



HAL
open science

Éléments pour une socio-histoire des critiques faites aux écrans

Michaël Bourgatte

► **To cite this version:**

Michaël Bourgatte. Éléments pour une socio-histoire des critiques faites aux écrans. Editions du Croquant. Les dossiers de l'écran. Controverses, paniques morales et usages éducatifs des écrans, , pp.21-38, 2020, 2365122574. hal-03943598

HAL Id: hal-03943598

<https://hal.science/hal-03943598>

Submitted on 31 Mar 2023

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Éléments pour une socio-histoire des critiques faites aux écrans

Michael Bourgatte¹

Très pragmatiquement, un écran est d'abord une surface sur laquelle des images peuvent être projetées (du texte, des photos, des représentations graphiques, des contenus audiovisuels), lesquelles images permettent à celui qui les regarde de se divertir ou encore d'accéder à des connaissances. Historiquement, les premiers écrans ont été ceux du cinéma. Or, le film de cinéma, dès son origine, a été suspecté d'avoir le pouvoir d'affecter les comportements négativement. Les critiques les plus récurrentes ont porté sur l'abêtissement que provoqueraient certaines images, leur caractère aliénant ou même leur capacité à transformer le spectateur en individu déviant. Ces discours qui ont la peau dure, ont pris une ampleur plus grande encore vis-à-vis de la télévision. L'écran, il faut le souligner, n'était pas conceptualisé en tant que tel tant que n'existait que l'écran de cinéma. Il devient un enjeu de société avec l'introduction des écrans de télévision dans les foyers, accusés de manque de vertu (shows spectaculaires, émissions sensationnalistes, abondance des programmes publicitaires). Une critique largement reconduite avec la démultiplication du nombre des écrans en contexte numérique et leur invasion de l'espace public (écrans d'ordinateur, de tablette, de smartphone, mais aussi écrans d'information ou écrans publicitaires).

Les critiques qui sont adressées aux écrans peuvent avoir un caractère élitiste ou légitimiste, conservateur ou, au contraire, progressiste. Elles prolongent des formes de défiance dont les origines peuvent être tracées jusqu'à la mise en circulation des livres imprimés et la montée en puissance des pratiques de lecture au 18^e siècle. L'historien Roger Chartier nous rapporte ainsi que d'aucuns s'inquiétaient alors de ce danger que pouvait constituer le livre : trouble « pour l'ordre politique » ou « dérèglement de l'imagination et des sens »².

Sans prétendre ici à l'exhaustivité, on mentionnera à ce propos au moins un mouvement littéraire, le romantisme, au sein duquel les auteurs explorent leurs états d'âme, exaltent le fantastique et le mystère, l'évasion et le rêve, le cauchemardesque et l'épouvante. Une partie du public souligne très vite le caractère néfaste de ces explorations. « Œuvres morbides, créateurs fous, poètes maudits et disparus précocement, jeunes idéalistes consumés par la phthisie », la lecture des textes composant le mouvement romantique est considérée comme pathogène, les livres eux-mêmes étant considérés comme des médiums de contagion³. L'idée qu'il faut s'en méfier se répand. Sans doute l'épisode le plus célèbre est-il celui des *Souffrances du jeune Werther* de Goethe, publié en 1774, qui raconte le suicide d'un jeune homme à la suite d'amours déçus. A la suite de sa parution, la rumeur se répand qu'une vague de suicides a été enregistrée, liée à sa lecture, ce qui a conduit l'Église et les autorités de plusieurs pays à condamner puis interdire le livre⁴. Cette corrélation entre les souffrances du héros de cette fiction romanesque et les souffrances empathiques des lecteurs n'a cependant jamais été avérée. Cette idée est remise au goût du jour dans les années 1970 et 1980 par le sociologue David P. Phillips dont les recherches, controversées, visent à établir une relation entre la médiatisation de suicides et l'augmentation statistique du nombre

¹ Maître de conférences à l'Institut Catholique de Paris.

² R. Chartier, (dir.), *Histoires de la lecture : un bilan des recherches : actes du colloque des 29 et 30 janvier 1993*, Paris, IMEC, 1995, p. 275.

³ V. Feuillebois, « Victimes du livre » ? Dangers et vertus de la lecture empathique chez Jane Austen, Pouchkine et Balzac. *Romantisme*, n° 174(4), 101-110, 2016.

⁴ D. P. Phillips, "The Influence of Suggestion on Suicide: Substantive and Theoretical Implications of the Werther Effect". *American Sociological Review*, 39(3), 340-354, 1974.

de suicides au sein de la population⁵. Il nomme ce phénomène « effet Werther » en référence à l'affaire qui colle à la peau du roman de Goethe.

