

L'influence des images violentes sur les comportements et sur le sentiment d'insécurité chez les enfants et les adultes

Didier Courbet, Marie-Pierre Fourquet-Courbet

► **To cite this version:**

Didier Courbet, Marie-Pierre Fourquet-Courbet. L'influence des images violentes sur les comportements et sur le sentiment d'insécurité chez les enfants et les adultes. 2014, 17 p. sic_00461551

HAL Id: sic_00461551

https://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_00461551

Submitted on 23 Jul 2014

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.

► **Pour tout emprunt, mentionner la référence de la dernière version de ce document :**

Courbet, D. & Fourquet-Courbet M.-P. (2014), « L'influence des images violentes sur les comportements et sur le sentiment d'insécurité chez les enfants et les adultes », Rapport Technique de Recherches, Université d'Aix-Marseille, Institut de Recherche en Sciences de l'Information et de la Communication IRSIC.

L'influence des images violentes sur les comportements et sur le sentiment d'insécurité chez les enfants et les adultes

Didier Courbet & Marie-Pierre Fourquet-Courbet

Tous deux sont Professeurs en Sciences de l'Information et de la Communication

à Aix-Marseille Université (France) et

Chercheurs à l'Institut de Recherche en Sciences de l'Information et de la Communication

(IRSIC)

didier.courbet@univ-amu.fr ; didier.courbet@orange.fr

marie-pierre.fourquet@univ-amu.fr

Avant-propos. Cette note de recherche, initialement présentée dans un colloque à Nice en 2002 est régulièrement remise à jour depuis l'écriture du livre « La télévision et ses influences » (2003, D. Courbet & M.P. Fourquet (dirs.), De Boeck /INA, pp. 179-185). Destinée à un large public et en libre accès, elle propose une synthèse des principales recherches sur l'influence des images violentes à la télévision, au cinéma et sur Internet sur les enfants, les adolescents et les adultes. Elle a également servi de support à l'audition de Didier Courbet à l'Assemblée Nationale sur le thème de la violence dans les médias, dans le cadre de la Mission d'Information parlementaire sur la lutte contre l'insécurité sur tout le territoire¹ (Paris, Palais Bourbon, 2 juillet 2014).

¹ <http://videos.assemblee-nationale.fr/video.5677.lutte-contre-l-insecurite--table-ronde-sur-la-violence-dans-les-medias-2-juillet-2014>

Si l'on écoute le grand public, les films, programmes et images violents, à la télévision, au cinéma ou sur Internet, rendent les enfants mais aussi les adultes plus violents. Les médias ont relaté des faits divers qui semblent confirmer ce lieu commun. Par exemple, en France, après avoir visionné le film *Scream* un adolescent déguisé avec les mêmes vêtements que le tueur du film a assassiné une de ses copines en reproduisant les gestes du tueur. On accuse parfois aussi les images violentes d'être l'une des principales causes de la violence sociale, de la délinquance, de viols (dans le cadre de la pornographie violente), et, plus généralement, d'une partie des dysfonctionnements de notre société². A l'opposé, pour la plupart des grands joueurs de jeux vidéo violents ou pour les industries qui les produisent, ils n'auraient pas d'effets néfastes.

Les scientifiques tentent de dépasser ces lieux communs pour étudier les réels impacts de la violence des images sur les individus. Plusieurs disciplines scientifiques s'intéressent à cette question : les sciences de la communication, la psychologie sociale, la sociologie mais également la recherche médicale. Il y a plus de 10 ans, l'Académie américaine de médecine pédiatrique (médecine des enfants), par exemple, tirait déjà le signal d'alarme : elle avait recensé plus de 3500 recherches scientifiques montrant des liens entre images violentes et pensées et comportements violents chez les individus³. Nous nous intéressons ici à quelques recherches majeures réalisées dans un contexte de sciences de la communication et de psychologie sociale. Il ne s'agit pas ici de faire le procès des médias mais d'un certain type de contenus, les contenus violents, lorsqu'ils sont vus fréquemment. L'objectif de cette courte note de synthèse est de faire un point sur les principales conclusions des recherches scientifiques sur ces questions⁴. Pour montrer la rigueur scientifique des recherches, intéressons-nous d'abord aux méthodes utilisées

² Il est intéressant de noter que pour certains chercheurs travaillant sur la violence sociale, pointer du doigt les effets des images violentes a pour conséquence de ne pas s'intéresser aux véritables sources de la violence sociale : chômage, misère sociale, faible insertion sociale, difficultés financières, inégalité sociale, conditions de vie désastreuses, ennui quotidien.... Pour eux, accuser les médias d'être à la source de violences sociales amène à ne pas s'attaquer aux véritables causes des problèmes et à donner de fausses causes pour ne pas trop éveiller les consciences collectives et détourner le débat. Nous pensons que mener des recherches sur les effets des images violentes n'est pas incompatible avec cette conception. Dans la mesure où nous considérons les images violentes comme une source de violence sociale parmi d'autres, il est à ce titre indispensable de mieux la comprendre.

