirsch lui permet alors d'établir des comparaisons qui contredisent sévèrement les hypothèses de la théorie de l'incubation. Pour la majorité des questions de sondage reconsidérées et pour toutes celles que Hirsch ajoute de son propre chef à l'analyse (en tout 13 items sur 18), les non téléspectateurs (*nonviewers*) sont plus fréquemment craintifs (*Perception of Danger Index*) de la violence, méfiants (*Mean World Index*) et aliénés (*Alienation Index*) que les téléspectateurs plus occasionnels (*light viewers*). Quant à la comparaison entre les télévores excessifs (*extreme viewers*) et les télévores moins excessifs (*heavy viewers*), l'analyse des 18 questions révèle que pour 11 d'entre elles, les télévores excessifs endossent moins la réalité supposément enseignée par la télévision (*television answer*) que les télévores moins excessifs. Ainsi, dans l'ensemble, les télévores dits excessifs (*extreme viewers*) sont moins méfiants (*Mean World Index*) et moins subjectivement vulnérables à la violence (*Perception of Danger Index*) que les télévores "normaux" (*heavy viewers*). Et pour ce qui est de l'indicateur d'anomie "version Hirsch", 5 des 7 questions fournissent des réponses où les télévores excessifs ont moins tendance à être pessimistes que les télévores plus modérés. Seul l'indicateur d'anomie "version Gerbner" (indicateur fort contestable selon nous) va dans le sens des prévisions de la théorie de l'incubation: les télévores excessifs ont une attitude plus conforme au message télévisuel que les télévores moins excessifs.

⁵⁴ GERBNER, G.; GROSS, L.; JACKSON-BEECK, M.; JEFFRIES-FOX, S. et SIGNORIELLI, N. Cultural Indicators: Violence Profile no. 9, *Journal of Communication*, vol. 28, no. 3, 1978, p. 193-194.

Reprenant telle quelle la catégorisation de Gerbner et al. entre *light*, *moderate* et *heavy viewers*, Hirsch vérifie ensuite, comme Hughes l'avait fait avant lui, la disposition des sujets à la violence à travers les deux questions suivantes:

1. *How often is it alright to hit someone if you are mad at them? Is it almost always alright or almost never right?*
2. *Are there any situations you can imagine in which you would approve a man punching an adult male stranger? (Yes or no)*

Les réponses montrent qu'il n'y a aucune tendance par laquelle les télévotants (*heavy viewers*) seraient plus favorables à la violence physique que les non-télévotants (*light and moderate viewers*). Encore une fois, une prévision de la théorie de l'incubation est réfutée.

Mais là où le professeur de Chicago se montre le plus brillant et cinglant à notre avis, c'est lorsqu'il tente de vérifier, par un dispositif que les chercheurs d'Annenberg n'ont même pas imaginé, les attitudes de cinq catégories d'individus que la télévision désigne comme les principales victimes de la violence. Si les téléspectateurs estiment leur degré de sécurité en extrapolant à partir de l'image de leur groupe social que donne la télévision, les télévotants qui partagent les mêmes caractéristiques que les catégories de personnages les plus souvent tués, blessés ou violés devraient, dans la vraie vie, être de ceux et celles qui craignent le plus pour leur vie ou qui expriment les plus grandes peurs dans l'échelle de l'indicateur de perception du danger (*Perception of danger Index*). À l'opposé, les téléspectateurs qui font partie des catégories démographiques que la télévision montre comme d'éternelles victimes devraient, s'ils sont des télévotants, exprimer un plus grand sentiment d'invulnérabilité, c'est-à-dire être moins terrifiés et tourmentés par la violence réelle que les moins télévotants d'entre eux.

Tenant compte de ce que les analyses de contenu de Gerbner et al. ont pu montrer⁵⁵, Hirsch examine les attitudes de trois catégories de personnes que la télévision exhibe comme les plus violentées: les femmes en général, les femmes de 55 ans et plus et, enfin, les femmes noires. Pour fins de comparaison, il considère aussi les hommes noirs (plus nombreux à être, à la télévision, des victimes plutôt que des agents de la violence) et les hommes blancs (que le petit écran présente surtout comme ceux qui ont le pouvoir de la violence: Max Weber dirait, à regarder la télévision américaine, que ce sont eux qui ont le monopole de la violence légitime aussi bien qu'illégitime en Amérique).

Comme l'illustre le tableau de la page suivante⁵⁶ un moins grand pourcentage de femmes télévotants (62%) que de femmes non-télévotants (65%) craignent de marcher seules la nuit dans leur quartier de résidence (question #1 de l'indicateur de peur). Les femmes de race noire qui regardent beaucoup la télévision sont moins nombreuses à avoir peur (67%) que les femmes de même race qui ne regardent la télévision qu'occasionnellement. Plus les hommes en général ou les hommes blancs en particulier regardent la télévision, plus ils sont nombreux à avoir peur de marcher seul la nuit dans leur quartier. Seule la catégorie des hommes noirs et celle des femmes de 55 ans et plus

⁵⁵ GERBNER, G.; GROSS, L.; JACKSON-BEECK, M.; JEFFRIES-FOX, S. et SIGNORIELLI, N. Cultural Indicators: Violence Profile no. 9, *Journal of Communication*, vol. 28, no. 3, 1978, p. 176-207.

⁵⁶ HIRSCH, P.M. On not learning from one's own mistakes: A reanalysis of Gerbner et al.'s findings on cultivation analysis, part II. *Communication Research*, vol. 8, no. 1, 1981, p. 3-37. Paru également dans: WILHOIT, G.C., *Mass Communication Review Yearbook*, vol. 3, Sage, 1982, p. 649.

Tableau 3

Percent Afraid of Walking Alone at Night in Own Neighborhood by Television Viewing, Race, and Sex

		Television Viewing			
		Light (0-2 hrs.)	Medium (3 hrs.)	Heavy (4 or more hrs.)	Cultivation Differential*
All Men	(N = 677)	22	21	28	6
All Women	(N = 825)	65	61	62	-3
All Whites	(N = 1328)	41	44	46	5
All Blacks	(N = 174)	65	49	68	3
White Men	(N = 608)	21	20	24	3
White Women	(N = 720)	63	61	59	-4
Black Men	(N = 69)	36	31	55	19
Black Women	(N = 105)	88	63	73	-15
Women 55 and Over	(N = 268)	67	68	69	2

SOURCE: NORC General Social Survey, 1977.

*Computed by subtracting the percentage of light viewers giving the "television answer" (fear of walking alone at night) from the percentage of heavy viewers. Support for the cultivation hypothesis would be indicated by large positive differentials among those groups most "victimized" on television (blacks and elderly women, white women, all women) relative to less-victimized groups (white men, all men, black men).

vont dans le sens des prévisions que la théorie de l'incubation serait appelée à faire⁵⁷. Trois prévisions potentielles de la théorie sur cinq se révèlent négatives.

Hirsch se demande toutefois si le processus d'identification entre personnages télévisés et téléspectateurs est aussi simple que le laisse supposer la théorie de l'incubation. Si on pousse plus avant ce qui n'est chez lui, malheureusement, qu'une remarque rapide, on peut soulever l'interrogation suivante: Est-ce que le processus d'identification consiste surtout à ce que les téléspectateurs blancs s'identifient aux personnages blancs, les téléspectatrices noires avec les personnages de femmes noires, les vieux avec les vieux à l'écran, les jeunes avec les jeunes, et ainsi de suite? La construction dramatique d'un téléroman, de même que la perception que les gens ont d'eux-mêmes, font surtout en sorte que ce sont des traits de personnalité (l'ambition, la fierté, l'honneur, la jalousie, la passion, etc.), plutôt que de simples catégories démographiques, qui président aux mécanismes d'identification.

En guise de conclusion, Hirsch rappelle que les téléviseurs se recrutent surtout chez les femmes au foyer, les malades, les chômeurs et les gens à revenus peu élevés. Ces catégories, dès le départ, renferment les membres les plus aliénés de la société américaine et, en même temps, les individus qui sont les plus disponibles et disposés à consacrer beaucoup de leur temps à la télévision. Rappelant les travaux classiques de Katz et Foulkes (1962), il considère qu'on a mieux démontré en quoi l'aliénation et l'isolement stimule une consommation abondante de programmes télévisés que

⁵⁷ Une variable qui pourrait annuler ou biaiser ces résultats est celle du lieu de résidence. Imaginons que les femmes téléviseurs habitent des quartiers plus dangereux que les femmes non téléviseurs. Si c'était le cas, ce serait suffisant pour annihiler cette tentative-ci de réfutation des thèses de Gerbner et al. par Hirsch.

le contraire. "Thus any relationship between television viewing and fear, suspicion, or alienation which emerges prior to the introduction of multiple controls may be considered an artifact of covariation with television viewing, but not an effect which television causes or "cultivates"⁵⁸."

La réplique de Gerbner et ses collaborateurs à la critique de Hirsch n'est pas, pour l'essentiel, très convaincante. Ils récusent la catégorisation des téléspectateurs proposée par Hirsch - notamment parce qu'elle tient compte du groupe de ceux qui disent ne jamais regarder la télévision et le groupe des téléspectateurs excessifs (exposés à huit heures de télé par jour) - sous prétexte qu'ils ne représentent que 4% chacun de l'ensemble de la population étudiée et qu'ils diffèrent des autres par une quelconque troisième variable incontrôlée. "Patterns of responses for these marginal groups are clearly of some interest, but they are irrelevant to cultivation theory because these groups probably differ from other viewers on uncontrolled third variables"⁵⁹. En réponse à cet argument, Wober et Gunter⁶⁰ signalent que si on est prêt à considérer que ces deux catégories extrêmes concernent des populations bizarres ayant des croyances et un style de vie particuliers, pourquoi alors ne pas considérer que de telles différences peuvent aussi caractériser les trois catégories centrales de Gerbner (*light viewers*, *moderate viewers* et *heavy viewers*) et expliquer alors leur différence d'exposition à la télévision et leur perception différenciée du monde et de la violence?⁶¹

La tentative de Gerbner et al. de discréditer la catégorisation suggérée par Hirsch atteint son paroxysme lorsqu'ils affirment que considérer dans l'analyse les non téléspectateurs et les télévores excessifs c'est comme étudier la religion en comparant les athées et les fondamentalistes fanatiques⁶². Cette analogie caricaturale ne trompe pas. D'abord, on le sait, Hirsch ne compare pas entre eux les non téléspectateurs et les spectateurs excessifs; ce qu'il compare ce sont les non téléspectateurs avec les téléspectateurs occasionnels (*light viewers*) et les télévores modérés (*heavy viewers*) avec les télévores excessifs (*extreme viewers*). Enfin, Hirsch a tout à fait raison de dire qu'on n'a pas à mettre dans la même catégorie, compte tenu des objectifs scientifiques et de la thèse que défend la théorie de l'incubation, les individus qui ne regardent jamais la télévision et ceux qui la regardent jusqu'à deux heures par jour.

La reprise de l'analyse des données et des hypothèses de la théorie de l'incubation par Hirsch reste invalide, aux dires de Gerbner et de ses collaborateurs, parce que les questions supplémentaires de sondage qu'il examine comme données similaires sont invalides. "Hirsch fails to demonstrate that our conclusions are unjustified. Many of the 18 items do not constitute fair or

⁵⁸ HIRSCH, P.M. On not learning from one's own mistakes: A reanalysis of Gerbner et al.'s findings on cultivation analysis, part II. *Communication Research*, vol. 8, no. 1, 1981, p. 3-37. Paru également dans: WILHOIT, G.C., *Mass Communication Review Yearbook*, vol. 3, Sage, 1982, p. 669.

⁵⁹ GERBNER, G.; GROSS, L.; MORGAN, M. et SIGNORIELLI, N. A curious journey into the scary world of Paul Hirsch. *Communication Research*, vol. 8, no. 1, 1981, p. 39-72. Paru également dans: WILHOIT, G.C., *Mass Communication Review Yearbook*, vol. 3, Sage, 1982, p. 683.

⁶⁰ WOBER, J.M. et GUNTER, B. *Television and social control*. Farnborough: Gower, 1988.

⁶¹ "However, if one is prepared to invoke peculiar patterns of kinds of beliefs for these extreme categories of viewers, could it not also be the case that variations in beliefs (albeit milder ones) exist also across the central three categories, which might influence social perceptions and probably also amount of television viewing". (Wober et Gunter, 1988: p. 38).

⁶² "It is a little like trying to study religion by comparing atheists and fanatic fundamentalists". GERBNER, G.; GROSS, L.; MORGAN, M. et SIGNORIELLI, N. A curious journey into the scary world of Paul Hirsch. *Communication Research*, vol. 8, no. 1, 1981, p. 39-72. Paru également dans: WILHOIT, G.C., *Mass Communication Review Yearbook*, vol. 3, Sage, 1982, p. 682.

meaningful tests of the cultivation hypothesis because they are either irrelevant (with no basis in TV message analysis, as in the case of the suicide questions) or because they are of problematic reliability and validity (as with "approval of violence")⁶³.

Cet argument mérite deux commentaires. D'abord, les indicateurs d'anomie et de méfiance utilisés en *cultivation analysis* n'ont pas plus et pas moins d'équivalents dans l'analyse de contenu de la télévision que ceux, complémentaires, utilisés par Hirsch. Ensuite, nous l'avons montré croyons-nous, les questions de sondage de l'institut NORC considérées par Hirsch - en l'occurrence pour l'index d'anomie - sont nettement moins ambivalentes que celles retenues par les chercheurs d'Annenberg⁶⁴.