Et en effet, s'ils peuvent sans doute avoir des effets négatifs sur leurs consommateurs, le livre comme le film sont sans doute également de puissants vecteurs d'acquisition de connaissances et de sociabilité, des catalyseurs d'émotions, mais aussi peut-être des vecteurs d'action. Dans une conférence de 1934, Marcel Mauss évoque en creux la place du cinéma en tant que véhicule, permettant la circulation de comportements sociaux : « *Une sorte de révélation me vint à l'hôpital. J'étais malade à New York. Je me demandais où j'avais déjà vu des demoiselles marchant comme mes infirmières. J'avais le temps d'y réfléchir. Je trouvais enfin que c'était au cinéma. Revenu en France, je remarquais, surtout à Paris, la fréquence de cette démarche ; les jeunes filles étaient françaises et elles marchaient aussi de cette façon. En fait, les modes de marche américaine, grâce au cinéma, arrivaient chez nous* »⁶. Qu'en est-il alors plus spécifiquement du « pouvoir des écrans » et notamment de leurs effets néfastes ?

Dans ce chapitre, je reviendrai sur trois critiques faites aux écrans, et trois pouvoirs néfastes qui leurs sont prêtés : abêtissement, aliénation et déviance. J'essaierai de définir d'où ces lignes critiques proviennent et comment elles se structurent. J'insisterai également sur la porosité qui existe entre ces critiques ainsi que sur leur pérennité, puisque d'un rapport de défiance vis-à-vis du cinéma et de la télévision, on est passé imperceptiblement à un rapport de défiance vis-à-vis des écrans numériques, reposant en grande partie sur les mêmes ressorts.

Première critique : l'abêtissement

Passer son temps devant un écran rendrait tout simplement stupide, comme dans le film *Idiocracy* (Judge, 2007) qui dépeint une société futuriste composée d'imbéciles, où le héros venant du passé découvre avec consternation un peuple avachi dans son fauteuil, collectivement fasciné par un programme télévisé inepte sobrement intitulé *Oh my Balls*. Cette critique, consistant à affirmer que les images projetées par les écrans sont bêtes ou rendent bêtes, a été particulièrement vive dans les mondes intellectuels occidentaux au sortir de la seconde guerre mondiale. Les contenus rencontrant un écho massif sont alors condamnés précisément parce qu'ils cherchent à être diffusés selon les règles de la société de consommation. Ils appliquent – disent leurs détracteurs – des principes de conception et de diffusion qui ne visent pas une élévation intellectuelle des audiences. Au contraire, ils sont qualitativement faibles et reposent sur un modèle de nivellement par le bas dont l'objectif est d'attirer à peu de frais l'attention des foules⁷.

Mais la source de ce type de critique, qui semble émerger dans un contexte de tensions sociale et théorique fort (culture Beat, Mai 68, Nouveaux Mouvements Sociaux, mais également théorie critique de l'école de Francfort ou *French Theory* influencées par le marxisme) est encore plus ancienne. Sa naissance est en fait quasi concomitante à celle du cinéma. Durant les premières années de son existence, le cinéma est considéré comme une forme nouvelle de spectacle forain. Le public, désireux de découvrir cette nouvelle prouesse technologique, se presse dans les arrière-salles de cafés pour s'adonner aux plaisirs visuels offerts par ce dispositif. La socialisation particulière qu'il produit cimente les publics qui s'étonnent ou s'émeuvent pour la première fois face à un écran.

⁵ C'est, à la fois, la méthodologie et le traitement des données statistiques qui sont critiqués : D. P. Phillips, D. J. Faight, K. Lesyna, K., *Assessment and Prediction of Suicide: Suicide and the media*. New York, Guilford Press, 1992.

⁶ M. Mauss, *Les techniques du corps*, 1934, p. 7. Disponible en ligne : http://classiques.uqac.ca/classiques/mauss_marcel/socio_et_anthropo/6_Techniques_corps/techniques_corps_tdm.html.

⁷ T. W. Adorno, T. W., *Théorie esthétique*. Paris : Klincksieck, 1970.

Face à ce succès, des lieux exclusivement consacrés à sa diffusion commencent alors à ouvrir : ce sont les salles de cinéma. Un souvenir rapporté par le théoricien de l'art Erwin Panofsky lors d'une conférence donnée à New York en 1936 évoque cette période. Sur un ton bon enfant, Panofsky se remémore une salle de cinéma berlinoise de sa jeunesse qui portait le nom de « Meeting room » ou *lieu de rencontre*⁸. Une salle où se côtoyaient les classes laborieuses pour un moment de détente et de jeunes gens en quête d'aventures amoureuses. Cette salle, nous dit-il, était un de ces lieux dévolus à la projection de petits films scénarisés qui n'avaient pour autre ambition que la saisie du mouvement. En suivant Panofsky, on imagine que le grand public des premiers temps pratiquait le cinéma sur le mode de l'échappée sociale et non de l'élévation intellectuelle. Les gens venaient voir quelque chose de surprenant ou d'inhabituel, qui exhume des émotions enfouies par la pénibilité du travail. Ils venaient partager un instant avec leur famille, leurs amis, leur compagnon ou leur compagne (puisque c'est bien là l'une des fonctions des salles obscures).