³ American Academy of Pediatrics (2001), *Pediatrics*, 108, 5, 1222-1226.

⁴ Le lecteur trouvera les références précises de certaines recherches mentionnées ici dans Courbet D. et Fourquet MP, (2003) *La télévision et ses influences*, Bruxelles, De Boeck ; voir aussi : Frau-Meigs D. (2011), *Socialisation des jeunes et éducation aux médias*, Eres ; Marchand, P. (2004), *Psychologie sociale des médias*, Presses universitaires de Rennes. Pour les effets de la violence des jeux vidéo, nous recommandons les travaux de Laurent Bègue de l'Université de Grenoble-Alpes. Les effets des jeux vidéo violents sont assez proches de ceux mentionnés ici.

par les chercheurs. Ensuite, nous parlerons des trois principaux effets mis en évidence par les recherches. Nous entrerons davantage dans les détails pour expliquer comment influencent les images violentes. Enfin, nous indiquerons pourquoi, pour certaines personnes, ces recherches scientifiques ne sont pas crédibles et pourquoi elles ne croient pas, à tort, aux effets néfastes des images violentes sur les individus et la société.

1. La pluralité des méthodes de recherche et quelques premiers résultats

Les psychologues et chercheurs en communication s'intéressant à l'impact des images violentes⁵ sur les adultes et les enfants cherchent à montrer les effets psychologiques et sociaux mais aussi à expliquer la manière dont ces dernières influencent les personnes. Trois types de méthodologies sont le plus souvent utilisés dans ces recherches. Examinons-les.

1.1 Les enquêtes corrélationnelles

Elles portent sur de très larges échantillons représentatifs de la population générale. Elles mettent en œuvre des analyses statistiques complexes permettant de contrôler une multitude de variables, et notamment des « variables parasites » pour éviter qu'elles ne biaisent les résultats. Dans une célèbre enquête corrélacionnelle sur les effets des programmes violents, Greenberg (1975) a constaté « une corrélation faible mais significative » entre un taux élevé d'exposition à des programmes violents et l'agressivité sociale des téléspectateurs. Les effets ne concernent pas que les fictions violentes ou les actualités recensant des faits divers violents mais également certains sports comme la boxe. Quelques études ont, par exemple, montré qu'après la retransmission de combats de boxe, on observe une augmentation des homicides aux États-Unis dix jours après. De même, on observe une augmentation du nombre d'agressions dont sont victimes les personnes ayant la même couleur de peau que le perdant du combat, juste après sa retransmission et dans les

⁵ La violence est définie comme l'expression explicite de la force physique contre les autres ou soi-même ou l'action explicite utilisée contre le gré de quelqu'un dans le but de lui faire mal, de le blesser ou de le tuer. À noter que les processus psychologiques en œuvre au cours de la réception des images violentes sont différents de ceux développés au cours de la réception des images effrayantes (e.g. film d'horreur). Un autre article serait nécessaire pour expliquer ces derniers. Nous laisserons ici également de côté la violence « psychologique », voir sur ce thème : Courbet, D. (2012) « Insulte, humiliation, violence : bienvenue dans les programmes pour enfants ». *Le Nouvel Observateur*, <http://leplus.nouvelobs.com/contribution/643484-insultes-humiliations-bienvenue-dans-les-programmes-tele-pour-enfants.html>

jours qui suivent (Phillips, 1986).

Dans ses études de « *cultivation* » (traduit par « incubation »), Gerbner montre, quant à lui, que plus les personnes s'exposent au média télévision (sans forcément rechercher des contenus montrant de la violence), plus elles perçoivent le monde comme étant violent et plus elles se sentent en insécurité. Cette distorsion dans la perception de la réalité est significative chez les personnes qui ont un bas niveau d'éducation et chez celles qui habitent dans des quartiers où il y a déjà un taux d'actes incivils supérieur à la moyenne (Gerbner et al., 1994). Nous y reviendrons plus loin.

L'étude de panel longitudinal reprend le principe de la méthode précédente tout en suivant les mêmes individus dans le temps afin de mieux connaître l'évolution des indicateurs. Ainsi Viemer (1986), par exemple, trouve une corrélation significative entre l'exposition aux programmes violents chez les garçons de huit ans et le nombre d'agressions qu'ils ont commis à 18 ans. De même, les hommes qui regardent beaucoup de contenus médiatiques violents pendant leur enfance ont, 15 ans plus tard, premièrement, presque deux fois plus de chances de commettre des agressions sur leurs conjoints et, deuxièmement, une probabilité significativement plus forte d'être arrêtés pour crime (Huesmann et al. 2003).