Le seul crédit accordé par les chercheurs d'Annenberg, du bout des lèvres, aux exercices de validation et de contre-vérification de Paul Hirsch, concerne le dispositif de mise à l'épreuve des hypothèses relatives à la perception du danger ou la crainte de la violence.

In any case, Hirsch's reformulation - that cultivation should depend upon how demographically similar characters fare in the TV world - is, although probably oversimplistic, far from uninteresting. One contribution of Hirsch's work is that it provides the first actual test of that proposition. His results suggest rejecting this hypothesis; still, we question the validity of the test, because of the small number of groups examined and the comparison of inappropriately matched groups⁶⁵.

Les prévisions que la théorie de l'incubation est capable de fournir sont un des graves problèmes de cette théorie selon Hirsch. Plus souvent qu'autrement les tenants de cette approche ne sont pas capables de préciser, d'anticiper et de déterminer, à partir des résultats de leurs analyses de contenu de la télévision, les effets des divers messages télévisuels sur différents sous-groupes de télévotants et de non-télévotants. Bref de faire ce que Hirsch a fait pour l'indicateur de perception du danger. Le flou conceptuel entourant les notions d'effet *mainstreaming* et d'effet de résonance (les deux concepts centraux de la théorie de l'incubation) n'aide en rien dans la prévision des résultats empiriques, et tout se passe comme s'ils servaient à expliquer un effet X et son contraire. En somme à rendre la théorie de l'incubation irréfutable ou infalsifiable au sens poppérien du terme.

On se rappellera que l'effet *mainstreaming* consiste en une convergence des représentations (généralement déformées) chez les télévotants, de telle sorte que les différences d'attitudes quant aux groupes d'appartenance tendent à s'estomper. L'effet résonance, quant à lui, se produit lorsque la vision d'un certain univers par la télévision vient renforcer une perception directe - non médiatisée? - de cet univers par le téléspectateur. Or, l'effet *mainstreaming* semble réaliser deux choses à la fois, contradictoires à première vue: d'une part, amener un processus d'uniformisation et d'homogénéisation des représentations selon la vision du monde social par la télévision; d'autre part, reproduire les inégalités, les distinctions de classe, de sexe, de race; reconditionner les dominants et les dominés et leur enseigner des rôles hétérogènes et des manières de penser différenciées.

⁶³ GERBNER, G.; GROSS, L.; MORGAN, M. et SIGNORIELLI, N. A curious journey into the scary world of Paul Hirsch. *Communication Research*, vol. 8, no. 1, 1981, p. 39-72. Paru également dans: WILHOIT, G.C., *Mass Communication Review Yearbook*, vol. 3, Sage, 1982, p. 689.

⁶⁴ Depuis quand est-il interdit de considérer différents indicateurs d'un même concept - ou un surplus d'indicateurs pour un même concept - afin de discuter de la véracité d'une hypothèse?.

⁶⁵ GERBNER, G.; GROSS, L.; MORGAN, M. et SIGNORIELLI, N. A curious journey into the scary world of Paul Hirsch. *Communication Research*, vol. 8, no. 1, 1981, p. 39-72. Paru également dans: WILHOIT, G.C., *Mass Communication Review Yearbook*, vol. 3, Sage, 1982, p. 694.

L'effet résonance peut aussi servir à deux choses: lorsque les télévotants expriment une opinion conforme à la réalité symbolique de la télévision, la résonance peut-être au rendez-vous ou non, c'est-à-dire amplifier ou non le message télévisuel; lorsqu'ils expriment en retour une opinion qui n'est pas en parfaite adéquation avec la version télévisuelle des choses, c'est sans doute que la résonance, l'expérience directe du monde par les télévotants, va dans le sens opposé.

C'est précisément, dit Hirsch, cette incapacité à préciser les conditions sous lesquelles l'effet *mainstreaming* et l'effet de résonance apparaissent, cette inaptitude à entrevoir les conséquences concrètes d'une exposition intensive à un certain message télévisuel sur les croyances des individus, qui rend ces concepts inacceptables, sous leur présente forme du moins, dans l'explication des réponses des sujets⁶⁶. Pour les chercheurs d'Annenberg, ce reproche repose sur une conception trop idéalisée et rigide de la science. Il n'y a pas la théorie d'un côté et les données de la réalité de l'autre. La science est un processus permanent d'interaction entre la théorie et les faits, entre les prévisions et les découvertes. Les notions de *mainstreaming* et de résonance ne sont pas coulées dans le béton, elles font référence à des processus tellement vastes et complexes qu'on peut encore les parfaire, les subdiviser ou, pourquoi pas, les remplacer.

Aussi remarquables soient-elles, il ne faut pas perdre de vue que les critiques et réanalyses des travaux de Gerbner et al. par Hughes et Hirsch concernent seulement quelques variables de la théorie de l'incubation traitant du phénomène de la violence: sur plusieurs autres sujets tels la science, la médecine, la politique, les stéréotypes, les professions, la religion, le système judiciaire, etc., la théorie de l'incubation semble faire quelques progrès, affine ses analyses statistiques, inspire des comparaisons internationales, vérifie plus soigneusement la véracité de ses hypothèses de base et tente de mettre au point de nouveaux concepts plus féconds.

⁶⁶ "Indeed, as the article makes clear in more detail, the "concepts" of mainstreaming and resonance, by attributing any percentage movements (including regression effects) to hours of television viewed, not only continues the practice of imposing abstract formulations about "message systems" on the interpretive mind of the viewer. They also indeed "cut loose" cultivation analysis from the content analysis portion of the Violence Profiles by adding post hoc assertions about the salience of each item for each subgroup, and by refusing to predict how respondents' attitudes will correspond to the "messages" transmitted during all the hours watched by heavy viewers". HIRSCH, P.M. Distinguishing good speculation from bad theory: Rejoinder to Gerbner et al. *Communication Research*, vol. 8, no. 1, 1981, p. 73-95. Paru également dans: WILHOIT, G.C., *Mass Communication Review Yearbook*, vol. 3, Sage, 1982, p. 721.

CHAPITRE 6

LES RECHERCHES INTERNATIONALES SUR LA THÈSE DE L'INCUBATION

A en croire Michael Morgan, un membre associé à l'école d'Annenberg, les études qui ont exploré en dehors des États-unis les hypothèses de la théorie de l'incubation sont tellement nombreuses qu'il faudrait plusieurs livres pour en rendre compte. Les théoriciens d'Annenberg présentent toutefois de manière un peu trop idyllique et biaisée la recherche internationale dans ce domaine⁶⁷. Il ne faut pas s'étonner de voir plusieurs chercheurs "étrangers" vérifier chez eux les thèses de l'école d'Annenberg. Après tout, il ne faut qu'une quinzaine de questions de sondage pour connaître, par exemple, les principaux indicateurs culturels liés à la violence et au temps consacré à la télévision. Beaucoup plus longue, coûteuse et fastidieuse est l'analyse de contenu des programmes télévisés, surtout lorsqu'elle s'applique à faire le portrait de la violence suivant la grille de Gerbner et associés. Ainsi, plusieurs études non américaines sur les effets de la télévision ont pu intégrer à leur devis d'enquête le type de questions de sondage et de variables analysées par Gerbner et al., sans nécessairement endosser toute l'approche théorique et ses postulats, et sans même réaliser l'analyse préalable du contenu télévisuel.

Ces études ont ceci de particulier, selon Morgan, qu'elles participent à peu près toutes à la recherche et au débat sur l'impérialisme culturel, en l'occurrence des États-unis et de ses industries de divertissement sur le monde⁶⁸. Sans doute que les chercheurs sont alors tentés de dire que les émissions américaines prennent une telle part sur les canaux de télévision de certains pays qu'il ne vaut même pas la peine d'en refaire l'analyse de contenu. L'omniprésence de la violence dans les émissions américaines exportées à l'étranger, par exemple, et tous les stéréotypes que ces émissions contiennent ont tellement été décrits et mesurés par les chercheurs américains qu'il suffit alors de vérifier, dans un autre pays, si les télévores de ces émissions se distinguent, quant à leur perception des autres et du monde, des non-télévores.

Pour toutes ces raisons, les multiples enquêtes nationales ayant tenté de vérifier les hypothèses de la *cultivation analysis* sont difficiles à comparer. Rares sont celles qui reposent sur une analyse de contenu rigoureuse, et encore plus rares (mais c'est sans doute là un défaut propre à la méthodologie de la *cultivation analysis*) celles qui réussissent à faire ressortir ce qui distingue la perception du monde qu'offre la télévision et la description plus objective de ce monde. Malgré l'influence américaine, chaque télévision nationale est différente et les cultures sont plus ou moins perméables à la communication de masse. Un autre problème pour l'ambition de comparaison tient aux échantillons et aux populations étudiées de part et d'autre. Les Américains disposent de données nationales nombreuses, fiables, périodiques, représentatives, indépendantes et peu coûteuses. Dans tous les autres pays, presque sans exception, les chercheurs doivent eux-mêmes réaliser leur sondage, ils n'ont pas de base de données dont ils puissent tirer des indicateurs d'anomie, de méfiance, de perception de la violence et des risques de danger. S'ils ont la possibilité de faire un sondage, c'est rarement à l'échelle nationale. Souvent il reposera sur un échantillon d'élèves du

⁶⁷ Nous pensons notamment à l'article de Michael Morgan "International cultivation analysis" dans l'ouvrage de MORGAN, M. et N. SIGNORIELLI, *Cultivation analysis: conceptualization and methodology*, London, Sage, 1990, p. 225-247.

⁶⁸ MORGAN, M., International Cultivation analysis, dans M. Morgan et N. Signorielli, *Cultivation analysis*, London, Sage, 1990, p. 227.

primaire ou d'étudiants des niveaux secondaire ou collégial, avec tous les risques que cela comporte et les difficultés de comparer des enfants, des adolescents et des adultes.

Tous ces facteurs étaient sans doute présents à l'esprit de Gerbner lorsqu'il fit la recommandation suivante aux participants du symposium national de l'*International Communication Association* en 1988: "write your own theory and test its predictions, because the research you are conducting is not a test of cultivation theory"⁶⁹. Une telle remarque pouvait aussi signifier un constat d'échec dans la tentative de généralisation de la théorie de l'incubation télévisuelle à l'ensemble des nations autres que les États-unis. Car c'est effectivement ce que donnent à voir les travaux en Europe et partout ailleurs.

Inutile de revenir en long et en large sur les résultats de l'enquête de Doob et Macdonald⁷⁰ au Canada. Comme dans les enquêtes de Gerbner et ses collaborateurs en Amérique, ils ont constaté qu'à Toronto le même phénomène semble s'observer, car plus les individus regardent la télévision, plus leur perception de la violence est exagérée et leur impression de vulnérabilité (ou peur du crime) importante. Cependant, en effectuant un contrôle des variables lieu de résidence et criminalité réelle dans différents quartiers du grand Toronto, la corrélation initialement observée disparaît.

Dans l'article qui relate les résultats de leur enquête, Doob et Macdonald n'ont même pas insisté sur les différences entre la télévision canadienne et américaine. Les particularités de la culture canadienne anglaise par rapport à la culture américaine, des villes canadiennes par rapport aux villes américaines, ne leur ont pas paru suffisamment importantes, semble-t-il, pour devoir exiger quelques commentaires. Toronto n'est pas plus différente des grandes villes américaines que celles-ci ne le sont entre elles. Les émissions américaines sont omniprésentes dans le Canada anglais, à tel point qu'on arrive bien difficilement à distinguer une émission canadienne d'une émission américaine. Pour toutes ces raisons, Doob et Macdonald avaient bien raison de considérer l'Amérique du Nord comme l'espace géographique balisant leur analyse. Une véritable comparaison entre le Canada anglais et les États-unis exigerait évidemment de sortir de Toronto, mais les données ne seraient certainement pas très contrastées par rapport à ce que l'on peut découvrir aux États-unis.

L'Australie présente sans doute une situation, une population et une industrie télévisuelle qui ne sont pas très loin d'être similaires à celles du Canada anglais. Pingree et Hawkins⁷¹ ont observé, sur une population de 1 085 élèves australiens, que le temps d'exposition aux émissions américaines (notamment les émissions d'aventures et de séries policières) est partiellement corrélé avec une méfiance accrue (Mean World Index) vis-à-vis la société australienne et une perception plus "télévisuelle" de la violence au sein de cette société. Autrement dit, les jeunes qui regardent en plus grande quantité les émissions américaines (qui constituent de 50 à 70% du temps d'écran en Australie) sont plus nombreux à exprimer de la méfiance à l'égard de la société australienne et de ses citoyens, et aussi à craindre davantage la criminalité dans leur propre pays. Pour les deux groupes de téléspectateurs, la vision des États-unis demeure sensiblement identique, et ceux qui ne regardent que les émissions australiennes, qu'ils soient télévores ou non, ne se démarquent pas quant à la conception qu'ils se font de leur pays, de sa violence et de l'altruisme de ses membres.

⁶⁹ Cité dans TAMBORINI, R., et CHOI, J., *The Role of Cultural Diversity in Cultivation Research*, dans M. Morgan et N. Signorielli, *Cultivation analysis*, London, Sage, 1990, p. 158.