En ce début de XXe siècle, des personnalités du monde intellectuel français comme Louis Delluc, Germaine Dulac ou Marcel L'Herbier conçoivent justement ce caractère récréatif, et abêtissant, de cette nouvelle occupation obsédée par le mouvement des images. Mais en même temps, ils perçoivent le film comme ayant un potentiel puissant d'expression à la fois esthétique et politique⁹. Ils se lancent donc dans la réalisation, en portant davantage attention aux contenus, en travaillant leurs scénarios et leurs mises en scène. Des films qui vont s'attirer les sympathies d'un « *public bourgeois et cultivé, si longtemps hostile au cinéma, et qui a le plus souvent jusqu'ici fréquenté les théâtres* »¹⁰. Opposée aux méthodes de production, de distribution et d'exploitation des films commerciaux qui méprisent le spectateur « *traité comme un cheval de fiacre, qui va où on le mène* »¹¹, la société de production et de distribution du *Film d'Art* affirme d'emblée son soutien à un cinéma exigeant. Des cinéastes qui emmènent « *leur art là où ils le veulent* » écrivait Louis Delluc, par ailleurs critique de cinéma dans la revue *Le film* en 1918¹².

C'est après la Première Guerre mondiale que ce mouvement va commencer à véritablement se structurer autour de personnalités issues de courants artistiques comme Dada ou les Surréalistes (André Breton, Jean Cocteau, Max Ernst, etc.), l'expressionnisme allemand avec des films comme *Métropolis* de Fritz Lang (1927) ou *Nosferatu* de Wilhelm Murnau (1922) et le cinéma français de Jean Renoir et Marcel Carné. C'est d'ailleurs en 1919 que le critique Ricciotto Canudo parlera pour la première fois de « septième art » pour évoquer le cinéma (après l'architecture, la musique, la peinture, la sculpture, la poésie et la danse).

Le cinéma d'avant-garde entre en guerre avec une production seulement préoccupée par la captation du mouvement, utilisant des ellipses narratives, un langage poétique, des représentations crues ou politisées de la réalité. Des sujets souvent bannis par la frange commerciale du cinéma. La représentation des ouvriers aliénés dans *Metropolis* (Lang, 1927), le pouvoir figuratif du danger et de la perversité dans *Le cabinet du docteur Caligari* (Wiene, 1920) ou la violence et la sexualité des gestes dans *Un chien andalou* (Buñuel, 1928) sont autant d'emblèmes de ce mouvement.

⁸ E. Panofsky, « Style and Medium in the Motion Pictures ». In Lavin I. *Three Essays on Style*. Cambridge : Mass. p. 93-94, 1936 (« Je me souviens personnellement que, vers 1905, pour toute la ville de Berlin, il n'existait qu'un unique et obscur *Kino* à la réputation vaguement douteuse et qui, pour une insondable raison, portait un nom anglais : "*The Meeting Room*" ». Ce souvenir est celui d'un enfant curieux, d'un âge déjà avancé : Erwin Panofsky, né en 1892, a en effet 13 ans en 1905).

⁹ G. Bazin, *Histoire de l'avant-garde en peinture du XIIIe au XXe siècle*, Paris, Hachette, 1969 ; H. Langlois, « L'avant-garde française », *Les Cahiers du cinéma*, (202), 8-19, 1968.

¹⁰ P. Lherminier, *Louis Delluc et le cinéma français : avec une sélection de textes de Louis Delluc*. Paris, Ramsay, 2008, p. 34.

¹¹ *Ibid.* p. 86.

¹² *Ibid.* p. 93.

D'une critique émanant des élites artistiques et intellectuelles, on passe par la suite à une critique marxiste adressée aux contenus de masse (films populaires et productions télévisuelles) dans la seconde moitié du XXe siècle. Theodor W. Adorno, Max Horkheimer, Herbert Marcuse ou encore Nelson Goodman fustigent ainsi les productions hollywoodiennes. Le western, par exemple, est rendu complice de diffuser massivement auprès du grand public l'idéologie libérale américaine en répondant toujours aux mêmes structures scénaristiques manichéennes (le bon cowboy qui vient à bout de l'indien, figure de l'incivilisé, du sauvage et parfois même du communiste – écriront certains¹³). Tandis que dans le champ naissant des études universitaires sur le cinéma (mais aussi dans celui de la nouvelle critique qui prend forme à la suite des *Jeunes Turcs*, Godard, Truffaut, etc.) on ne s'intéresse qu'à l'analyse de films considérés comme ayant une haute dimension réflexive et métaphorique ; on salue le savoir-faire des cinéastes soviétiques ; on fait rentrer le cinéma dans les usines¹⁴.