1.2 Les enquêtes comparatives

Les enquêtes comparatives les plus marquantes ont étudié les différences, au sein d'un même pays, entre plusieurs communautés dont les pratiques télévisuelles étaient différentes. Hennighan et al. (1982) ont comparé deux communautés aux Etats-Unis, l'une où la télévision a été introduite dès son invention au milieu du XX^e siècle ; l'autre où la télévision a été introduite beaucoup plus tardivement. Ils ne constatent aucun effet sur les gros et moyens délits (crimes, cambriolages, vols de voitures...) mais un effet sur les petits vols qui augmentent après l'arrivée du média. Dans une enquête de type « avant-après », Williams (1986) s'est penché sur une petite communauté canadienne. La télévision est arrivée très tardivement avec, tout d'abord, une seule chaîne. Longtemps après, les habitants ont eu accès à plusieurs autres chaînes. C'est juste après l'arrivée de la première chaîne que Williams constate une augmentation du taux d'agression dans la communauté. L'augmentation du nombre d'images violentes au moment de l'arrivée des autres

chaînes n'est pas corrélée avec une augmentation supplémentaire des agressions.

Une synthèse des études réalisées à partir de ces enquêtes semble montrer une influence de la violence médiatique. Elle jouerait un rôle au même titre que celui de l'environnement micro-social ou de la famille, certes moins important mais significatif tout de même. Cependant, corrélation ne signifie pas lien de causalité. En effet, il reste possible que ce soient les personnes déjà agressives qui regardent davantage les programmes violents. Pour interpréter plus précisément ses études et mieux connaître les mécanismes qui sous-tendent l'influence, il convient donc d'utiliser une autre méthode : l'expérimentation.

1.3 Les expérimentations de terrain et en milieu contrôlé

Deux types d'expérimentations sont utilisés pour expliquer l'influence de la violence médiatique.

Les expériences de terrain sont réalisées dans les conditions de la vie quotidienne, au sein d'écoles ou d'institutions comme les internats d'adolescents. Loye et al. (1977) ont constitué plusieurs groupes au hasard au sein d'un même internat et les ont exposés régulièrement à différents types de programmes plus ou moins violents. Dans les groupes les plus exposés aux programmes violents, ils ont constaté une augmentation de l'agressivité mais uniquement chez les adolescents qui commettent déjà des actes agressifs. Cependant comme les adolescents se connaissaient préalablement, les auteurs expliquent qu'il a été difficile de contrôler toutes les variables. Pour accroître la validité scientifique des résultats, les chercheurs utilisent alors la méthode de l'expérience en milieu contrôlé où, entre autres avantages, les sujets ne se connaissent pas.

Les expériences en milieu contrôlé affinent encore davantage, d'une part, le lien de causalité entre la nature de l'exposition et la nature des effets générés et, d'autre part, le mécanisme d'influence. Après des expositions à des programmes violents, Bandura (1978) a ainsi montré que des enfants, par *apprentissage social*, imitent un personnage télévisuel auxquels ils s'identifient et reproduisent ensuite fidèlement les comportements agressifs et antisociaux qu'ils ont pu voir. La psychanalyse avait émis l'hypothèse contraire : l'hypothèse de la *catharsis* expliquait qu'une exposition à des images violentes permettrait de diminuer les actes violents. Cette hypothèse qui n'a jamais reçu de supports empiriques n'est plus suivie par les chercheurs aujourd'hui.

Les psychologues sont allés plus loin et ont dressé une liste des situations susceptibles d'être retrouvées dans un programme télévisuel ou cinématographique et menant à accroître la violence chez les récepteurs. Comstock (1983) a mis en évidence des conditions qui favorisent un comportement agressif immédiatement après le visionnage d'un film violent :

- ▶ si la violence est valorisée ou récompensée et si elle n'est pas punie, le récepteur a une plus grande tendance à la reproduire,
- ▶ si violence est décrite de manière plaisante ou de manière non dégoûtante,
- ▶ si la scène fait naître ou maintient un état de colère, de frustration ou une activation physiologique chez les téléspectateurs,
- ▶ si la scène présente des événements réalistes (vs fictifs⁶).
- ▶ si la scène montre que la future victime a provoqué l'agresseur ou a recherché la violence, autrement dit, si la violence à l'égard de la victime est justifiée.
- ▶ si la scène montre qu'il y a une réelle intention de faire mal ou de blesser, autrement dit si le récepteur voit clairement que l'agresseur a un comportement volontaire
- ▶ si le récepteur peut s'identifier à l'agresseur, autrement dit si la scène présente une similitude entre l'agresseur et le récepteur.
- ▶ si la scène n'est pas associée à un commentaire critique à propos de la violence. Si, par exemple, dans le contexte social de réception, un adulte donne une explication critique à un enfant sur la scène que le jeune enfant vient de regarder, cela peut diminuer la probabilité d'imitation.