⁷⁰ DOOB, A.N., et MACDONALD, G.E., *Television Viewing and Fear of Victimization: Is the Relationship Causal?* *Journal of Personality and Social Psychology*, vol. 37, no. 2, 1979, p. 170-179.

⁷¹ PINGREE, S. et HAWKINS, R. *U.S. programs on Australian television: The cultivation effect.* *Journal of Communication*, 1981, vol. 31, no. 1, p. 97-105.

Pingree et Hawkins ont eu le mérite d'examiner de près les relations entre le type de programmes regardés et les représentations des jeunes sur le monde. Une perception exagérée de la violence était généralement concomitante avec une préférence pour les émissions d'aventure, les séries policières, les dessins animés et les jeux, alors que le manque de confiance envers autrui n'était pas directement associé avec la consommation de ces émissions. Les deux chercheurs avancent que les effets de certaines émissions provenant de l'étranger peuvent être plus déterminants dans les croyances des individus que la réalité nationale elle-même, comme l'illustre la perception de la violence chez les jeunes télévores australiens d'émissions américaines.

Les recherches effectuées en Grande-Bretagne sous la direction de J.M. Wober et B. Gunter sont certainement les plus exhaustives et les plus menaçantes en regard de la théorie de l'incubation. Elles ont montré, de façon générale, que l'effet *mainstreaming* en Angleterre est loin d'être celui que Gerbner et son équipe croient découvrir en Amérique et, qu'en fait, les conceptions et représentations du monde par les télévores ne sont pas foncièrement différentes de celles des non-télévores. Dans une enquête nationale réalisée en 1978 sur les attitudes des Anglais à l'égard de la télévision (1 000 répondants de 16 ans et plus), Wober n'a découvert aucune relation entre le temps consacré à la télévision et les attitudes de méfiance et de perception du danger⁷². S'étant fait reprocher de ne pas reprendre exactement les mêmes questions de sondage que celles de Gerbner, Wober fit une autre enquête en 1982 en respectant le modèle original américain, avec toujours les mêmes résultats qu'en 1978⁷³. Une troisième étude anglaise, menée dans la région de Portsmouth auprès de 842 répondants, n'a pas non plus détecté d'effet d'incubation de la télévision sur les représentations du monde des Anglais⁷⁴.

Lorsque le temps consacré à la télévision semble interagir positivement avec une certaine crainte de la violence, une perception méfiante du monde en général et un degré élevé d'anxiété, les données d'observation suggèrent que c'est la personnalité des individus qui intervient en tant que facteur déterminant, en l'occurrence le sentiment d'impuissance (*feelings of powerlessness*) ou de perte de contrôle de son environnement (*lack of control of his or her environment*). Wober et Gunter (1982, 1983) concluent que c'est sans doute cette troisième variable qui explique la corrélation entre temps consacré à la télévision et perception pessimiste, soupçonneuse et angoissée du monde. Les chercheurs britanniques mettent le doigt sur un trait de la psychologie humaine tellement étendu, qu'on peut se demander si les phénomènes d'incubation télévisuelle observés aux États-unis par Gerbner et son équipe ne s'expliquent pas plutôt par ce trait de personnalité de millions d'individus. Nous ne sommes pas très loin de ce que Hirsch propose comme hypothèse lorsqu'il affirme, en s'appuyant sur les travaux classiques de Katz et Foulkes (1962), que c'est probablement l'aliénation, l'isolement et la peur du monde extérieur qui stimule une consommation abondante de programmes télévisés plutôt que le contraire: "It may not be television which makes viewers wary of the

⁷² WOBER, J.M. Televised Violence and Paranoid Perception: The View from Great Britain. *Public Opinion Quarterly*, vol. 42, 1978, p. 315-321.

⁷³ La méthodologie de Wober ne consiste pas simplement à distinguer les téléspectateurs suivant le temps consacré à la télévision, mais à déterminer pour chaque sujet les programmes regardés durant toute une semaine (à partir d'une liste), peu importe l'horaire dans la semaine. Ainsi, le chercheur peut par la suite déterminer le taux d'émissions violentes (classant lui-même les émissions entre violentes et non violentes) regardés par le sujet.

⁷⁴ PIEPE, A.J., CROUCH, J., & EMERSON, M., Violence and Television, *New Society*, vol. 41, septembre 1977, p. 536-538.

environment; it may be that people who are more fateful in their outlook on life generally stay in more to watch television and they also express cautious attitudes"⁷⁵

La contribution de Wober et Gunter, de ce point de vue, serait en complète contradiction avec la thèse centrale de l'école d'Annenberg. La télévision britannique est par contre bien différente de la télévision américaine et Wober le soulignait déjà en 1978. Alors que 8 émissions américaines sur 10 contiennent de la violence selon Gerbner, 10% seulement des émissions britanniques sont violentes et 15% seulement du temps d'antenne est consacré à des émissions américaines. A la limite, les chercheurs d'Annenberg peuvent considérer les travaux de Wober et Gunter comme une confirmation de leur thèse: lorsqu'il y a une quantité réduite de violence à la télévision, comme en Angleterre, ou que la perception télévisuelle de la violence ne dépasse pas outrageusement la violence réelle, les télévores et les non-télévores ne se démarquent pas en nombre, les uns par rapport aux autres, quant à leurs croyances sur le monde. Le cas britannique est certes singulier, mais on doit quand même s'étonner du fait que les chercheurs d'Annenberg n'ont pas daigné vérifier en Amérique les variables psychologiques (sentiments d'impuissance et de perte de contrôle de son environnement) isolées par Gunter et Wober et capitales selon eux pour interpréter le semblant d'effet d'incubation de la télévision.

En Hollande, Harry Bouwman⁷⁶, très fidèle à la méthode de la *cultivation analysis*, réalisa à la fois une analyse de contenu de la télévision néerlandaise et un sondage téléphonique auprès de 607 répondants, en ajoutant des questions des enquêtes de Pingree et Hawkins (Australie) et de Doob et Macdonald (Canada). L'analyse de contenu révéla un moins fort taux de violence dans les Pays Bas qu'aux États-unis aux heures familiales de télévision, avec cependant un taux équivalent de violence aux heures de *prime-time*. Les résultats de sondage, quant à eux, ont montré que six questions seulement sur 19 - après contrôle statistique des variables âge, sexe, scolarité et lieu de résidence - établissent la preuve d'une corrélation entre le temps consacré à la télévision et une conception du monde conforme à l'image qu'en donne la télévision. La perception de la violence (*Images of Violence Index*) semble constituer le seul index culturel où les télévores se distinguent des non-télévores. La méfiance et la crainte de la violence ne paraissent pas être des dispositions psychologiques inculquées, entre autres, par la télévision. Pour expliquer ces résultats, Bouwman rend compte de plusieurs facteurs, dont cette tendance, plus marquée à la télévision hollandaise qu'à la télévision américaine, à exposer des scènes de violence dans un objectif délibéré d'en faire la critique ou de la blâmer.

Bien qu'en Suède on présente nettement moins de violence à la télévision qu'en Amérique, Hedinsson et Windahl⁷⁷ ont quand même cherché à vérifier et intégrer, dans le cadre d'une vaste enquête longitudinale sur l'usage de la télévision par les adolescents suédois, quelques hypothèses de la *cultivation analysis*. Les résultats montrent que le temps dépensé à regarder la télévision, notamment chez les adolescents de 15 ans, est associé de façon linéaire avec des perceptions plus exagérées de la criminalité et de la violence. La corrélation la plus forte concernait le temps d'exposition à la télévision et les châtiments choisis pour sept sortes de crimes. Dans leur

⁷⁵ WOBER, J.M. et GUNTER, B. *Television and social control*. Farnborough: Gower, 1988, p. 34.

⁷⁶ BOUWMAN, H. *Cultivation analysis: The Dutch case*. In G. Melischek, K.E. Rosengren, & J. Stappers (Eds.), *Cultural indicators: An international symposium*, 1984, p. 407-422. Vienna: Verlag der Osterreichischen Akademie der Wissenschaften.

⁷⁷ HEDINSSON, E. et WINDAHL, S. *Cultivation analysis: A Swedish illustration*. In G. Melischek, K.E. Rosengren, & J. Stappers (Eds.), *Cultural indicators: An international symposium*, 1984, p. 389-406, Vienna: Verlag der Osterreichischen Akademie der Wissenschaften.

interprétation de ces données, cependant, Hedinsson et Windhal vont à contresens des thèses d'Annenberg.

Ils suggèrent que ce sont les individus ayant des dispositions élevées pour une justice punitive qui regardent davantage la télévision que les autres, plutôt que le contraire. Puisque la violence sur les écrans de télé suédois est très réduite, ils ne voient pas en quoi une exposition accrue pourrait susciter une attitude plus sévère quant à la criminalité, une méfiance plus grande face au monde extérieur et une peur plus marquée de la violence. Les auteurs en appellent alors à un début d'intégration entre la *cultivation analysis* et l'approche des usages et gratifications, car l'auditoire est certainement plus hétérogène et actif que ce que laissent entendre les chercheurs d'Annenberg et les conditions environnementales de visionnement de la télévision par les individus (en famille, seul, entre amis, etc.) contribuent pour beaucoup à leurs interprétations des messages télévisés⁷⁸.

⁷⁸ "We feel that if the cultivation thesis, which we find important, is to be developed further, more attention should be paid to the "active" nature of the audience. This development should go hand in hand with the increased emphasis on the social milieu of the TV viewer (...) In short, what we are proposing is a merger of the effects and the uses and gratification approaches inside cultivation analysis". (Hedinsson et Windahl, 1984, p. 405).

CHAPITRE 7

PROBLÈMES PÉRIPHÉRIQUES ET APPORTS THÉORIQUES EXTERNES

Dans un ouvrage collectif entièrement consacré à la *cultivation analysis*, Nancy Signorielle et Michael Morgan⁷⁹ dressent un état des lieux de cette approche et font la liste de ses principales recherches et des grands problèmes qu'elle soulève depuis quelques années, autant de la part de chercheurs indépendants que de ceux rattachés à l'école d'Annenberg. L'avenir de la *cultivation analysis* semble alors dépendre des réponses que l'on pourra apporter aux questions suivantes:

- 1- Quels sont les processus psychologiques et les mécanismes cognitifs qui expliquent le mieux la manière dont les télévotants incorporent la vision de la télévision dans leurs représentations sociales?
- 2- Quels sont les sous-groupes démographiques les plus vulnérables à la télévision et à ses effets d'inculcation culturelle ou idéologique?
- 3- Comment est-ce que la dynamique des relations interpersonnelles et des interactions au sein de la famille intervient dans le processus d'incubation culturelle de la télévision?
- 4- De quelle manière l'effet d'incubation télévisuelle intervient-il dans les différents niveaux suivants et quelle est l'efficacité de chacun d'eux: depuis les croyances jusqu'aux comportements en passant par les attitudes, les évaluations de l'ampleur de certains phénomènes (la violence) et les sentiments à leur égard (crainte, peur, méfiance, etc.)?
- 5- Comment est-ce que l'expérience personnelle directe du monde intervient dans le processus d'inculcation culturelle de la télévision?
- 6- Comment est-ce que le rapport de l'individu à la télévision (passif, actif, sélectif, utilitariste, gratifiant, etc.) influence ou modifie l'effet d'incubation de la télévision?
- 7- Quelles sont les contributions respectives des différents genres télévisuels (films, séries dramatiques, nouvelles, jeux, spectacles, sports, documentaires, etc.) sur l'effet d'incubation?
- 8- Quel est l'apport des autres médias (presse écrite, radio, musique, films, etc.) à l'effet d'incubation de la télévision et quel est le type d'incubation culturelle de ces autres médias?
- 9- Est-ce que les nouvelles technologies associées à l'audiovisuel (magnétoscope, télévision interactive, câble, satellite) et l'ouverture de chaque pays sur les télévisions étrangères va modifier l'influence de la télévision et le type de socialisation qu'elle produit chez les individus?

La plupart de ces questions sont soulevées en supposant que la démonstration d'un effet d'incubation de la télévision a été faite, ce qui est loin d'être le cas selon nous. D'aucun seraient tentés de dire: pourquoi rechercher les mécanismes cognitifs sous-jacents aux effets d'inculcation idéologique de la télévision, les catégories démographiques les plus vulnérables et les tempéraments provoqués par les relations interpersonnelles ou l'expérience directe des choses, si de tels effets d'inculcation n'existent pas ou n'ont pas été véritablement vérifiés? Or, ce que Signorielli et Morgan oublient de nous dire c'est que toutes ces questions, sans exception, ne constituent pas des problèmes de recherche spécifiques à la théorie de l'incubation. Elles sont le propre de la recherche actuelle sur la télévision et ses effets, peu importe les théories et les approches. Les greffer à la problématique de recherche de Gerbner et ses collaborateurs peut s'avérer une lame à double tranchant. Le risque est grand que de telles questions de recherche débouchent sur une réfutation plutôt qu'une confirmation de leurs thèses.

⁷⁹ MORGAN, M. et N. SIGNORIELLI, *Cultivation analysis*, London, Sage, 1990.