Il faudra attendre les apports des *Cultural Studies* pour que commence à apparaître dans le paysage intellectuel une forme de réhabilitation des contenus de masse, en particulier autour de nouveaux travaux sur la télévision. L'hypothèse générale qui préside à ces travaux est celle d'un intérêt culturel diffus au sein des productions (films, séries, programmes télévisés, etc.) permettant d'acquérir des connaissances, de se divertir, de se sociabiliser voire de s'émanciper. Dans une enquête célèbre, Ien Ang interroge par exemple des spectateurs pour savoir pourquoi ils regardent, apprécient ou détestent la série télévisée *Dallas*¹⁵. De même, David Morley nous montre que l'intérêt massif des Anglais pour l'émission *Nationwide* dépasse les catégories traditionnelles d'analyse en termes de classes, de genre ou de niveau de diplôme. Les débats politiques ou de société qu'on peut suivre tous les soirs à l'antenne passionnent, quel que soit le sujet abordé et la manière dont il l'est, car ils favorisent l'acculturation (acquisition de connaissances) et la socialisation (partage des connaissances acquises au cours de conversations)¹⁶.

Deuxième critique : l'aliénation

Un deuxième type de critique porté aux écrans tient au fait que les images du cinéma grand public ou de la télévision auraient une dimension voire un pouvoir aliénant. Dans ces théories, l'aliénation est le produit de la standardisation des structures des récits, du brouillage entre réel et fiction, mais aussi de leurs modes de diffusion, ou de la publicité. Des critiques qui portent initialement sur le cinéma hollywoodien puis les programmes télévisuels, marronniers des critiques faites aux images en prise avec le système capitaliste. Aujourd'hui elles sont adressées aux contenus audiovisuels diffusés sur Internet, accompagnant leur récente et fulgurante montée en puissance. Outre la forme des images et la manière dont elles circulent sur la toile, on dénonce désormais l'emprise des économies d'écrans qui produisent, grâce aux algorithmes et aux métadonnées, ce que je propose d'appeler une sérendipité téléguidée (et ce que les gestionnaires de plateformes numériques – comme Youtube – appellent de la « recommandation¹⁷ »). Cette conception du caractère aliénant des contenus médiatiques se développe au sein des cercles critiques entre les années 1950 et 1970. L'analyse esthétique d'Adorno, qui retient

¹³ J'ai recueilli ces informations, d'une part, auprès d'Edgar Morin à l'occasion d'une entrevue menée avec lui pour préparer un texte d'accompagnement à la republication de *Vers une civilisation du loisir ?* de Joffre Dumazedier et, d'autre part, en analysant les programmes du cinéma *Utopia* lors d'une enquête sur l'histoire de cette salle.

¹⁴ Je pense, par exemple, aux travaux de Jacques Aumont qui ne se cache pas d'avoir une position légitimiste.

¹⁵ I. Ang, *Watching Dallas: Soap Opera and the Melodramatic Imagination*, Routledge, 1985.

¹⁶ D. Morley, *The Nationwide Audience*. London, British Film Institute, 1980.

¹⁷ J'ai utilisé pour la première fois ce concept de sérendipité téléguidée dans un article de blog (<https://celluloid.hypotheses.org/921>) pour pointer, dans une perspective critique, l'impression de liberté que le numérique et Internet peuvent offrir, là où les opérateurs du web positionnent des éléments à l'écran pour favoriser la rencontre entre certains types de contenus et les utilisateurs, voire les pousser à la consommation.

l'attention aux côtés d'autres travaux comme ceux de Nelson Goodman¹⁸, s'inscrit dans une perspective kantienne de l'art qui sublime la question de l'authenticité dans l'unicité de l'œuvre, ainsi que l'expérience esthétique du spectateur¹⁹. Or, les industries culturelles instrumentalisent l'art, à la fois en opérant des récupérations (reproductions bon marché, merchandising allant du porte-clés aux magnets pour frigo) et en rangeant dans la catégorie des « objets d'art » des films (et aujourd'hui des séries) qui ne sont – pour eux – que produits formatés ou de propagande²⁰. Cette position va circuler largement et au-delà de la seule sphère anglo-saxonne. Dans un rapport remis au ministère français de la Jeunesse et des Sports en 1966 sur les effets des scènes de violence au cinéma et à la télévision sur la jeunesse, on peut voir que les auteurs pointent spécifiquement le principe de diffusion massive des contenus, leur manque de qualités et *in fine* les idéaux qu'ils véhiculent²¹.

Au milieu des années 1970, le cinéaste et théoricien de l'image Peter Watkins donne deux séminaires à l'université de Columbia sur l'histoire et le rôle des médias. Il y travaille avec ses étudiants le concept de « monoforme » qui va lui servir à dénoncer les contenus audiovisuels médiatiques standardisés selon le modèle « accroche, climax, résolution », utilisant un principe d'« électrochocs » narratifs pour rythmer la structure des contenus ou associant judicieusement des plans pour fabriquer des représentations. Cette uniformisation repose sur trois piliers : la vitesse, la fragmentation et la répétition dans le montage qui empêchent le public de réfléchir et de prendre en considération des alternatives. « *La monoforme [écrit-il] est le dispositif narratif interne (montage, structure narrative, etc.) employé par la télévision et le cinéma commercial pour véhiculer leurs messages* »²².