Ainsi, plus le programme présente la violence comme étant efficace, normale, appropriée à un cas particulier et plus il augmente la probabilité que le récepteur agresse à son tour. La question est maintenant de savoir comment ces processus d'influence opèrent.

On pourra toujours discuter (et certains chercheurs le font) de la relation directe et causale entre l'exposition aux images et les comportements violents des récepteurs. Au regard de la complexité des phénomènes humains et sociaux, la véritable question n'est pas celle d'un lien de causalité

⁶ Dans plusieurs enquêtes, lorsque l'on demande à des adultes quelles images les ont le plus marqués, arrive souvent en tête la scène du dessin animé Bambi où la mère de Bambi décède. Même si la scène est représentée sous forme de

directe et universelle entre les médias et les agressions sociales (ce qui voudrait dire que toutes les personnes qui viennent de voir un programme montrant un meurtre iraient immédiatement assassiner quelqu'un ! Depuis fort longtemps on a cessé d'expliquer les comportements humains par une cause unique...). La question est davantage celle **d'un rôle effectif** des images violentes dans les agressions, les délits.... Soyons clair sur les implications réelles des nombreuses recherches qui par rapport à cette question concluent à un rôle « faible mais significatif » des images violentes (voir Girandola 2004⁷ pour une discussion) : cela signifie simplement que, dans « la vie réelle », sans les images violentes, on aurait pu effectivement empêcher un nombre important, mais difficilement quantifiable *a priori*, de meurtres, agressions, viols....

2. Les trois grands types d'effets des images médiatiques violentes

Les recherches montrent trois types d'effets. Une exposition prolongée aux images violentes, premièrement, rend davantage violent, deuxièmement augmente la peur de devenir soi-même victime de violences et, troisièmement diminue le sentiment de sympathie à l'égard des victimes de violences « dans la vie réelle ».

2.1 **Les images violentes rendent davantage violent.** Plus de 50 ans de recherches scientifiques sur cette question conduisent à une conclusion difficilement réfutable : globalement, les images violentes agissent sur les pensées agressives, les émotions mais aussi -et c'est plus important- sur les comportements agressifs. Pour mener à cette conclusion et mieux interpréter le grand nombre de recherches publiées sur la violence médiatique, plusieurs chercheurs ont également mené des méta-analyses, c'est-à-dire des analyses synthétisant l'ensemble des recherches et permettant de mesurer l'importance des effets⁸ (e.g. Christensen et Wood, 2007). Nous y reviendrons en expliquant comment opèrent ces effets.

2.2 Des effets sur le sentiment d'insécurité et la peur de devenir victime.

dessin animé, elle a provoqué de puissantes réactions émotionnelles négatives. On ne peut cependant pas qualifier cette scène de véritablement « violente » au sens d'agression ou de délit.

⁷ Girandola, F. (2004), Violence dans les médias : quels effets sur les comportements ? *Questions de communication*, 5, pp. 55-68

2.2.1. Les résultats empiriques

Les recherches ont montré que, par rapport aux plus faibles consommateurs de télévision, les gros consommateurs (plus de 4 heures par jour) :

- ▶ craignent davantage de devenir victimes de violences,
- ▶ sont plus méfiants des autres. Ils pensent, par exemple, que les gens sont plus égoïstes,
- ▶ perçoivent le monde comme étant plus dangereux/hostile,
- ▶ pensent que les gens devraient davantage se protéger pour vivre en sécurité (Gerbner et Gross, 1981). Ces résultats peuvent faire penser que les gros téléspectateurs se sentiraient en droit d'être violents avec les autres parce qu'ils sont persuadés que les autres risqueraient de l'être avec eux.

Gerbner et ses collaborateurs ont nommé cet effet « le syndrome du monde méchant » (*mean world*). D'une manière générale, en dépassant le contexte de la violence, plus on regarde la télévision et plus on a une vision fautive de plusieurs aspects de la réalité sociale. Les gros téléspectateurs attribuent des caractéristiques du « monde de la télévision » au monde réel. Cet effet, robuste, a été mis en évidence par plus de 80 études dans quatorze pays différents.

Par exemple, dans une de ces recherches, Hetsroni et Tukackinsky (2006) ont croisé la durée d'exposition à la télévision et trois indicateurs. Chaque téléspectateur devait préciser, selon eux, quel est :

- ▶ le pourcentage de personnes qui, dans notre société, sont des criminels ou qui ont un casier judiciaire ;
- ▶ le nombre de crimes violents (meurtres, viols, vols qualifiés...) commis dans la société ;
- ▶ la probabilité d'être soi-même victime d'agression ou de crimes dans la vie quotidienne.