Certaines d'entre elles (les questions 5, 6 et 7 notamment), se sont même imposées aux chercheurs d'Annenberg car, au départ, ils pouvaient nier l'existence ou l'influence de ces phénomènes sur le processus d'incubation culturelle de la télévision auprès des téléviseurs. La variable "expérience personnelle directe de la réalité" (vs "expérience médiatisée par la télévision") est venue relativement tard dans leurs travaux, avec la prise en compte de ce qu'ils appellent le phénomène de résonance. Gerbner et Gross ont longtemps considéré que les genres télévisuels et l'hypothèse de l'auditeur actif n'ont rien à faire, ou à peu près, dans la mécanique de l'incubation télévisuelle⁸⁰. Que des chercheurs indépendants reprennent ces problèmes et démontrent leur pertinence pour toute théorie sur les effets de la télévision risque de faire voler en éclats quelques thèses centrales de la *cultivation analysis*.

Sur la question #9 maintenant, les chercheurs d'Annenberg sont prêts à admettre que la technologie et le paysage audiovisuels ont quelque peu changé au cours des vingt dernières années, mais ce qu'ils disent observer pour l'instant ne menace pas leur théorie. L'augmentation des canaux n'a pas résulté en une plus grande diversité, surtout lorsqu'on constate que la concentration de la propriété des stations et des réseaux n'a pas diminué d'autant. Dans une étude sur les changements d'habitudes apportés par le câble, Morgan et Rothschild⁸¹ ont observé, contre toute attente, un effet d'incubation télévisuelle plus élevé chez les adolescents qui ont accès au câble que chez les autres. Julia Dobrow, dans une recherche sur l'usage du magnétoscope par les téléviseurs et les non-téléviseurs, a remarqué que les téléviseurs utilisent le magnétoscope pour regarder en plus grande quantité le type d'émissions qu'ils préfèrent, tandis que les téléspectateurs plus occasionnels se servent d'un tel appareil d'enregistrement pour regarder d'autres types d'émissions que celles qu'ils ont l'habitude de regarder⁸². Le magnétoscope, dans son usage actuel en tout cas, contribuerait à l'effet d'inculcation idéologique de la télévision plutôt que son contraire.

La télévision traditionnelle a certes inculqué des habitudes d'écoute que les téléspectateurs ne sont pas prompts à changer malgré la spécialisation des chaînes, leur plus grand nombre et les possibilités d'enregistrement au foyer. Par contre, il n'est pas dit que ces habitudes continueront de se maintenir. La lassitude des téléspectateurs pour certains genres et contenus télévisuels incite les producteurs à offrir constamment du nouveau, surtout pour les téléviseurs. Sur le seul thème de la criminalité, de nouvelles formules d'émission font leur apparition (les *reality shows*), inspirées du

⁸⁰ Très récemment, Gerbner écrivait à ce sujet: "Heavier viewers watch more of the general mix of programming than light viewers, regardless of their preferences. Except for rare and freakish viewing patterns, those who watch 3 or more hours of prime time (i.e., the majority of regular viewers) see much of the same mix of basic dramatic ingredients whether they say they prefer comedy, crime or news. That is why a measure of total viewing rather than particular favorites or selections is the most efficient for purposes of cultivation analysis". GERBNER, G., *Advancing on the Path of Righteousness (Maybe)*, dans M. Morgan et N. Signorielli, *Cultivation analysis*, London, Sage, 1990, p. 255.

⁸¹ MORGAN, M. et ROTHSCHILD, N. Impact of the new television technology: Cable TV, peers, and sex-role cultivation in the electronic environment. *Youth and Society*, vol. 15, 1983, p. 33-50.

⁸² Dobrow écrit: "But an important distinction was found between the viewing patterns of those who were heavier and lighter television viewers: the heavier viewers used their VCRs to watch more of the same type of programming they enjoyed, while the lighter viewers used the VCR to watch other kinds of content they liked" (p. 80). Et plus loin elle tire la conclusion suivante: "These data certainly suggest that VCR use should enhance cultivation research, by making more apparent than ever the differences between groups of heavy and light viewers" DOBROW, J.R., *Patterns of Viewing and VCR Use: Implications for Cultivation Analysis*, dans M. Morgan et N. Signorielli, *Cultivation analysis*, London, Sage, 1990, p. 82.

grand reportage ou de la reconstitution dramatique, donc plus réalistes et sans doute moins grossières sur le travail et l'usage de la violence par les forces policières. Une offre plus grande et diversifiée ne pourra que rendre le téléspectateur plus sélectif et plus actif.

Une autre problématique de recherche qui ne manquera pas de fournir de meilleurs éléments de compréhension et d'évaluation des effets de la télévision sur les individus est contenue dans la question #1. En effet, tant qu'on aura pas compris quels types de mécanismes cognitifs caractérisent les télévores, et pourquoi ils adhèrent en plus grand nombre que les téléspectateurs occasionnels à la représentation déformée du monde qu'offre la télévision, le prétendu effet d'incubation de la télévision ressemblera à ces analyses cybernétiques, holistes et macroscopiques, qui font de l'individu une simple boîte noire qu'il ne vaut pas la peine d'ouvrir.

L'étude des processus psychologiques sous-jacents aux effets d'incubation de la télévision ont surtout été le fait de deux chercheurs indépendants de l'école d'Annenberg, Robert Hawkins et Suzanne Pingree, qui endossent toutefois les théories et résultats de recherche de Gerbner et ses collaborateurs. Les travaux d'Annenberg, selon eux, ne contrastent ni plus ni moins avec la majorité des recherches qui ont tenté de déterminer les conséquences de télévision sur les croyances des individus. Après leur revue des écrits de toute cette vaste problématique⁸³ à l'intérieur de laquelle se situent les travaux des chercheurs d'Annenberg, ils en arrivent à conclure à l'évidence d'une relation faible mais consistante entre l'écoute de la télévision et les croyances des individus. Seul petit problème de validité interne: les chercheurs ne connaissent à peu près rien du mécanisme psychologique qui pourrait se cacher derrière cette influence probable, et donc n'ont pas l'assurance qu'il s'agit bien d'un effet de la télévision:

Even though years of research have provided considerable evidence of a small but consistent relationship between television viewing and beliefs about the social world that are similar to or plausibly implied by the images in television programs, the research community still does not understand how this relationship occurs (...) This situation can also usefully be viewed in terms of "internal" and "external" validity. We have considerable research addressing external validity, or generalizability, of a weak but persistent cultivation relationship, but very little evidence that provides this findings with internal validity, or the assurance that they do in fact represent television effects⁸⁴.

Les deux psychologues sociaux partent de l'hypothèse, communément admise, que les médias ont d'autant moins d'effets sur l'individu que celui-ci profite d'une certaine expérience du monde. Autrement dit, la télévision aura sans doute une influence là où elle n'entre pas en compétition ou en contradiction avec l'expérience personnelle de l'individu. Il faut voir cependant qu'il n'y a pas nécessairement une relation linéaire et mécanique entre l'expérience de vie d'un individu et sa perméabilité aux messages télévisuels. L'individu peut considérer qu'en une certaine matière il a une expérience atypique du monde. Est-ce que la télévision exerce alors une plus grande influence? Ce qui semble se passer c'est que la télévision exerce une certaine influence sur les croyances individuelles portant sur la société en général, alors qu'elle est beaucoup moins persuasive sur les

⁸³ HAWKINS, R.P., et PINGREE, S. Television's Influence on Social Reality. Dans D. Pearl, L. Bouthilet, & J. Lazar (Eds.), *Television and behavior. Ten years of scientific progress and implications for the 80's. Volume II, Technical reviews*, 1982, Rockville, MD: National Institute of Mental Health, p. 224-247.

⁸⁴ HAWKINS, R.P., et PINGREE, S. Divergent Psychological Processes in Constructing Social Reality from Mass Media Content, dans M. Morgan et N. Signorielli, *Cultivation analysis*, London, Sage, 1990, p. 36.

affaires qui concernent les individus plus directement ou dans lesquelles ils se sentent le plus impliqués.

Leur contribution plus originale toutefois réside dans la distinction entre deux grandes catégories de croyances qui seraient enseignées avec un succès inégal par la télévision. Les croyances de premier niveau portent sur des évaluations quantifiables qui sont par ailleurs mesurables dans le contenu de la télévision et comparables avec la réalité parce que plus "objectives": les estimations des différentes catégories démographiques (proportion des hommes, des femmes, des jeunes, des vieux), des occupations professionnelles, des risques de violence ou de criminalité, etc., sont de cet ordre car leur contenu est observable aussi bien à la télévision que dans l'esprit des individus. Les croyances de second niveau sont celles qui ne sont pas facilement mesurables et quantifiables dans le contenu télévisuel et dont les formes ne sont pas automatiquement comparables et transposables dans l'esprit des individus. Les croyances qui conduisent à la méfiance, la peur, la démoralisation ou l'aliénation ne peuvent être inculquées par la télévision qu'en subissant un très fort processus d'interprétation de la part des individus, plus aléatoire ou moins déterministe que celui qui les fait adhérer à des croyances du premier niveau.

La relation entre les deux types de croyances, selon eux, procède de la façon suivante: "while first-order beliefs could be regarded as matching the demographic characteristics of television or the real world, second-order beliefs would only be implied by television content. Thus, we hypothesized that second-order beliefs might be derived by inference from an individual's first-order beliefs⁸⁵". L'hypothèse fait sens car une évaluation excessive de la violence induite par la télévision, par exemple, peut en effet être une condition préalable à certaines croyances sur l'usage de la force policière, les moyens à mettre en oeuvre pour contrer la violence, l'opinion quant à la peine de mort, etc.. De la même façon, une représentation très réduite (plus réduite que dans la réalité) des personnes âgées, des femmes ou des minorités ethniques dans divers rôles professionnels montrés à la télévision peut conduire à des croyances de premier niveau qui encourageront, par la suite, des croyances de second niveau comme les stéréotypes sexuels, les préjugés racistes et les opinions politiques défavorables à ces trois catégories sociales. La proposition n'est donc pas sans fondement et elle fait des distinctions conceptuelles utiles. Bien qu'elle en soit encore au degré zéro de la vérification, on a peine à échapper au sentiment que c'est grâce à de telles hypothèses qu'on pourra mieux comprendre les effets réels et singuliers de la télévision sur les croyances des individus, et mettre à l'épreuve très sérieusement la thèse de l'incubation culturelle de la télévision.

La théorie de l'incubation télévisuelle s'ouvre tranquillement, comme on le voit, à des apports théoriques extérieurs qui veulent contribuer soit à son enrichissement, soit à son renouvellement. Une incursion dans la théorie des attributions causales pourrait constituer une autre façon de mieux cerner la mécanique des effets potentiels de la télévision sur les croyances des individus. Dans la mouvance de la recherche en *cultivation analysis*, Leo Barrile est le seul auteur à avoir fait une percée dans le champ des problèmes de recherche propres à la théorie des attributions causales, sans jamais toutefois faire référence à l'un ou l'autre des chercheurs de ce courant majeur en psychologie sociale. Barrile s'est intéressé à la fonction idéologique de la télévision, notamment quant aux attributions causales sur la criminalité qu'un tel média semble inculquer aux individus et aux plus télévores d'entre eux. Ses recherches sur la télévision et la justice pourraient mener, selon nous, à l'hypothèse plus générale voulant que la télévision soit un média qui incite les individus à expliquer les problèmes sociaux ou politiques en recourant à des causes psychologiques (dispositions individuelles) plutôt que sociologiques (facteurs contextuels).

⁸⁵ HAWKINS, R.P., et PINGREE, S. Divergent Psychological Processes in Constructing Social Reality...p. 43.

La fonction manifeste (intentionnelle) de la télévision, nous dit Barrile dans un langage qui pourrait être celui de Gerbner, est le divertissement, alors que sa fonction latente (non intentionnelle) est plutôt idéologique. Idéologique en ce sens que les problèmes sociaux y sont présentés comme des déviations psychologiques individuelles plutôt que comme le résultat de causes sociales structurelles. La violence, notamment dans les fictions dramatiques, y est présentée de telle façon qu'elle favorise les attributions causales dispositionnelles plutôt que contextuelles: la cause d'un crime, selon la vision que donne à voir la télévision, est à rechercher dans les dispositions psychologiques du criminel plutôt que dans son milieu propre.

Undoubtedly, the manifest function of television is entertainment. But its latent, if unintended, function appears to be ideological. Television is ideological in the sense that it deflects criticism away from the social structural causes of social problems by focusing on individual deviation. Television (crime drama particularly) equates the issue of crime with a symbolic assailant, an abnormal personality, and a dangerous and damnable deviant (...) For instance, nearly one-half of all television crime drama villains are murderers while in reality, murderers comprise about one percent of all criminals⁸⁶.

La télévision montre très rarement qu'un crime peut être le produit d'une situation de pauvreté, de chômage, de discrimination, de racisme, d'étiquetage social, de valeurs individuelles axées sur l'acquisition de biens privés, etc.. Ce n'est pas le genre de média susceptible d'exposer les facteurs sociologiques qui peuvent engendrer le crime. Ce n'est pas un hasard si elle montre dans ses séries dramatiques des criminels qui, à 93%, sont motivés dans leurs gestes par l'avarice, le sadisme ou des dysfonctions émotionnelles (le reste étant la part des criminels qui sont motivés par des besoins physiologiques (2%) ou par des raisons politiques (5%)).