Watkins condamne également les discours des professionnels d'Hollywood et de la télévision qui répètent à l'envi que cette grammaire audiovisuelle est populaire (là où le peuple n'a jamais été invité à en débattre), légitimant le divertissement en toutes circonstances (contre la réflexion et l'effort intellectuel) et clamant haut et fort la neutralité de leurs propositions, ainsi que le caractère inoffensif des programmes qu'ils proposent (là où ils servent une idéologie et prennent la forme d'outils de propagande. En analysant les stratégies de production et de sorties de films commerciaux, ainsi que le fonctionnement des discours télévisuels après les attentats du 11 septembre 2001, Watkins montre que le gouvernement de Georges W. Bush parvient par exemple à utiliser ou influencer les médias audiovisuels de masse pour justifier son intervention militaire en Irak. À la suite des attentats perpétrés sur le sol américain, Hollywood va adopter une posture interventionniste en soutenant la production de films de guerre patriotiques : *En territoire ennemi* (Moore, 2001), *La chute du faucon noir* (Scott, 2002) ou *Domage collatéral* (David, 2002). Du côté de la télévision, on crée « les conditions d'une psychose »²³ en convoquant des images iconiques qui sont diffusées en boucle pour agiter les émotions du public : attaque du World Trade Center, drapeaux américains flottant au vent, visages en larmes de citoyens endeuillés, etc. Un aspect important de la monoforme concerne l'accélération du flux filmique depuis sa projection en salle jusqu'à sa diffusion à la télévision. On sait, depuis la publication de l'ouvrage de René Bonnell, que la vitesse de projection d'un film sur pellicule, fixé à 24 images par seconde, passe à 25 à la télévision pour offrir plus de place aux plages publicitaires (1989). De même, la disparition progressive de jingle annonçant l'arrivée des publicités lors de la diffusion d'un programme, ou l'augmentation de leur volume sonore²⁴, tendent à renforcer l'idée selon laquelle la

¹⁸ R. Pouivet, Goodman et la reconception de l'esthétique. *Rue Descartes*, n° 80(1), 4-19, 2014.

¹⁹ T. W. Adorno, *Théorie esthétique*. Paris, Klincksieck, 1970.

²⁰ M. Horkheimer & T. W. Adorno, « La production industrielle des biens culturels ». In *La dialectique de la raison : Fragments philosophiques*. Paris, Gallimard, 129-176, 1974.

²¹ A. Glucksmann, Les effets des scènes de violence au cinéma et à la télévision. *Communications*, 7(1), 74-119, 1966.

²² P. Watkins, *Media Crisis*. Paris, Editions de L'Echappé, 2015, p. 28.

²³ *Ibid.*, p. 44.

²⁴ <https://clesdelaudiovisuel.fr/Pratiquer/Utiliser-l-audiovisuel-numerique/Pourquoi-le-son-des-publicites-semble-t-il-plus-fort>

télévision est un média aliénant, dans le sens où elle renforce ce type de confusion et cherche à fixer l'attention à tout prix (« vendre du temps de cerveau humain disponible » aux annonceurs, dira Patrick Le Lay, directeur de TF1). Mi-amusé, mi-dépit, Watkins se souvient :

« Lors d'une émission d'Oprah Winfrey²⁵, la séquence des lamentations fut assurée par un groupe de veuves du 11 septembre. On leur demanda de regarder un moniteur qui diffusait un diaporama de photos de leurs maris décédés. Les responsables de l'émission organisèrent l'alternance répétée des images de ce montage photographique avec celles des veuves éplorées. Après quelques minutes de ce dispositif traumatisant, je me suis aperçu que les visages n'étaient plus les mêmes. Il m'a fallu quelques secondes pour comprendre que j'étais désormais plongé dans une publicité pour Paxil, une marque d'antidépresseurs »²⁶.

L'autre levier d'aliénation, toujours selon Watkins, est la standardisation de la durée des programmes et des dispositifs médiatiques de masse, ce qu'il nomme « l'horloge universelle » : « Tout est passé à la moulinette du temps, haché, régurgité en blocs moniformes de même durée »²⁷. Les programmes télévisuels sont tous calibrés : 26, 47 ou 52 minutes. Avant cela, les professionnels du cinéma, eux aussi, étaient tombés d'accord pour fixer la durée des films à 1 heure 30, afin d'optimiser l'organisation des spectacles cinématographiques (avant que la télévision ne fasse son apparition, la sortie au cinéma comprenait, outre la diffusion du *grand film*, la projection éventuelle de courts-métrages, un entracte pour consommer et la projection des actualités)²⁸.

Les concepts de « moniforme » et d'« horloge universelle » restent efficaces pour reconduire une analyse critique de la vidéo en ligne, qui a démocratisé la logique du contenu court et hypersegmenté, comme la pratique du *Jump cut*²⁹, pour aller toujours plus vite. Qu'il s'agisse de contenus ludiques (émissions réalisées expressément pour le web, vidéoclips), informationnels (vidéos produites par les médias) ou éducatifs (vidéos produites par les écoles ou les universités), tous ont intégré cette logique de l'accélération qui est, selon Hartmut Rosa, le phénomène aliénant majeur de la modernité³⁰.