Les auteurs ont ainsi montré que plus les personnes regardent la télévision et plus ces trois scores augmentent.

⁸ Si ces effets sont avérés, ils ne figurent cependant pas parmi les toutes premières causes de violence sociales recensées par les psychologues sociaux, les sociologues et les spécialistes de politiques publiques.

De même, une relation forte a été mise en évidence entre l'exposition aux actualités télévisuelles et la peur de devenir victime de crimes (Romer, Jamieson et Aday, 2003). Ce sentiment d'insécurité commencerait dès l'enfance, sans doute entre 7 et 11 ans (Peterson et Zill, 1981). Si les personnes se sentent déjà en sécurité dans leur environnement immédiat (par exemple, dans leur quartier), cet effet n'est que peu observable. Cependant, si les personnes se sentent déjà en insécurité dans leur quartier, les médias exacerberaient alors le sentiment d'insécurité. De même, cet effet apparaît lorsque des individus cherchent à évaluer des environnements ou des situations qu'ils connaissent mal (ex : un quartier ou une ville dans lesquels ils sont peu ou jamais allés).

Un autre résultat interpelle. Dans une étude menée en Australie, par rapport aux Australiens qui regardent beaucoup de programmes australiens, les Australiens qui regardent beaucoup de programmes états-unis (montrant des agressions commises aux Etats-Unis) trouvent que l'Australie est, d'une part, plus dangereuse d'une manière générale et, d'autre part, plus dangereuse que les États-Unis (Pingree et Hawkins, 1981). Pour ce dernier résultat, c'est l'inverse qui est observé chez les Australiens qui regardent beaucoup de programmes australiens.

D'une manière générale, plus on regarde la télévision et plus on a une vision fautive de la réalité sociale. Les gros téléspectateurs attribuent donc des caractéristiques du « monde de la télévision » au monde réel (Hetsroni et Tukackinsky, 2006).

2.2.2 Quels sont les processus psychologiques sous-tendant l'effet de la peur de devenir victime ?

Dans la vie quotidienne, les êtres humains élaborent des jugements rapidement. Ils ne cherchent pas à avoir des jugements justes mais à avoir des jugements qui sont utiles pour leur vie sociale. Ils basent donc leur jugements sur :

a) L'accessibilité des informations. Les informations qui viennent le plus facilement à l'esprit sont celles souvent ou récemment utilisées. Les informations qui sont souvent répétées dans les médias sont donc facilement accessibles. Plus les médias répètent des informations, par exemple

en lien avec des faits divers violents, et plus la peur d'être victime s'intensifie. L'accessibilité des informations liées à la thématique de la violence est également liée au célèbre effet d'*agenda setting* : quand on demande aux personnes de classer par ordre d'importance une série de thèmes ou de problèmes sur la société, elles les classent selon l'importance que les médias leur donnent à un moment donné. Ainsi, si un thème fait souvent les gros titres, pour les gens, ce sera le thème le plus important et le plus accessible à ce moment-là. On comprend aisément le lien qu'il peut y avoir entre, d'une part, l'intérêt et la place accordée à certains thèmes par les médias et, d'autre part, le sentiment d'insécurité collectif. Plus de 400 études ont permis de valider l'effet d'*agenda setting*, parmi lesquels des études expérimentales permettant de conclure à un lien de causalité entre la place accordée à certains thèmes par les médias et leur importance sociale perçue par les récepteurs. Les médias provoquent donc un véritable « effet de loupe sociale » qui alimente à son tour les discussions interpersonnelles quotidiennes des gens, pouvant contribuer à accentuer un sentiment d'insécurité collectif.

D'autres études portant sur le concept de « spirale du silence » (Noëlle-Neumann, 1985) montrent, qu'en supprimant certaines informations et certains thèmes de la sphère médiatique, cela provoque une large diminution, voire une disparition, de l'importance accordée à ce thème par les récepteurs et, plus généralement, dans la vie sociale. Diminuer l'importance que les médias accordent à certains phénomènes violents pourrait réduire en conséquence le sentiment d'insécurité.

b) La vivacité des informations. De même, pour former des jugements, les informations « vivides » sont bien plus facilement utilisées par les récepteurs que les autres informations. Une information vivide est émotionnellement intéressante et concrète, souvent transmise par des images marquantes (ex : un journal télévisé montrant des images de manifestations avec du mobilier urbain en feu). Elles provoquent facilement des images mentales et sont souvent plus marquantes que des informations plus abstraites comme des données statistiques ou des raisonnements d'experts qui, par exemple, peuvent pourtant prouver que la délinquance diminue. Plus les informations médiatiques données à propos de « faits divers » sont vivides et plus la peur d'être victime s'intensifie.