Lorsque les individus s'expliquent les phénomènes de criminalité par des attributions causales dispositionnelles, non seulement tendent-ils à favoriser une justice punitive, mais en plus ils souhaitent un usage plus grand de la force physique par le corps policier. C'est ainsi que la violence télévisée peut conduire vers plus de violence sociale, en légitimant un plus grand recours à la violence policière, aux peines sévères et à la peine de mort. Utilisant un échantillon par quotas de 147 répondants et un questionnaire de 75 questions, Barrile arrive aux mêmes conclusions que Gerbner, à savoir que les télévores ont une vision déformée et exagérée de la violence sociale et du taux de victimes de cette violence. La corrélation statistique entre le taux d'écoute de la télévision et une attitude de phobie criminologique est plutôt moyenne ($r = .35$), tandis que la relation entre le taux d'écoute de la télévision et une vision personnalisante (attributions dispositionnelles) du crime est moins forte mais tout de même significative ($r = .15$). Des corrélations significatives sont également observées entre le taux d'écoute de la télévision et des attitudes positives à l'égard d'une justice punitive ($r = .24$), de la peine de mort et des exécutions télévisées ($r = .25$) et de la tendance à penser que le système judiciaire n'est pas assez sévère à l'égard des criminels ($r = .14$).

L'hypothèse voulant que la préférence des téléspectateurs pour les émissions violentes soit reliée à une attitude de personnalisation du crime et à une opinion favorable à une plus grande justice punitive n'a pas été confirmée. Il semble plutôt y avoir une corrélation négative (de modérée à forte) entre les deux: plus on préfère les émissions et personnages violents, moins on est partisan d'une justice plus punitive et moins on a une conception stéréotypée des criminels et exagérée de la criminalité. Il n'y a qu'apparence de contradiction avec la thèse de Gerbner, car celui-ci soutient que ce sont moins les préférences de chacun qui comptent dans l'effet d'incubation de la télévision que

⁸⁶ BARRILE, Leo, "Television and attitudes about crime" in R. Surette, *Justice and the Media*, Springfield, C. Thomas, 1984, p. 143.

les heures qu'on lui consacre: dès que les individus sont friands de télévision, ils s'exposent alors nécessairement aux drames violents et en absorbent le message.

Barrile s'intéresse donc à des problèmes qui sont au coeur de la théorie des attributions causales, mais sans situer son projet à l'intérieur de cette approche. Une telle théorie, pourtant, aurait beaucoup à offrir pour comprendre quelques-uns des effets cognitifs de la télévision et des explications de certains phénomènes de société qu'elle induit chez les téléspectateurs. A travers les notions d'attribution causale dispositionnelle, attribution causale contextuelle, biais auto-avantageux, biais hétéro-dépréciatif, etc., la théorie des attributions peut même fournir les instruments d'une grille d'analyse de contenu plus sophistiquée de la télévision et du sens que les actions (violentes ou non) prennent pour les agents qui commettent, subissent, contrôlent ou observent ces actions. Malgré ses problèmes évidents de validité externe (échantillon plutôt réduit) et de validité interne (dans quel sens irait la causalité entre taux d'écoute de la télévision et les attributions causales?), la recherche de Barrile ouvre la voie à des études plus exhaustives. Celles-ci devront poser une question qu'il évacue beaucoup trop rapidement du reste et qu'on pourrait formuler en ces termes: est-ce une exposition accrue à la télévision qui mène vers des attributions causales plus dispositionnelles ou si ce n'est pas plutôt le fait de tendre vers ce type d'attributions causales qui incite les individus à regarder davantage la télévision?

CHAPITRE 8

LA TÉLÉVISION ET LE MAINTIEN DE L'ORDRE SOCIAL

Les hypothèses des théoriciens de la *cultivation analysis* posent des relations macrosociologiques entre la télévision et l'ordre social qui souffrent d'anémie sur le plan microsociologique. On postule que la télévision va dans le sens de l'ordre établi, en déterminant que cet ordre établi profite (aux États-unis du moins) aux hommes d'âge moyen et de race blanche. La télévision les présenterait comme les principaux artisans de la violence, mais aussi comme les principaux agents du contrôle social de la violence. La violence est vue comme de leur ressort, comme servant les intérêts de ceux qui ont des ambitions de domination et d'enrichissement, tout en étant le moyen par lequel les forces de l'ordre arrivent à endiguer une trop forte expansion de la violence illégitime. Les vieux, les femmes, les pauvres et les minorités ethniques y apprennent qu'ils n'ont pas le pouvoir de la violence, qu'ils sont les victimes physiques de ces règles du jeu. La télévision cultive en eux la peur du monde réel, la méfiance face aux autres, l'angoisse face à la vie active, laissant ainsi tout le terrain à une minorité démographique qui, très certainement, apprend à se faire confiance et à réussir sans un quelconque usage de la violence. "In generating among the many a fear of the power of the few, television violence may achieve its greatest effect"⁸⁷.

Le spectacle ritualisé de la violence, selon Gerbner, a donc une fonction idéologique: assurer le maintien du pouvoir en entretenant le sens de la hiérarchie des positions sociales, des valeurs et des pouvoirs.

En poussant l'analyse, on s'est aperçu qu'il existe un lien entre la peur qu'inspire le monde réel et l'acceptation du rôle symbolique de victime. Les téléspectateurs qui voient que leur groupe est statistiquement plus menacé que d'autres semblent éprouver à la longue plus de crainte et plus de méfiance. Les formes de violence transmises par la télévision augmentent la vulnérabilité des spectateurs de manière différente selon le groupe auquel ils appartiennent, en renforçant tout particulièrement le sentiment de dépendance⁸⁸.

Tout se passe comme si la violence télévisée était une démonstration dramatique de l'exercice du pouvoir dans notre société. Les catégories sociales désignées comme victimes, tout comme les catégories sociales désignées à titre d'agresseurs, y apprennent chacune leur rôle. La peur - cet instrument classique de contrôle social - est subtilement enseignée et savamment entretenue, de telle sorte qu'il en résulte une conséquence non intentionnelle mais souhaitable pour l'establishment: la passivité du plus grand nombre face aux injustices sociales commises à leur égard⁸⁹.

⁸⁷ GERBNER, G. et GROSS. L. The Violent Face of Television and its Lessons. Dans Edward L. Palmer and Aimee Dorr (dirs publ.). *Children and the Faces of Television: Teaching, Violence, and Selling*. New York, 1981, p. 155.

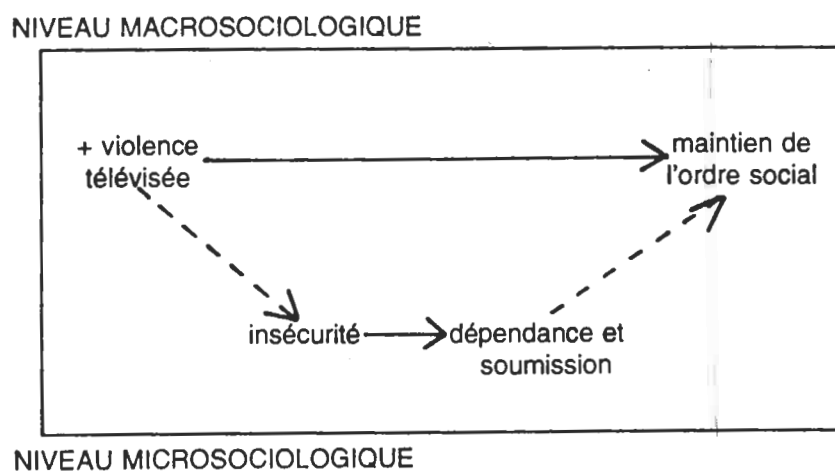
⁸⁸ GERBNER, G., *Violence et terreur dans les médias*, Paris, UNESCO, no 102, 1987, p. 29.

⁸⁹ "We begin with the assertion that television is the central cultural arm of American society. It is an agency of the established order and as such serves primarily to extend and maintain rather than to alter, threaten, or weaken conventional conceptions, beliefs, and behaviors. Its chief cultural function is to spread and stabilize social patterns, to cultivate not change but resistance to change. Television is a medium of the socialization of most people into standardized roles and behaviors. Its function is, in a word, enculturation." GERBNER, G. et GROSS. L. *Living With Television: The*

Considérée comme une action, la violence peut blesser, tuer ou faire peur. Cette dernière conséquence serait la plus importante sur le plan de la fonction sociale de la télévision, car c'est par elle que le pouvoir et l'ordre social se maintiennent et sont acceptés.

"The violence scenario thus serves a double function. By demonstrating the realities of social power, it generates insecurity and dependence and serves as an instrument of social control. This objective is achieved at a great human price. The price is the inciting of a few to destructive violence, the cultivation of aggressive tendencies among some children and adults, and the generating of a sense of danger and risk in a mean and selfish world⁹⁰."

Comme l'illustre le schéma suivant, le raisonnement micro-macro posé par la *cultivation research* consiste à dire que la violence télévisée engendre l'insécurité (hypothèse qui va du niveau macro au niveau micro); insécurité qui confine les individus dans une disposition de dépendance et de soumission (hypothèse strictement microsociologique); disposition psychologique permettant enfin à l'ordre social existant de se maintenir (hypothèse qui permet le passage du niveau micro au niveau macro).



Bien que leur hypothèse macrosociologique (la violence télévisée permet le maintien de l'ordre social) soit énoncée dans un schéma de causalité qui fait une juste transition entre les niveaux macro et micro, les théoriciens de l'incubation n'arrivent pas à donner des preuves "tangibles" du mécanisme par lequel la crainte de la violence va dans le sens de l'ordre social. Pourquoi cette crainte ne conduirait-elle pas vers plus de désordre social? Elle encourage peut-être une forme de paranoïa qui pousse les individus à s'armer jusqu'aux dents, à se méfier les uns des autres, à se rendre mutuellement plus agressifs par une sorte d'effet pygmalion et de prédiction créatrice. L'hypothèse d'une sorte de "criminophobie" qui devient, par un processus d'effet pervers, criminogène, n'est certainement pas à négliger. Reste à savoir maintenant si elle contribue ou non au maintien de l'ordre social?

Violence Profile. *Journal of Communication*, vol. 26, no. 2, 1976, p. 175

⁹⁰ GERBNER, G. et GROSS, L. The Violent Face of Television and its Lessons. Dans Edward L. Palmer and Aimee Dorr (dirs publ.). *Children and the Faces of Television: Teaching, Violence, and Selling*. New York, 1981, p. 160.

Et de quel ordre social s'agit-il au juste? Quels en sont les caractéristiques? Les tenants et les aboutissants? On doit à la vérité de dire que les chercheurs d'Annenberg sont plutôt avares de commentaires sur les agents qui, d'une part, profitent de l'ordre social et luttent pour sa conservation, et ceux qui, de l'autre côté, en font les frais, en subissent les conséquences dominatrices et qui aspirent, peut-être, à un nouvel ordre du monde. S'agissant des stéréotypes sexistes, la télévision américaine a certainement contribué à leur diffusion massive. Dans son ensemble, le discours de la télévision n'appelle pas à un réaménagement des rapports et des rôles sociaux entre hommes et femmes⁹¹. Les analyses de contenu, sur ce terrain, qu'elles soient de l'école d'Annenberg ou d'ailleurs, sont difficilement contestables⁹².

Quant aux rapports de classes, aux relations multiethniques ou aux liens que tissent les générations entre elles, le discours télévisé vu dans son ensemble est plutôt composite et hétérogène. Difficile de savoir s'il propose la suprématie d'une classe sur les autres, d'une ethnie sur les autres et d'une génération sur les autres. Gerbner et ses collaborateurs observent que la télévision donne une image complètement déformée de la pyramide des âges, au profit des jeunes (dans la trentaine) et au désavantage des vieux⁹³. Or, ils oublient complètement de rappeler un fait connu de tous: ce sont les individus ayant entre 45 et 65 ans qui, dans nos sociétés, détiennent la majorité des postes de décisions. Si la télévision inculque une représentation des rôles professionnels suivant les générations, cette représentation est certainement fautive.

Tout le problème de la théorie de la *cultivation analysis* est là: on ne sait jamais si la télévision assume sa fonction idéologique en contribuant à une fausse conscience du monde (masquer, par exemple, le fait que c'est la génération des 45 ans et plus qui détient les positions fortes dans notre société) ou si elle est là pour inculquer une représentation du monde qui n'est qu'une juste image de la réalité, une reproduction fidèle, sans aucune intention de masquer ce qui existe dans les faits (la distribution des rôles sociaux entre hommes et femmes par exemple). En somme, est-ce que les théoriciens d'Annenberg voient dans l'idéologie et les messages télévisuels une fausse conscience du monde suivant la conception des idéologies propre à Marx, ou au contraire conçoivent-ils les idéologies sans référence au critère du vrai et du faux, à la manière d'Althusser, de Geertz ou de Shils⁹⁴? Le flou théorique qu'ils ne cessent d'entretenir à ce niveau leur permet très certainement d'entretenir cette autre illusion: la théorie peut à chaque occasion prévoir les bonnes conséquences idéologiques de la télévision sur la reproduction de l'ordre social puisqu'elle est irréfutable. Si la télévision, par exemple, offrait une image idyllique, empreinte d'égalité, de la distribution des rôles sociaux et professionnels entre hommes et femmes, on pourrait toujours soutenir qu'il y a déformation de la réalité dans le but de la perpétuer et d'en cacher les inégalités.