Troisième critique : la déviance

Un dernier ensemble de critiques est porté aux écrans cinématographiques et télévisuels. Celles-ci sont légions et portent sur l'effet supposé de certains films, séries, émissions de télévision ou vidéos en ligne générant des comportements déviants³¹. C'est un objet très prisé des chercheurs en psychosociologie, mais aussi des médias³². Tout commence aux États-Unis entre 1929 et 1933 avec la conduite d'une série d'études sur l'influence que le cinéma pourrait avoir sur les comportements de la jeunesse. Les *Payne Fund Studies* sont des travaux de psychologie commandités et financés par la fondation de la représentante républicaine de l'Ohio au congrès Frances Payne Bolton. On y retrouve l'origine de ce

²⁵ Oprah Winfrey est une célèbre animatrice de télévision américaine.

²⁶ *Ibid.* p. 45.

²⁷ *Ibid.* p. 35.

²⁸ F. Montebello, *Le cinéma en France : Depuis les années 1930*, Paris, Armand Colin, 2005.

²⁹ Cette pratique consiste à supprimer des éléments de parole considérés comme accessoires ou inutiles et ainsi gagner du temps au montage. L'impression produite à la fin est celle de sauts à l'image. Longtemps considéré comme une erreur, le *Jump cut* est aujourd'hui largement utilisé sur le web et notamment dans les médias, dont certains (Konbini, Brut) en ont fait une marque de fabrique.

³⁰ H. Rosa, *Accélération : Une critique sociale du temps*, Paris, La Découverte, 2010.

³¹ F. Girandola, « Violence dans les médias : quels effets sur les comportements ? », *Questions de communication*, 5, pp. 55-68, 2004.

³² A ce sujet, voir la bibliographie très riche dans D. Courbet & M. P. Fourquet-Courbet, *La télévision et ses influences*. Paris, De Boeck, 2003.

fond idéologique caractéristique des mouvements conservateurs, selon lequel les médias populaires auraient une mauvaise influence sur la jeunesse.

Au départ, ce type d'étude invoque invariablement l'idée d'une demande sociale provenant, dans les faits, d'associations familiales et de groupes de lobbying moral, puis on cherche ensuite à justifier scientifiquement ces positions par des enquêtes. Dans le cas des *Payne Fund Studies*, on se trouve alors dans le contexte d'après crise de 1929, où les genres cinématographiques qui utilisent le motif de la violence et valorisent des personnages négatifs dominant. En particulier les films de gangsters, qui renvoient à une réalité sociale tangible, comme *Little Caesar* de Mervyn LeRoy (1931), *The Public Enemy* de William Wellman (1931) ou *Scarface : The Shame of the Nation* d'Howard Hawks (1932). Les *Payne Fund Studies* vont porter leur attention sur le contenu de ces films et la structure des publics. Un des résultats – ouvrant la voie aux études dites de réception – tendrait à montrer que les spectateurs retiennent précisément des choses, parfois plusieurs mois après le visionnage des films, et auraient tendance à imiter ou reproduire des modèles (notamment des attitudes ou des comportements). Pour autant, malgré leur orientation et leur intention, les *Payne Fund Studies* ne permettent pas de conclure à une influence tangible du cinéma sur les individus ayant des comportements violents. Au mieux reconnaissent-elles que le cinéma *peut avoir* des effets sur les jeunes et que les spectateurs les plus attirés par les films les plus critiquables pour leur violence et leur amoralité sont ceux qui sont déjà les plus enclins à être concernés par des actes de violence ou de délinquance.

Ces recherches vont donner lieu à une série de publications dont *Our Movie Made Children* de Henry James Forman en 1933³³, dont le titre alarmiste et les conclusions veulent clairement définir le film de cinéma sous l'angle du problème de société. Rapportées par les journaux auprès du grand public, les conclusions de Forman, déjà fortement orientées, subissent encore de nouvelles simplifications. La théorie du média prescripteur et déclencheur de comportements violents serait désormais attestée par une étude scientifique, ce qui permet de l'ancrer dans l'esprit du public et de lui offrir un avenir médiatique et politique. L'année suivante, en 1934, un code moral est rédigé pour censurer des contenus à caractère violent ou pornographique au cinéma. Il sera appliqué jusqu'en 1966 et la libéralisation des mœurs³⁴.

Ces conclusions alarmistes sur l'influence des médias et leurs dangers auprès des jeunes publics seront reprises avec l'arrivée de la télévision, depuis les travaux célèbres de Bradley S. Greenberg qui soutiennent la thèse d'une corrélation significative entre une exposition à des programmes violents et une agressivité sociale avérée³⁵ jusqu'à la recension de l'*American Academy of Pediatrics*³⁶ qui a mis au jour quelque 3500 recherches scientifiques montrant des liens entre la confrontation à des images violentes et des pensées ou des comportements violents. Ces recherches reposent sur des approches longitudinales, comme celle de l'équipe de Rowell Huesmann³⁷ qui ont suivi de jeunes Américains par périodes et qui ont mis en avant la présence de comportements violents à l'âge adulte après une exposition à des contenus violents durant l'enfance ou l'adolescence, ou des approches comparatistes, comme celle de Tanis MacBeth Williams qui montre une recrudescence des agressions au sein d'une communauté canadienne mise en relation avec l'arrivée de la télévision dans les foyers³⁸.