c) *La perception sélective et l'interprétation subjective des informations*. Dans les actualités, par exemple, souvent les personnes « interprètent » les informations en fonction de leur propre « filtre », à la lumière de leurs propres croyances, jugements et idéologies. Ainsi, si les médias expliquent que la police a arrêté un délinquant et donne le profil suivant :

« C'est un homme, âgé de 18 ans, au chômage, élevé dans un foyer de la DDASS à cause du décès de ses parents, habitant dans un immeuble délabré de la banlieue parisienne, de telle origine ethnique... »

Chaque récepteur, en fonction de son système idéologique, va retenir, de manière privilégiée, une ou deux caractéristiques du profil (pourtant complexe) de manière à aller dans le sens de ce qu'il pensait initialement sur les raisons de la délinquance. Il va alors construire un jugement à partir de raisonnements très simples (que l'on appelle des heuristiques) basés, par exemple, sur ses propres stéréotypes. Ainsi une personne âgée pourra-t-elle retenir qu'il s'agit d'un « jeune », dans sa propre logique de stigmatisation des « jeunes d'aujourd'hui », certaines femmes pourront pointer le fait que c'est « encore un homme », certains parisiens pourront pointer le fait que c'est « encore quelqu'un de la banlieue », on pourra aussi retenir que c'est encore « telle origine ethnique »... Plus les informations données par les journalistes sur les profils des délinquants sont restreintes, plus elles mentionnent un nombre faible de caractéristiques et plus elles favorisent la formation de stéréotypes nécessairement simplificateurs sur les délinquants et les causes de la délinquance. Les grands consommateurs de médias penseront plus facilement qu'il y a une « réelle insécurité dans le pays » et qu'elle provient de délinquants, par exemple issu de « telle origine ethnique ».

2.3 Le « conscience-numbing effect »

Les personnes qui consomment beaucoup de violence médiatique deviennent moins « sympathiques » et « empathiques » à l'égard des victimes de violences « dans le monde réel ». Elles ont tendance à moins pénaliser les criminels que celles qui consomment moins de violence médiatique. Cet effet a été observé avec des jeux vidéo (Deselms et Altman, 2003) mais aussi avec des images pornographiques violentes. Dans l'étude de Mullin et Linz, (1995), des hommes

qui ont visionné ce type d'images ont alors eu tendance à davantage tolérer les agressions directes sur des femmes.

La réduction de l'empathie à l'égard des victimes de violences peut conduire les individus à moins venir en aide aux victimes de violence dans le monde réel. C'est le cas par exemple des enfants qui, une fois exposés à des programmes violents ont tendance à intervenir plus tardivement pour aider un autre enfant victime de violences (Molitor et Hirsch, 1994). Une des raisons pour lesquelles les personnes sont davantage tolérantes à la violence et moins « sympathiques » à l'égard des victimes provient d'une « désensibilisation à la violence » sur lequel nous reviendrons plus loin.

3. Comment la violence médiatique influence-t-elle les individus ?

Il existe différents processus d'influence qui peuvent opérer seul ou en interaction.

Premier processus : le transfert d'excitation (Zilman, 1991)

Chez la plupart des individus, regarder un programme humoristique, violent ou érotique, conduit à notamment ressentir à court terme de l'excitation. L'excitation est conçue comme des réponses physiologiques non spécifiques générées par le média. Cette excitation sera ensuite interprétée par le psychisme en fonction soit du programme lui-même, soit du contexte social dans lequel se trouve l'individu. Ainsi, immédiatement après le visionnage d'un film qui excite, l'individu est prédisposé pendant un temps très court, soit à rire facilement si le contexte dans lequel il se trouve est gai, soit à être violent si le contexte dans lequel l'individu se trouve est hostile. De la même manière, si l'individu a, lui-même, plus souvent que la moyenne des comportements violents, cette excitation se transformera plus facilement en violence.

Deuxième processus : l'amorçage cognitif (Jo and Berkowitz, 1994)

La violence dans les médias peut amorcer des pensées agressives à court terme et activer le « programme-schème moteur » de l'action agressive. L'amorçage rend en conséquence plus probable le comportement agressif. Certains auteurs pensent que, s'il se répète, l'amorçage peut avoir des effets à long terme sur le renforcement des représentations et des schèmes-moteurs agressifs en mémoire (Bargh, 1984).