⁹¹ Sans doute que la télévision, par ses stéréotypes sexistes, va dans le sens du maintien d'un système plus patriarcal que matriarcal. En ce sens on peut affirmer qu'elle contribue à l'ordre social existant. Quant aux autres types de croyances qu'elle semble engendrer plus intensivement chez les télévores que les non télévores (méfiance, pessimisme, exagération de la violence, opinions politiques, etc.), il n'est pas certain qu'un tel résultat va dans le sens de l'ordre social établi.

⁹² TUCHMAN, G., DANIELS, A.K., & J. BENET (dir.), *Hearth and Home: Images of Women in the Mass Media*, New-York, Oxford University Press, 1978.

⁹³ GERBNER, G.; GROSS, L.; MORGAN, M. et SIGNORIELLI, N. Television Violence, Victimization, and Power. *American Behavioral Scientist*, vol. 23, no. 5, 1980, p. 705-716.
GERBNER, G.; GROSS, L.; MORGAN, M. et SIGNORIELLI, N. The "Mainstreaming" of America: Violence Profile no. 11. *Journal of Communication*, vol. 30, no. 3, 1980, p. 10-29.

⁹⁴ Pour se faire une idée de certaines conceptions que les chercheurs en sciences sociales se font des idéologies, en référence au critère du vrai et de faux, voir le livre de Raymond Boudon, *L'idéologie: l'origine des idées reçues*, Paris, Fayard, 1986, chapitre 2).

Poser le problème des conséquences du média télévisuel sur l'ordre social nécessite en bonne partie de voir ce qu'il en retourne quant aux attitudes politiques. A cause du haut taux de violence à la télévision, les chercheurs d'Annenberg avaient anticipé que les télévores seraient plus pessimistes, plus passifs et plus "démoralisés" que les non-télévores, bref plus aliénés. Une question sur le rôle des États-unis dans le monde leur servait d'indicateur de ce type d'attitudes négativistes. Cette question (formulée non pas pour connaître les opinions politiques des Américains mais plutôt pour mesurer leur degré d'aliénation) demandait s'il était préférable pour l'avenir des États-unis que le gouvernement américain prenne une part plus active dans les affaires internationales:

- *Do you think it will be best for the future of this country if we take an active part in world affairs, or if we stay out of world affairs (réponses possibles: a) stay out; b) active part).*

Conformément aux prévisions des chercheurs, les télévores ont montré, en plus grand nombre que les téléspectateurs occasionnels, qu'ils souhaitaient que les États-unis se tiennent davantage à l'écart des problèmes internationaux. Or, est-il bien dans l'intérêt des groupes politiques et économiques dominants aux États-unis, des grandes corporations multinationales et du complexe militaro-industriel, que le gouvernement américain ait une politique extérieure plus réservée et modeste? Dans la conjoncture de guerre froide des années 50 à 90, était-il dans l'intérêt de l'Amérique que le bon peuple soit plutôt de tendance non interventionniste?

Michael Hughes⁹⁵ a tout à fait raison de dire que, compte tenu de leur thèse sur l'ordre social, les chercheurs d'Annenberg n'ont pas choisi la bonne alternative à la question sur le rôle des États-unis dans le monde. Son réexamen des données d'enquête relatives aux indicateurs d'anomie et de crainte de la violence le conduit à confirmer la prévision (malheureusement incohérente) des chercheurs d'Annenberg sur l'opinion des télévores en matière de politique internationale, à savoir qu'ils sont moins interventionnistes que les non-télévores. Ce constat, s'il est juste, devrait selon nous aviver l'hypothèse explicative suivante: les télévores sont plus réservés sur les questions internationales non pas parce qu'ils regardent abondamment la télévision, mais bien parce qu'ils sont, au départ, dominés par un sentiment d'impuissance et de perte de contrôle sur leur environnement.

Les effets de la télévision sur les opinions politiques des individus ont fait l'objet de deux études de l'école d'Annenberg au début des années 80⁹⁶. L'hypothèse avancée était que les effets de la télévision sur les attitudes politiques ne proviennent pas seulement de ses émissions d'information et d'affaires publiques. L'écoute intensive de tous les autres programmes qu'offre la télévision - avec son contenu de violence, ses stéréotypes et ses représentations déformées des catégories socio-démographiques - inculquerait aux individus une culture politique tout aussi marquée⁹⁷. Comme la télévision (ses dirigeants et ses annonceurs en l'occurrence) vise un très vaste public, généralement des plus hétérogènes, son traitement de la politique a tendance à déranger le moins possible, à

⁹⁵ HUGHES, M. The fruits of cultivation analysis: A re-examination of the effects of television watching on fear of victimization, alienation, and the approval of violence. *Public Opinion Quarterly*, vol. 44, no. 3, 1980, p. 287-302.

⁹⁶ GERBNER, G.; GROSS, L.; MORGAN, M. et SIGNORIELLI, N. Political correlates of television viewing. *Public Opinion Quarterly*, vol. 48, 1984, p. 283-300.
GERBNER, G.; GROSS, L.; MORGAN, M. et SIGNORIELLI, N. Charting the Mainstream: Television's Contributions to Political Orientations. *Journal of Communication*, vol. 32, no. 2, 1982, p. 100-127.

⁹⁷ Il n'y a donc pas dans ce genre d'étude une analyse du contenu politique propre de la télévision qui conduirait à définir la vision de la politique qu'offre la télévision afin de voir si cette vision est plus largement partagée par les télévores que les non télévores. Gerber et al. voient le contenu politique de la télévision dans ses émissions et messages violents.

trouver un équilibre et un juste milieu entre les oppositions partisans et idéologiques affirmées. La télévision, comme le dit l'expression bien connue, est plutôt *middle-of-the-road*.

Conformément à leurs attentes, les chercheurs ont observé que les télévotants, qu'ils soient sympathisants démocrates, républicains ou indépendants, sont aussi *middle-of-the-road*. Ils ont davantage tendance que les non-télévotants à s'autodésigner comme étant de tendance modérée plutôt que libérale ou conservatrice. Toutefois, pour la plupart des enjeux politiques où ils sont interrogés (avortement, mariage interracial, homosexualité, intégration des noirs, légalisation de la marijuana, communisme et liberté de parole), les télévotants défendent en plus grand nombre que les téléspectateurs occasionnels une opinion conservatrice. Ils sont aussi plus nombreux à penser que le gouvernement ne dépense pas assez d'argent dans la lutte contre le crime, la toxicomanie et la défense du pays. Par contre, ils sont moins nombreux que les non-télévotants à croire que le gouvernement dépense trop d'argent pour la santé, l'aide sociale et les noirs.

Conservateurs sur la majorité des problèmes politiques, progressistes sur quelques autres, et modérés quant à l'image qu'ils se font d'eux-mêmes, telles sont les caractéristiques qu'on retrouve plus souvent chez les télévotants que chez les non-télévotants. La télévision, concluent alors Gerbner et ses collaborateurs, est non seulement un média qui inculque une culture politique *middle-of-the-road*, mais de par la nature des attitudes politiques qu'elle produit, elle constitue un média fondamentalement différent des autres médias. Alors que les gros lecteurs de journaux ont tendance à se définir comme conservateurs et que les gros auditeurs de la radio se placent sous la bannière idéologique libérale⁹⁸, les individus qui regardent la télévision plus de quatre heures par jour cherchent leur appartenance politique entre les deux, dans une attitude politique résolument centriste.

"In general, heavy newspaper readers are more likely to say they are conservative, while heavy radio listeners tend to say they are liberal. In any case, these data strengthen our contention that television is fundamentally different from other media⁹⁹." Ces associations entre média consommé et attitude politique sont très audacieuses, car il y a fort à parier que ce n'est pas parce que les individus lisent beaucoup les journaux qu'ils en viennent alors à se désigner comme conservateurs, et que ce n'est pas parce qu'ils écoutent beaucoup la radio qu'ils adhèrent à des positions plus libérales. Comme les gros auditeurs de la radio sont surtout des jeunes, il n'est pas étonnant alors de constater que ces gros auditeurs sont aussi d'obédience libérale. Les plus gros consommateurs de journaux se recrutent aussi parmi ceux qui détiennent des postes de décision: doit-on s'étonner qu'ils aient une opinion plus conservatrice?

Le nombre d'heures consacrées à la télévision ne cultive certainement pas chez les individus une attitude politique déterminée. Pas plus que la radio ne cultive le libéralisme ou que les journaux ne mènent au conservatisme. Encore une fois, l'hypothèse la plus probable à notre sens, celle qui mérite un examen sérieux, est à l'effet que les télévotants se recrutent parmi les citoyens les plus apolitiques, parce qu'ils sont caractérisés en plus grand nombre que les non-télévotants par un sentiment d'impuissance et de perte de contrôle de leur environnement. Quand on n'a pas d'opinions politiques claires et qu'on ne s'intéresse pas à la politique, on a certainement tendance à se définir comme modérés.

Admettons cependant que la télévision développe chez les individus une attitude politique centriste et modérée, voire conservatrice, est-ce à dire que la télévision inculque très précisément la culture

⁹⁸ L'étiquette "libéral" aux États-unis sert à qualifier, on le sait, les individus qui ont une opinion politique plutôt progressiste et qui favorisent l'État providence.

⁹⁹ GERBNER, G.; GROSS, L.; MORGAN, M. et SIGNORIELLI, N. Political correlates of television viewing. *Public Opinion Quarterly*, vol. 48, 1984, p. 293.

politique dont l'ordre établi a besoin pour se reproduire? Dans une conception dynamique de l'ordre social, le changement est souvent vu comme nécessaire dans le maintien de la paix sociale et la régulation des conflits sociaux. Dans une conception statique, sans doute faut-il que la télévision cultive le conservatisme ou le centrisme. La difficulté est de savoir si les chercheurs d'Annenberg ont une conception dynamique ou statique de l'ordre social. Muets sur la question, ils pourront toujours prétendre que leur thèse se vérifie à chaque occasion, pour chaque thème étudié.

CONCLUSION

Hirsch touchait sans doute un point important lorsque, dans son réexamen des données sur les conséquences de la violence télévisée, il se demandait s'il faisait sens d'étudier les effets d'un tel média sur la seule base du nombre d'heures que les individus peuvent y consacrer par jour¹⁰⁰. Les affirmations selon lesquelles: 1- il n'est pas important de connaître les programmes sélectionnés et regardés; 2- qu'ils transmettent tous, au bout du compte, le même message; que les téléspectateurs interprètent les messages suivant leur catégorie démographique; 3- que le contexte d'une scène de violence, la narration qui l'entoure et le genre de programme où elle se trouve est moins important que la dose de violence et sa récurrence; 4- et que c'est le temps consacré à la télévision qui détermine un style de vie et non le contraire, voilà autant de postulats non vérifiés qui s'opposent, en fait, à tout ce que nous apprennent les sciences des communications depuis vingt ans.

Les études de Gerbner et ses collaborateurs ont souvent failli à la tâche de considérer certaines tierces variables fort pertinentes (lieu de résidence, participation à des associations, nombre d'heures de travail par semaine, sentiment d'impuissance, etc.) pour comprendre la corrélation entre le temps consacré à regarder la télévision et les perceptions sociales. Même en supposant qu'il y a là une corrélation exempte de toute surdétermination, qu'il ne s'agit pas d'un pur artefact, leur modèle n'a pas vraiment réussi à écarter toute incertitude sur le sens causal de cette corrélation. Le bon sens et les conclusions des contre-vérifications les plus sérieuses (Hughes, Hirsch, Gunter et Wober, Doob et Macdonald) suggèrent que ce n'est pas la télévision qui inculque des attitudes négatives ou passives, mais que ce sont les individus "démoralisés", impuissants face à leur milieu, craintifs et méfiants qui regardent beaucoup la télévision. Ce type d'individus, au demeurant, se recrutent en proportions variées au sein de toutes les couches sociales et dans toutes les catégories démographiques. Personne n'est à l'abri des risques d'abandon aux sentiments d'impuissance et de perte de contrôle de son environnement. Gerbner et ses collaborateurs découvrent une relation entre ces sentiments et l'appétit vorace pour la télévision, mais ils en tirent la conclusion que les individus développent de telles dispositions par la seule faute de la télévision.

Est-il possible que les chercheurs d'Annenberg aient été dupes aussi longtemps d'un magnifique contre-sens? Plusieurs indices le laissent croire. En tout cas ce n'est pas la première fois que la science tombe dans le panneau, et ce ne sera sans doute pas la dernière. D'aucuns auraient envie de dire qu'après plus de vingt ans de recherche, il est temps de lever l'ambiguïté. Sans doute. Mais force est de constater que la *cultivation analysis* a permis à la jeune science des communications d'exprimer un degré de maturité étonnant. Les contre-vérifications, tentatives de réfutations, critiques théoriques et méthodologiques, sans être abondantes, furent des plus rigoureuses. Lorsqu'on examine l'ensemble de cette littérature, on a peine à échapper au sentiment que l'étude de la violence dans les médias et de leurs conséquences exige certainement une analyse de contenu plus raffinée que celle de Gerbner et une méthode d'observation plus pénétrante, perspicace et solide qu'une simple enquête par sondage conduisant à des corrélations statistiques plutôt faibles.