³³ H. J. Forman, *Our movie made children*, New York, The Macmillan Company, 1933.

³⁴ F. Casetti, *Les théories du cinéma depuis 1945*, Paris, Armand Colin, 2012.

³⁵ B. S. Greenberg, « British children and televised violence », *Public Opinion Quarterly*, 38, pp. 531-546, 1975.

³⁶ American Academy of Pediatrics, *Pediatrics*, 108, 5, 1222-1226, 2001.

³⁷ L. R. Huesmann, J. Moise-Titus, C-L. Podolski, L. D. Eron, « Longitudinal relations between children's exposure to TV violence and their aggressive and violent behavior in young adulthood : 1977-1999 », *Journal of Personality and Social Psychology*, 39, pp. 201-221, 2003.

³⁸ T.M. Williams, *The Impact of Television*, New York, Academic Press, 1986.

Ces travaux – et d'autres avec eux³⁹ – explorent différentes voies pour expliquer le développement de comportements violents (en particulier au sein des catégories sociales populaires, chez les hommes ou parmi les minorités). Fabien Girandola les classe en cinq catégories : les images violentes peuvent avoir une fonction cathartique pour celui qui y est confronté ; elles peuvent fournir des idées pour adopter des comportements violents spécifiques ; elles peuvent réactiver un état émotionnel enfoui ; elles peuvent participer au développement d'une psychologie nouvelle qui va être violente ; celui qui regarde un individu commettre des actes violents à l'écran peut développer de l'empathie pour lui⁴⁰. Jusqu'à aujourd'hui, ces thèses font l'objet de controverses qu'il ne semble pas possible de clore. Dans un ouvrage où il dissèque ces études, Jonathan Freedman⁴¹ « *discrédite l'existence d'une relation causale entre violence médiatique et comportements agressifs* » à l'aide d'un examen minutieux des méthodologies et des procédures employées, ainsi qu'une analyse des résultats : les quelques corrélations sérieuses qui émergent sont à considérer avec prudence⁴². De plus, ces images violentes, si tant est qu'elles puissent avoir des effets sur les comportements, n'ont-elles pas aussi des effets bénéfiques ? Elles pourraient permettre de découvrir et de comprendre ce qu'est la violence pour mieux s'en détourner. C'est une réaction qu'auront sans doute une grande partie des publics confrontés à un film d'horreur, un reportage sur la guerre ou une vidéo de propagande de l'État Islamique. On mentionnera la référence au film *Scream* dans plusieurs affaires de meurtres, mais celles-ci semblent plutôt prendre l'allure d'une excuse ou d'un prétexte et moins d'un modèle qui aurait été scrupuleusement suivi pour exécuter les victimes⁴³. Dans le cas de l'influence des vidéos djihadistes, les recherches montrent les prédispositions des individus à être enrôlés, ne serait-ce que par l'effort qui est fait pour trouver ces contenus sur Internet⁴⁴.

Comme tout objet de culture, l'image a des objectifs (le loisir, l'accès à la connaissance) ; elle peut générer des effets négatifs, ce que mentionne par exemple Serge Tisseron, qui choisit une voie médiane dans ses analyses sur le sujet⁴⁵ : dans certains cas marginaux, les images ont des effets résiduels

³⁹ K.M. Hennigan, M-L. Del Rosario, L. Heath, T.D. Cook, J.D. Wharton, & B.J. Calder B.J., « Impact of the introduction of the television on crime in the United States : Empirical findings and theoretical implications », *Journal of Personality and Social Psychology*, 42, pp. 461-477 1982 ; D.P. Phillips, « Natural experiments on the effect of mass media violence », in L. Berkowitz (Ed.), *Advances in Experimental Social Psychology*, 19, Orlando : Academic Press, 1986 ; G. Gerbner, L. Gross., M. Morgan, & N. Signolielli, « Growing up with television : the cultivation perspective », in J. Bryant & D. Zillmann (Eds.) *Media Effects*, pp. 1742. Hillsdale, N.J., Lawrence Erlbaum Associates, 1994.

⁴⁰ F. Girandola, F., « Violence dans les médias : quels effets sur les comportements ? », *Questions de communication*, 5, pp. 55-6, 2004.

⁴¹ J.L. Freedman J. L., *Media violence and its effect on aggression*, Toronto, University of Toronto Press, 2002.

⁴² F. Girandola, *op. cit.*

⁴³ https://www.liberation.fr/societe/2002/06/05/poignardee-et-tuee-apres-scream_405824

⁴⁴ En effet, ce type de vidéos n'est pas directement accessible et nécessite de faire des efforts dans ses recherches, notamment en allant explorer le web profond ou Dark web. Voir D. Epstein, *Dérives adolescentes : de la délinquance au djihadisme*. Toulouse, Eres, 2002 ou A. Difraoui, *Al-Qaida par l'image : La prophétie du martyr*. Paris, Presses universitaires de France, 2013.