Troisième processus : Imitation à court terme et effet d'apprentissage et de modelage à long terme (Bandura, 1965, 2002)

Il faut distinguer l'imitation que l'on observe chez les enfants dans le cadre d'un jeu de l'imitation réalisée en dehors d'un jeu. Si dans les deux cas l'enfant refait ce qu'il a pu voir, dans le jeu, l'enfant a conscience de jouer et imite un héros violent de façon ludique. Le deuxième type d'imitation est différent puisqu'il consiste en un apprentissage de la violence pour régler certains problèmes dans de réelles situations de conflit. Il faut indiquer que l'effet de modelage et d'apprentissage est surtout observable chez les enfants qui commettent déjà plus souvent que la moyenne des actes agressifs. L'enfant va alors résoudre un problème par des comportements violents. Dans le cas de l'effet de modelage, les représentations agressives et les actes violents peuvent devenir des habitudes chez l'enfant.

Quatrième processus : la désinhibition à long terme

A force d'être exposé à des images violentes, les individus perçoivent la violence comme étant moins interdite socialement. Elle est perçue comme étant plus légitime. Les individus tolèrent mieux son utilisation dans la vie quotidienne car on ne trouve pas systématiquement de sanctions sociales de cette violence ou du héros violent.

Cinquième processus : la désensibilisation

Le processus de désensibilisation (Drabman et Thomas, 1976) a été surtout observé chez les enfants. Lorsque l'enfant voit des comportements violents chez les autres enfants ou chez les adultes, il a tendance à davantage accepter cette violence dans la vie quotidienne. Plus les enfants regardent de la violence dans les médias et plus ils ont tendance à moins réagir émotionnellement

aux comportements violents des autres. Ce phénomène « d'accoutumance » conduit souvent les enfants à demander de plus en plus de violence dans les fictions. Bien qu'on ait peu de travaux sur ce thème, on a montré que lorsque des enfants de huit ans sont témoins d'une bagarre entre enfants, plus ils regardent la télévision et plus ils demandent tardivement l'aide d'un adulte pour séparer les enfants bagarreurs.

Le processus de désensibilisation a également été observé sur la diminution des réponses émotionnelles mesurées à l'aide d'indices physiologiques et corporels : plus les personnes regardent de la violence et moins leur corps émet de réactions émotionnelles.

4. Pourquoi autant de personnes ne croient pas aux effets de la violence des images médiatiques ?

Malgré la multitude de recherches montrant les effets néfastes des images médiatiques violentes sur les individus, enfants et adultes, et sur la société, beaucoup de personnes persistent à penser que ces effets n'existent pas. Il y a selon nous cinq raisons à cela.

La première concerne la très faible capacité de l'être humain à connaître comment il fonctionne lui-même. Beaucoup de personnes se disent qu'elles regardent très fréquemment des programmes violents ou jouent à des jeux vidéo violents et qu'« elles n'ont jamais tué personne ». Cependant, les effets ne sont que très rarement directs, sont rarement conscients et peuvent se manifester là où on ne les attend pas... Les effets peuvent simplement se manifester par un sentiment chronique de stress, par de fréquents agacements quotidiens ou de petites « querelles » avec son entourage. Dans ces cas, une chose est à conseiller : diminuer ou supprimer les expositions aux images violentes.

Deuxièmement, si beaucoup de personnes affirment que les images violentes ne les influencent, elles pensent, par contre, qu'elles influencent les « autres ». Et « ces autres », quand on les interroge, pensent également la même chose... des autres. Ce biais dans le raisonnement, conduisant à penser que nous sommes moins vulnérables que notre voisin, est connu sous le nom d'effet de la tierce personne (Davison, 1983). Il rappelle le concept d'optimisme comparatif selon lequel, dans les sociétés individualistes, chacun a tendance à se former une perception très « auto-

avantageuse » de ses propres capacités ou de son avenir. Cette perception autocentrée amène chacun d'entre nous à penser que l'on est toujours au moins un peu mieux que « les autres » (Milhabet, 2010) !

Troisièmement, la forte présence sociale de la violence médiatique a sans doute conduit à une habitude générale, provoquant également un effet de désensibilisation collective.

Quatrièmement, les industries culturelles concevant des produits violents ont un intérêt certain, sur le plan économique, à dénier les effets de la violence. En outre, pour garder une harmonie entre leurs actes et leurs pensées, les acteurs économiques se sont-ils peut-être « autopersuadés », finissant par croire à une absence d'effets néfastes, selon le principe bien connu en psychologie consistant à rechercher de la cohérence cognitive.