¹⁰⁰ HIRSCH, P.M. Distinguishing good speculation from bad theory: Rejoinder to Gerbner et al. *Communication Research*, vol. 8, no. 1, 1981, p. 73-95. Paru également dans: WILHOIT, G.C., *Mass Communication Review Yearbook*, vol. 3, Sage, 1982, p. 724.

BIBLIOGRAPHIE

BARRILE, Leo, "Television and attitudes about crime" in R. Surette, *Justice and the Media*, Springfield, C. Thomas, 1984.

BAUMHART, R. *An honest profit*. New York, Holt, Rinehart & Winston, 1986.

BLANK, D.M. The Gerbner violence profile. *Journal of Broadcasting*, vol. 21, no. 3, 1977b, p. 273-279.

BLANK, D.M. Final comments on the violence profile. *Journal of Broadcasting*, vol. 2, no. 3, 1977a, p. 287-296

BOUDON, R., *L'idéologie: l'origine des idées reçues*, Paris, Fayard, 1986.

BOUWMAN, H. Cultivation analysis: The Dutch case. In G. Melischek, K.E. Rosengren, & J. Stappers (Eds.), *Cultural indicators: An international symposium*, 1984, p. 407-422. Vienna: Verlag der Osterreichischen Akademie der Wissenschaften.

BOUWMAN, H. et STAPPERS, J. The Dutch violence profile: A replication of Gerbner's message system analysis. In G. Melischek, K.E. Rosengren, & J. Stappers (Eds.) *Cultural indicators: An international symposium*, 1984, p. 113-128, Vienna: Verlag der Osterreichischen Akademie der Wissenschaften.

BRAYANT, J.; CARVETH, R. et BROWN. D. Television Viewing and Anxiety: An Experimental Examination. *Journal of Communication*, vol. 31, no. 1, 1981, p. 106-119.

BRENNER, S.N. et MOLANDER, E.A. Is the ethics of business changing? *Harvard Business Review*, janvier-février, 1977, p. 57-71.

CARLSON, J.M. Crime Show Viewing by Pre-Adults: The Impact on Attitudes toward Civil Liberties. *Communication Research*, vol. 10, no. 4, 1983, p. 529-552.

CODOL, J.P. On the so-called superior conformity of the self behavior. Twenty experimental investigations. *European Journal of Social Psychology*, vol. 5, 1976, p. 457-501.

CUSSON, M., *Délinquants pourquoi?*, Montréal, Bibliothèque québécoise, 1989.

DOBROW, J.R., Patterns of Viewing and VCR Use: Implications for Cultivation Analysis, dans M. Morgan et N. Signorielli, *Cultivation analysis*, London, Sage, 1990, p. 71-83.

DOOB, A.N., et MACDONALD, G.E., The News Media and Perception of Violence. *Report of the Royal Commission on Violence in the Communications Industry*, vol. 5, *Learning from the Media*. Toronto, 1977, p. 171-226.

DOOB, A.N., et MACDONALD, G.E., Television Viewing and Fear of Victimization: Is the Relationship Causal? *Journal of Personality and Social Psychology*, vol. 37, no. 2, 1979, p. 170-179.

GERBNER, G. Press Perspectives in World Communications: A Pilot Study. *Journalism Quarterly*, vol. 8, no. 2, 1961, p. 313-322.

GERBNER, G. Dimensions of Violence in Television Drama. Dans Robert K. Baker et Sandra J. Ball (dirs publ.). *Mass Media and Violence*, vol. 9. Washington, D.C., U.S. Government Printing Office, 1969a, p. 311-340.

GERBNER, G. The Film Hero: A Cross-Cultural Study. *Journalism Monographs*, no. 13, 1969b.
Gerbner, G. Cultural Indicators: The Case of Violence in Television Drama. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, vol. 388, 1970.

GERBNER, G. The Structure and Process of Television Program Content Regulation in the United States. Dans George A. Comstock et Eli A. Rubinstein (dirs publ.). *Television and Social Behavior, Media Content and Control*. Printing Office, vol. 1, 1972, p. 386-414.

GERBNER, G. Violence in Television Drama: Trends and Symbolic Functions. Dans George A. Comstock et Eli A. Rubinstein (dirs publ.). *Television and Social Behavior, vol. 1, Media Content and Control*, Washington, D.C., U.S. Government Printing Office, 1972, p. 28-187.

GERBNER, G. Scenario for Violence. *Human Behavior*, octobre, p. 91-96. Et dans Robert Atwin, Barry Orton, et William Verterman (dirs publ.). *American Mass Media: Industry and Issues*, New York, Random House, 1975, p. 102-107.

GERBNER, G. The Real Threat of Television Violence. Dans Judy Fireman (dir. publ.). *TV Book: The Ultimate Television Book*. New York, Workman Publishing Company, 1977, p. 358-359.

GERBNER, G. Death in Prime Time: Notes on the Symbolic Functions of Dying in the Mass Media. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, vol. 447, 1980, p. 64-70.

GERBNER, G., *Violence et terreur dans les médias*, Paris, UNESCO, no 102, 1989.

GERBNER, G., Advancing on the Path of Righteousness (Maybe), dans M. Morgan et N. Signorielli. *Cultivation analysis*, London, Sage, 1990, p. 249-262.

GERBNER, G. et GROSS. L. Living With Television: The Violence Profile. *Journal of Communication*, vol. 26, no. 2, 1976, p. 173-199.

GERBNER, G. et GROSS. L. The Scary World of TV's Heavy Viewer. *Psychology Today*, vol. 9, no. 11, 1976, p. 41-45.

GERBNER, G. et GROSS. L. The Violent Face of Television and its Lessons. Dans Edward L. Palmer and Aimee Dorr (dirs publ.). *Children and the Faces of Television: Teaching, Violence, and Selling*. New York, 1981, p. 149-162.

GERBNER, G.; GROSS. L.; ELLEY, M.F.; JACKSON-BEECK. M.; JEFFRIES-FOX, S. et SIGNORIELLI, N. TV Violence Profile no. 8: The Highlights. *Journal of Communication*, vol. 27, no. 2, 1977, p. 171-180.

GERBNER, G.; GROSS. L.; JACKSON-BEECK, M.; JEFFRIES-FOX, S. et SIGNORIELLI, N. Cultural Indicators: Violence Profile no. 9, *Journal of Communication*, vol. 28, no. 3, 1978, p. 176-207.

GERBNER, G.; GROSS. L.; MORGAN, M.; SIGNORIELLI, N.; JACKSON-BEECK, M. The Demonstration of Power: violence Profile no. 10. *Journal of Communication*, vol. 29, no. 3, 1979, p. 177-196.

GERBNER, G.; GROSS. L.; MORGAN, M. et SIGNORIELLI, N. The "Mainstreaming" of America: Violence Profile no. 11. *Journal of Communication*, vol. 30, no. 3, 1980, p. 10-29.

GERBNER, G.; GROSS. L.; MORGAN, M. et SIGNORIELLI, N. *Television's Mean World: Violence Profile no. 14-15*. The Annenberg School of Communications, Université de Pennsylvanie, 1986.

GERBNER, G.; GROSS. L.; ELEEY, M.; JACKSON-BEECK. M.; JEFFRIES-FOX, S. et SIGNORIELLI, N. The Gerbner violence profile - An analysis of the CBS report. *Journal of Broadcasting*, vol. 21, no. 3, 1977, p. 280-286.

GERBNER, G.; GROSS. L.; ELEEY, M.; JACKSON-BEECK. M.; JEFFRIES-FOX, S. et SIGNORIELLI, N. One more time: An analysis of the CBS 'Final comments on the violence profile.' *Journal of Broadcasting*, vol. 21, no. 3, 1977, p. 297-303.

GERBNER, G.; GROSS. L.; MORGAN, M. et SIGNORIELLI, N. On Wober's "Televised violence and paranoid perception: The view from Great Britain." *Public Opinion Quarterly*, vol. 43, no. 1, 1979, p. 123-124.

GERBNER, G.; GROSS. L.; MORGAN, M. et SIGNORIELLI, N. A curious journey into the scary world of Paul Hirsch. *Communication Research*, vol. 8, no. 1, 1981, p. 39-72. Paru également dans: WILHOIT, G.C., *Mass Communication Review Yearbook*, vol. 3, Sage, 1982, p. 675-707.

GERBNER, G.; GROSS. L.; MORGAN, M. et SIGNORIELLI, N. On the limits of 'The limits of advocacy research': Response to Hirsch. *Public Opinion Quarterly*, vol. 45, no. 1, 1981, p. 116-118. Paru également dans: WILHOIT, G.C., *Mass Communication Review Yearbook*, vol. 3, Sage, 1982, p. 733-753.

GERBNER, G.; GROSS. L.; MORGAN, M. et SIGNORIELLI, N. Scientists on the TV screen *Society*, May/June, 1981, p. 41-44.

GERBNER, G.; GROSS. L.; MORGAN, M. et SIGNORIELLI, N. Political correlates of television viewing. *Public Opinion Quarterly*, vol. 48, 1984, p. 283-300.

GERBNER, G.; GROSS. L.; MORGAN, M. et SIGNORIELLI, N. Charting the Mainstream: Television's Contributions to Political Orientations. *Journal of Communication*, vol. 32, no. 2, 1982, p. 100-127.

GERBNER, G.; GROSS. L.; MORGAN, M. et SIGNORIELLI, N. *Gratuitous Violence and Exploitive Sex: What Are the Lessons?* Phila, P.A., The Annenberg School of Communications, 1984.

GERBNER, G.; GROSS. L.; MORGAN, M. et SIGNORIELLI, N. Living with Television: The Dynamics of the Cultivation Process. Dans Jennings Bryant et Dolf Zillman (dirs publ.). *Perspectives on Media Effects*. New Jersey, Lawrence Erlbaum Assoc., Inc., 1986, p. 17-40.

GERBNER, G.; GROSS. L.; MORGAN, M. et SIGNORIELLI, N. Television Violence, Victimization, and Power. *American Behavioral Scientist*, vol. 23, no. 5, 1980, p. 705-716.

GERBNER, G.; MORGAN, M. et SIGNORIELLI, N. Programming health portrayals: What viewers see, say and do. In D. Pearl, L. Bouthilet, & J. Lazar (Eds.), *Television and behavior. Ten years of scientific progress and implications for the 80's. Volume II, Technical reviews*, 1982, p. 291-307. Rockville, MD: National Institute of Mental Health.

GROSS, L., & JEFFRIES-FOX, S., What do you want to be when you grow up, little girl? In G. Tuchman, A.K. Daniels, & J. Benet (Eds), *Hearth and home: Images of women in the mass media*, 1978, p. 240-265. New York: Oxford University Press.

GUNTER, B. Measuring Television Violence: A Review and Suggestions for a New Analytical Perspective. *Current Psychological Review*, vol. 1, 1981, p. 91-112.

GUNTER, B. *Dimensions of Television Violence*. New York, St Martin's Press, 1984.

GUNTER, B. *Television and the fear of crime*. London: Libbey, 1987.

GUNTER, B. et FURNHAM, A. Personality and the Perception of TV Violence. *Journal of Personality and Individual Differences*, vol. 4, no. 3, 1983, p. 315-321.

GUNTER, B. et WOBER, M. Television Viewing and Public Trust. *British Journal of Social Psychology*, vol. 22, 1983, p. 174-176.

GUNTER B. et WOBER, J.M. *Violence on television: What the viewers think*. London: Libbey, 1988.

HALLORAN, J.D. Studying Violence and the Mass Media: A Sociological Approach. Dans Charles Winick (dir. publ.). *Deviance and Mass Media*, Beverly Hills, C.A., Sage, 1978, p. 287-305.

HANEY, C. et MANZOLATI, J. Television Criminology: Network Illusions of Criminal Justice Realities. Dans Elliot Aronson (dir. publ.). *Readings About the Social Animal*. San Francisco, W.H. Freeman, 1980.

HAWKINS, R.P., et PINGREE, S. Television's Influence on Social Reality. Dans D. Pearl, L. Bouthilet, & J. Lazar (Eds.), *Television and behavior. Ten years of scientific progress and implications for the 80's. Volume II, Technical reviews*, 1982, Rockville, MD: National Institute of Mental Health, p. 224-247.

HAWKINS, R.P., et PINGREE, S. Divergent Psychological Processes in Constructing Social Reality from Mass Media Content, dans M. Morgan et N. Signorielli, *Cultivation analysis*, London, Sage, 1990, p. 35-50.

HEDINSSON, E. et WINDAHL, S. Cultivation analysis: A Swedish illustration. In G. Melischek, K.E. Rosengren, & J. Stappers (Eds.), *Cultural indicators: An international symposium*, 1984, p. 389-406, Vienna: Verlag der Osterreichischen Akademie der Wissenschaften.

HIRSCH, P.M. The 'scary world' of the nonviewer and other anomalies: A reanalysis of Gerbner et al.'s findings of cultivation analysis, part I. *Communication Research*, 7(4), 1980, p. 403-456. Paru également dans: WILHOIT, G.C., *Mass Communication Review Yearbook*, vol. 2, Sage, 1981, p. 529-581.

HIRSCH, P.M. On Hughes' contribution: The limits of advocacy research. *Public Opinion Quarterly*, vol. 44, no. 3, 1980, p. 411-413.