⁴⁵ Dans *Enfants sous influence*, Tisseron tente de répondre à une préoccupation des parents, des pédagogues et des pouvoirs publics sur les « conséquences des images violentes sur les enfants » en reprenant à son compte l'ensemble des questions qui ont été adressé aux images violentes : « télévision, cinéma, jeux vidéo ont-ils une influence sur les comportements des bandes, en particulier dans les banlieues ? Mais comment définir les images violentes ? Leurs effets sont-ils les mêmes selon qu'elles sont vues par des garçons ou par des filles, par des enfants de milieu social favorisé ou défavorisé ? Les enfants qui parlent plus facilement de ce qu'ils ont ressenti face à elles sont-ils mieux protégés que les autres ? Et comment interfèrent les groupes et les images pour entraîner des comportements violents qu'on est parfois tenté d'attribuer trop rapidement aux images seules ? [...]. Il existe des moyens de faire face à cette situation. Ils concernent à la fois les parents, les enseignants et les pouvoirs publics et engageant dans tous les cas l'éducation » (les citations sont reprises de la quatrième de couverture du livre qui synthétise les préoccupations sociales qui circulent autour des images). S. Tisseron, *Enfants sous influence. Les écrans rendent-ils les jeunes violents ?* Paris, Armand Colin, 2000.

incontrôlables. Mais, de toute évidence, il semble que l'idéologie qui domine les analyses mettant en avant la dangerosité des écrans soit souvent sous-tendue par une vision déterministe du rapport aux images et par une vision politique des classes populaires fragiles, influençables, donc à même d'adopter des comportements violents et devant ainsi faire l'objet de contrôle social.

Les dangers présumés des écrans, on le voit, sont une affaire à peu près aussi ancienne que la naissance de l'écran lui-même. Les dangers présumés de certains films de cinéma, puis de certaines séries ou programmes télévisés, apparaissent à chaque fois de manière concomitante au médium lui-même. Les dangers présumés de certains contenus culturels sont à peu près aussi anciens que la naissance de supports de diffusion massifs de la connaissance ou de distraction. Aujourd'hui, il apparaîtrait tout à fait improbable de voir un adulte, et a fortiori un scientifique, conseiller de ne pas laisser les enfants et les adolescents se plonger dans des livres, sinon dans de très rares cas d'intense isolement social. De la même manière, le trop-plein d'écran et d'images peut générer des situations d'isolement social et des problèmes oculaires qu'on prévient par une régulation des temps de confrontation aux écrans⁴⁶. Mais ce qui est probablement le plus à craindre, c'est que le lecteur découvrant ce texte dans un siècle ou deux s'en amuse, à la manière dont nous nous amusons aujourd'hui de ce qu'il est advenu après la parution du *Werther* de Goethe ou de ce qui arriva quelques années plus tôt au théologien et philosophe Nicolas Malebranche dont on dit qu'il aurait été tellement frappé par la puissance du *Traité de l'Homme* de Descartes à sa parution qu'il aurait été obligé d'interrompre à plusieurs reprises sa lecture pour reprendre son souffle et calmer les battements de son cœur⁴⁷.

Les formes audiovisuelles dans leur hétérogénéité doivent être connues pour être décryptées, pour se cultiver, mais aussi pour se socialiser. Les conseils chargés de l'élaboration des programmes scolaires ont d'ailleurs inscrit, à dessein, dans les textes⁴⁸ une découverte du langage cinématographique, qui doit contribuer à l'acquisition d'un socle commun de connaissances, de compétences et de culture chez les plus jeunes. À terme, ces acquis doivent permettre aux apprenants de devenir des acteurs sociaux éclairés, capables de décrypter les images et d'entretenir un rapport critique avec elles (notamment pour tout ce qui concerne les messages publicitaires et aujourd'hui les contenus générés par les utilisateurs qui circulent sur le web : informations fallacieuses, vidéos de propagande, etc.).

La mise en œuvre d'une éducation aux images et aux médias consiste à ne pas aller à l'encontre de l'autonomie de jugement, ainsi que de l'émotion du regardeur et plus basiquement à accepter une nécessaire confrontation aux écrans, dès lors qu'on souhaite s'intéresser à des objets audiovisuels, et moins se poser la question du support que celle du contenu regardé.

⁴⁶ La littérature scientifique sur ces questions est abondante. Voir, par exemple, le travail de synthèse réalisé par E. Baton-Hervé dans son volume *Grandir avec les écrans ?*, ainsi que la collection d'articles de l'*International Review of Ophthalmic Optics* (en ligne : <https://www.pointsdevue.com/sites/default/files/uv-bluelight-e-book-fr.pdf>)

⁴⁷ https://www.academie-sciences.fr/pdf/eloges/malebranche_notice.pdf

⁴⁸ <https://www.education.gouv.fr/cid21004/l-education-a-l-image-au-cinema-et-a-l-audiovisuel.html> et <http://eduscol.education.fr/cid72525/presentation-de-l-emi.html>