Cinquièmement, comme l'indique Laurent Bègue (2011), il existe des centaines de facteurs qui influencent les conduites violentes. Ces dernières sont provoquées par une multitude de facteurs biologiques, psychologiques et sociaux qui agissent en interaction. Parmi ces facteurs de risque, il y a les images violentes. Même si des expérimentations montrent leurs effets directs sur les pensées agressives et les comportements violents, il ne faut pas oublier que, dans la réalité sociale, il est rare d'observer des effets d'agression directs en raison de la complexité des causes à la base des comportements (e.g. la capacité à plus ou moins « se contrôler », la « personnalité » ou le contexte social qui favorisent plus ou moins le passage à l'acte violent). Les effets peuvent également être plus discrets, comme des agressions verbales, des petits énervements, une sensation de stress.... Les personnes n'auront alors pas l'idée de les attribuer aux images violentes précédemment vues. De même, si certaines personnes ne se comportent pas de manière agressive, les images violentes peuvent cependant empêcher ou diminuer les pensées, les comportements altruistes et pro-sociaux (d'aide ou de fraternité). Il est donc tentant, pour des individus qui ne s'en rendent logiquement pas compte, de dénier les effets néfastes des images violentes.

5. Conclusion

Les recherches sur l'impact des images violentes sur les individus montrent que la violence

médiatique influence de manière négative les enfants, les adolescents et les adultes. L'impact est encore plus marqué sur les personnes qui ont, dans la vie quotidienne des comportements agressifs et violents plus fréquents que la moyenne. La pluralité et la diversité des méthodes d'étude, montrant à chaque fois des effets délétères, conduisent à accroître la validité des résultats. L'impact des images violentes sur les personnes qui n'aiment pas la violence est plus faible en raison notamment du fait qu'elles s'y exposent peu. Celles-ci seraient peut-être plus capables que les autres d'avoir une vision systématiquement critique et distanciée du contenu.

Du côté des solutions, il y aurait sans doute un meilleur équilibre à trouver entre les deux côtés du balancier. D'un côté, pour les producteurs, médias et industries culturelles, premièrement, la nécessité d'informer et la liberté d'expression et, deuxièmement, le respect de leur recherche d'intérêts économiques. En effet, selon eux, la violence attire des publics particuliers, qui en tant que « segments de marché », permettraient d'accroître leur chiffre d'affaires.

Cependant, de l'autre côté, il y a des intérêts humains et sociaux. Les enjeux liés à la diminution de la violence sur les écrans ne sont pas anodins. Le premier serait indéniable : il s'agit de la diminution du sentiment d'insécurité, des angoisses sociales et des stigmatisations de certains groupes sociaux -devenus boucs émissaires- qui l'accompagnent. Le deuxième enjeu -également fort probable même s'il est difficilement quantifiable en amont et *a priori*-, serait lié à la diminution du nombre d'actes sociaux violents. Troisièmement, plusieurs recherches montrent que l'habitude à la violence conduit à affaiblir les pensées altruistes. On pourrait donc envisager –sans angélisme cependant- que la diminution de la violence sur les écrans favoriserait l'émergence de pensées plus altruistes et la mise en œuvre de certains comportements d'entraide.

En attendant que les producteurs médiatiques prennent leurs responsabilités –inspirées peut-être par le courant managérial de la Responsabilité Sociale des Entreprises⁹- ou que les pouvoirs publics franchissent un pas supplémentaire vers davantage de protection des récepteurs¹⁰ ou

⁹ Suivant le vieil adage des Relations Publiques et de la Communication « Bien faire... et le faire savoir », les entreprises médiatiques et industries culturelles trouveraient un intérêt certain sur le plan commercial, mais aussi au niveau de leur image de marque à se positionner comme « entreprise respectant un principe éthique limitant la diffusion de la violence » en dépassant largement les règles édictées par le CSA. A titre personnel, nous sommes certains que l'établissement d'une telle image leur serait, à court et à long termes, favorable.

¹⁰ Des mentions explicites, sonores et écrites sur l'écran, expliquant les effets de la violence sur les récepteurs en début, au cours et en fin de réception des images violentes pourraient être ajoutées, dans une logique assez proche

d'éducation aux images à l'école (voir Frau-Meigs, 2011), que peut-on conseiller aux parents en dehors du fait de limiter l'exposition médiatique des enfants ? Lorsque l'enfant voit des images violentes, le discours d'un adulte lui donnant la possibilité de les interpréter de façon critique et distanciée, pourrait permettre d'amoinrir certains de leurs effets néfastes.

Didier Courbet et Marie-Pierre Fourquet-Courbet

► Les références bibliographiques peuvent être demandés aux auteurs

Courbet D. et Fourquet MP, (2003) *La télévision et ses influences*, Bruxelles, De Boeck

des inscriptions sur la dangerosité du tabac inscrites sur les paquets de cigarette. Pourquoi ne pas réfléchir également à l'établissement d'un véritable label attribué par un organisme indépendant récompensant les efforts des entreprises médiatiques et des industries culturelles (production cinématographique, jeux vidéo, diffuseurs par exemple) s'engageant dans la voie de la réduction de la violence ?