HIRSCH, P.M. On not learning from one's own mistakes: A reanalysis of Gerbner et al.'s findings on cultivation analysis, part II. *Communication Research*, vol. 8, no. 1, 1981, p. 3-37. Paru également dans: WILHOIT, G.C., *Mass Communication Review Yearbook*, vol. 3, Sage, 1982, p. 639-673.

HIRSCH, P.M. Distinguishing good speculation from bad theory: Rejoinder to Gerbner et al. *Communication Research*, vol. 8, no. 1, 1981, p. 73-95. Paru également dans: WILHOIT, G.C., *Mass Communication Review Yearbook*, vol. 3, Sage, 1982, p. 709-731.

HUGHES, M. The fruits of cultivation analysis: A re-examination of the effects of television watching on fear of victimization, alienation, and the approval of violence. *Public Opinion Quarterly*, vol. 44, no. 3, 1980, p. 287-302.

KANG, J.G. & MORGAN, M. Culture clash: U.S. television programs in Korea. *Journalism Quarterly*, vol. 65, no. 2, 1988, p. 431-438.

LOVIBOND, S.H., The Effect of Media Stressing Crime and Violence upon Children's Attitudes, Social Problems, vol. 15, no.1, 1967, p. 91-100.

MESSICK, D.M.; BLOOM, S.; BOLDIZAR, J.P. et SAMUELSON, C.D. Why we are fairer than others. *Journal of Experimental Social Psychology*, vol. 21, 1985, p. 480-500.

MORGAN, M. Television and adolescent's sex-role stereotypes: A longitudinal study. *Journal of Personality and Social Psychology*, 43(5), 1982, p. 947-955.

MORGAN, M. Symbolic victimization and real world fear. *Human Communication Research*, vol. 9, 1983, p. 146-157.

MORGAN, M. Television, sex role attitudes, and sex role behavior. *Journal of Early Adolescence*, vol. 7, no. 3, 1987, p. 269-282.

MORGAN, M. et GROSS, L. Television and educational achievement and aspiration. In D. Pearl, L. Bouthilet, & J. Lazar (Eds.), *Television and behavior: Ten years of scientific progress and implications for the 80's*, Volume II, *Technical reviews*, 1982, p. 78-90. Rockville, MD: National Institute of Mental Health.

MORGAN, M. et ROTHSCHILD, N. Impact of the new television technology: Cable TV, peers, and sex-role cultivation in the electronic environment. *Youth and Society*, vol. 15, 1983, p. 33-50.

MORGAN, M. et N. SIGNORIELLI, Cultivation analysis: conceptualization and methodology, dans M. Morgan et N. Signorielli, *Cultivation analysis*, London, Sage, 1990, p. 13-34.

MORGAN, M. et N. SIGNORIELLI, *Cultivation analysis*, London, Sage, 1990.

MORGAN, M., International Cultivation analysis, dans M. Morgan et N. Signorielli, *Cultivation analysis*, London, Sage, 1990, p. 225-247.

NEWCOMB, H., Assessing the violence profile studies of Gerbner and Gross: a Humanistic critique and suggestion, dans G.C. Wilhoit (ed.), *Mass Communication Review Yearbook*, vol. 1, Sage, 1980, p. 451-469. Article paru la première fois dans *Communication Research*, vol. 5, no 3, 1978, p. 264-282.

NISBETT, R.E. et ROSS, L. (1980) *Human inference: Strategies and shortcomings of social judgment*. Englewood Cliffs, N.J., Prentice-Hall.

NISBETT, R.E. et SCHACHTER, S. Cognitive Manipulation of pain. *Journal of Experimental Social Psychology*, vol. 2, 1986, p. 227-236.

O'GORMAN, H.J. et GARRY, S.L. Pluralistic ignorance - a replication and extension. *Public Opinion Quarterly*, vol. 40, 1976, p. 449-458.

PERLOFF, L.S. Social comparison and illusions of invulnerability in C.R. Snyder et C.R. Fort (dir.). *Coping with negative life events: Clinical and social psychological perspectives*. New York, Plenum, 1987.

PIEPE, A.J., CROUCH, J., & EMERSON, M., Violence and Television, *New Society*, vol. 41 septembre 1977, p. 536-538.

PIEPE, A.J.; CHARLTON, P.; BROWN, F.; MOREY, J. & YERRELL, P. (in press). Political mainstreaming in England: Hegemony or pluralism. *Journal of Communication*.

PINGREE, S. et HAWKINS, R. U.S. programs on Australian television: The cultivation effect. *Journal of Communication*, 1981, vol. 31, no. 1, p. 97-105.

REIMER, B., et ROSENGREN, K.E., Cultivated Viewers and Readers: A Life Style Perspective, dans M. Morgan et N. Signorielli, *Cultivation analysis*, London, Sage, 1990, p. 181-206.

RESEARCH and FORECASTS. *The Figgie Report on Crime: America Afraid*. Willoughby, Ohio: A-T-O, Inc., 1980.

SCHLENKER, B.R. Introduction: Foundations of the self in social life. In B.R. Schlenker (dir.). *The self and social life*. New York, McGraw-Hill, 1985.

SCHLENKER, B.R. Self-identification: Toward an integration of the private and public self. In R. Baumeister (dir.). *Public self and private self*. New York, Springer-Verlag, 1986.

SCHLENKER, B.R. et LEARY, M.R. Audiences' reactions to self-enhancing, self-denigrating, and accurate self-presentations. *Journal of Experimental Social Psychology*, vol. 18, 1982a, p. 89-104.

SCHLENKER, B.R. et MILLER, R.S. Egocentrism in groups: Self-serving biases or logical information processing? *Journal of Personality and Social Psychology*, vol. 35, 1977b, p. 755-764.

SIEGAL, A.A. The Effects of Media Violence on Social Learning. Dans Robert K. Baker et Sandra J. Ball, *Mass Media and Violence*, vol. 9, Washington, D.C., U.S. Government Printing Office, 1969, p. 261-283.

SIGNORIELLI, N., Television's Mean and Dangerous World, dans M. Morgan et N. Signorielli, *Cultivation analysis*, London, Sage, 1990, p. 85-106.

STROMAN, C.A. et SELTZER, R. Media Use and Perceptions of Crime. *Journalism Quarterly*, vol. 62, no. 2, 1985, p. 340-345.

SVENSON, O. Are we all less risky and more skillful than our fellow drivers? *Acta Psychologica*, vol. 47, 1981, p. 143-148.

TAMBORINI, R., et CHOI, J., The Role of Cultural Diversity in Cultivation Research, dans M. Morgan et N. Signorielli, *Cultivation analysis*, London, Sage, 1990, p. 157-180.

TAN, A.S.; TAN, G.K.; et TAN, A.S. American television in the Philippines: A test of cultural impact. *Journalism Quarterly*, 1987, vol. 63., no. 3, p. 537-541.

TUCHMAN, G., DANIELS, A.K., & J. BENET (dir.), *Hearth and Home: Images of Women in the Mass Media*, New-York, Oxford University Press, 1978.

WEIMANN, G. Images of life in America: The impact of American T.V. in Israel. *International Journal of Intercultural Relations*, 1984, vol. 8, p. 185-197.

WEINSTEIN, M.D. Unrealistic optimism about future life events. *Journal of Personality and Social Psychology*, vol. 39, 1980, p. 806-820.

WEINSTEIN, M.D. Unrealistic optimism about susceptibility to health problems. *Journal of Behavioral Medicine*, vol. 5, 1982, p. 441-460.

WOBER, J.M. Televised Violence and Paranoid Perception: The View from Great Britain. *Public Opinion Quarterly*, vol. 42, 1978, p. 315-321.

WOBER, J.M. Televised violence and viewers' perceptions of reality: A reply to criticisms of some British research. *Public Opinion Quarterly*, 1979, vol. 43, no. 2, p. 271-273.

WOBER, J.M. Prophecy and prophylaxis: Predicted harms and their absence in a regulated television system. In G. Melischek, K.E. Rosengren, & J. Stappers (Eds.), *Cultural indicators: An international symposium*, 1984, p. 423-440. Vienna: Verlag der Osterreichischen Akademie der Wissenschaften.

WOBER, J.M. The lens of television and the prism of personality. In J. Bryant & D. Zillmann (Eds.), *Perspectives on media effects*, 1986, p. 205-301. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.

WOBER, J.M. *The use and abuse of television: A social psychological analysis of the changing screen*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum, 1988a.

WOBER, J.M. et GUNTER, Barrie. Television and Personal Threat: Fact or Artifact? A British Survey. *British Journal of Social Psychology*, vol. 21, 1982, p. 239-247.

WOBER, J.M. et GUNTER, B. *Television and social control*. Farnborough: Gower, 1988.

WOBER, J.M. Does Television Cultivate the British? Late 80s Evidence, dans M. Morgan et N. Signorielli, *Cultivation analysis*, London, Sage, 1990, p. 207-223.

WYLIE, R.C. The self-concept: *Theory and research on selected topics*. Lincoln, Neb., University of Nebraska Press, vol. 2, 1979.

ZILLMANN, D. et WAKSHLAG, J. Fear of Victimization and the Appeal of Crime Drama. Dans Dolf Zillman et Jennings Bryant (dirs publ.). *Selective Exposure to Communication*. Hillsdale, New Jersey, Erlbaum, 1985.

DONNÉES BIBLIOGRAPHIQUES

Violence et effet d'incubation de la télévision : la thèse de la *cultivation analysis* / par André Gosselin. – Québec : Université Laval, Département d'information et de communication, 1993. – 69 p. ; graph. ; 30 cm. – (Les Études de communication publique, ISSN 1183-5079 ; cahier no 6). – ISBN 2-921383-05-5 : 20,00 \$ (institutions), 10,00 \$ (individus).

AUTEUR

André Gosselin
Université Laval, Département d'information et de communication
Québec, G1K 7P4

RÉSUMÉ

Depuis près de 25 ans maintenant, George Gerbner et son équipe du *Annenberg School of Communications* travaillent à la mise en place d'une théorie sur la télévision et ses effets mieux connue sous le nom de *cultivation analysis*. En un quart de siècle, ils ont amassé, traité et interprété une masse impressionnante de données - provenant essentiellement d'analyses de contenu de la télévision américaine et d'enquêtes par sondage - afin de déterminer l'impact de ce média sur les Américains, leurs croyances, leurs perceptions du monde extérieur et leurs attitudes. L'auteur propose de faire le point sur la théorie de l'incubation culturelle en considérant huit aspects: 1- la critique des travaux classiques sur les effets des mass médias que formulent les tenants de la *cultivation analysis* pour fonder leur propre démarche; 2- la conception qu'ils se font de la télévision, de son rôle, sa fonction et son influence sur les individus comme sur les institutions; 3- la méthodologie et les dispositifs d'observation qu'ils ont créés pour tester leurs intuitions théoriques; 4- les résultats de leurs enquêtes, notamment au sujet de la violence télévisuelle et de son impact, et subsidiairement au sujet des stéréotypes et de la politique; 5- les principaux éléments du débat et de la controverse autour de la théorie, sa méthode et le réexamen de certaines données; 6- les conclusions des études réalisées en dehors des États-unis mais inspirées par l'approche de l'incubation culturelle; 7- les questions et les problèmes périphériques sur lesquels plusieurs chercheurs travaillent pour comprendre, entre autres, le processus psychologique et les mécanismes cognitifs sous-jacents à l'effet d'incubation culturelle supposé de la télévision, les types de croyances et de catégories sociales qui sont principalement concernés, les circonstances et les conditions d'un effet en profondeur du média télévisuel; 8- enfin, critique est faite de la thèse de Gerbner et son équipe à l'effet que la télévision a pour fonction première de reproduire l'ordre social existant.

MOTS-CLÉS

MEDIA; TELEVISION; VIOLENCE; TELESPECTATEUR; CULTURE; SONDAGE; ANALYSE DE CONTENU; GERBNER GEORGE.

Cahier no 1

La presse régionale gratuite: portrait d'un média et état de la situation au Québec
par Alain Lavigne (33 p.)

ISBN 2-921383-00-4: 15,00 \$ (institutions), 7,50 \$ (individus)

Cahier no 2

Les bases de données au Québec: éléments d'économie et de politique/ par Jean de Bonville (67 p.)

ISBN 2-921383-01-2: 15,00 \$ (institutions), 7,50 \$ (individus)

Cahier no 3

Communication publique et gestion de l'image dans le secteur de l'enseignement collégial/ par Linda Chartrand-Godbout (34 p.)

ISBN 2-921383-02-0: 15,00 \$ (institutions), 7,50 \$ (individus)

Cahier no 4

L'affaire Leclerc: une analyse de contenu des énoncés évaluatifs/ par Madeleine Côté (41 p.)

ISBN 2-921383-03-9: 15,00 \$ (institutions), 7,50 \$ (individus)

Cahier no 5

L'argumentation interprétative du quotidien Le Devoir sur la crise d'Octobre 70/ par Gilles Gauthier (25 p.)

ISBN 2-921383-04-7: 15,00 \$ (institutions), 7,50 \$ (individus)

Cahier no 6

Violence et effet d'incubation de la télévision : la thèse de la cultivation analysis/ par André Gosselin (69 p.)

ISBN 2-921383-05-5: 20,00 \$ (institutions), 10,00 \$ (individus)