

Médias et conflits sociaux

Anne-Marie Gingras

Volume 28, Number 3, 1997

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/703779ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/703779ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Institut québécois des hautes études internationales

ISSN

0014-2123 (print)

1703-7891 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this document

Gingras, A.-M. (1997). Médias et conflits sociaux. *Études internationales*, 28(3), 615–622. <https://doi.org/10.7202/703779ar>

LIVRES

1. Étude bibliographique

Médias et conflits sociaux*

Anne-Marie GINGRAS**

Les années '90 constituent une décennie faste pour la recherche en communication. On assiste au retrait, voire à l'élimination du modèle linéaire de la communication (émetteur-message-récepteur) fondé sur la célèbre question d'Harold Lasswell « qui dit quoi, à qui, par quel canal, avec quel effet », pour privilégier plutôt la conceptualisation du rôle catalyseur des médias à l'intérieur de processus politiques et sociaux. Les médias « participent » aux conflits sociaux, en quelque sorte. Si l'obsession des « effets » directs des médias ne s'est pas encore tout à fait estompée, la recherche tend vers l'intégration de l'action des médias à l'intérieur de phénomènes plus complexes.

Cette transformation de la recherche, bien amorcée depuis une vingtaine d'années du côté des libéraux¹, rejoint la recherche critique, qui a historiquement considéré l'action des médias à l'intérieur de structures de domination, analysant ainsi les moyens de communication dans des processus qui transcendent l'intentionnalité des acteurs et qui s'inscrivent dans des phénomènes plus collectifs qu'individuels².

* NEUZIL, Mark et William KOVARIK, *Mass Media and Environmental Conflict. America's Green Crusade*, Thousand Oaks, Sage Publications, 1996, 372 p.

MOWLANA, Hamid, *Global Communication in Transition. The End of Diversity?*, Thousand Oaks, Sage Publications, 1996, 232 p.

VALVIDIA, Angharad N., *Feminism, Multiculturalism and the Media. Global Diversities*, Thousand Oaks, Sage Publications, 1995, 248 p.

** Professeure au Département de science politique de l'Université Laval, Québec.

1. Pensons à la spirale du silence, d'Élizabeth Noelle-Neumann ou encore à la deuxième génération des travaux sur l'agenda setting.

2. Les modèles critiques sur le rôle des médias ont également subi des transformations non négligeables depuis deux décennies. Voir à ce sujet Armand et Michèle MATTELART, *Penser les médias*, Paris, La Découverte, 1986 et *À la recherche du public*, Hermès, nos. 11-12, Paris, Centre national de la recherche scientifique, 1993.

Cette perspective correspond à celle privilégiée par les auteurs des trois ouvrages analysés, qui cherchent à cerner le rôle catalyseur des médias dans des contextes précis : Mark Neuzil et William Kovarik examinent des conflits écologiques américains antérieurs à 1960, les auteures de *Feminism, Multiculturalism and the Media* présentent des études de cas concernant des questions reliées à la condition féminine et l'appartenance ethnique et Hamid Mowlana utilise l'exemple iranien dans une apologie visant la réorientation de la recherche en communication internationale.

Si la tentative de conceptualiser le rôle sociétal des médias dans des phénomènes politiques et sociaux constitue la caractéristique commune des ouvrages cités, là s'arrêtent cependant les ressemblances, et l'exercice est accompli avec un bonheur inégal. La difficulté de théoriser de la majorité des auteurs s'explique en partie par l'incohérence – dans le cas de Mowlana – en partie par la fin des certitudes ; les modèles théoriques « fermés » qui ne laissent aucune place à l'indétermination relèvent des sciences sociales d'un autre âge, semble-t-il. Aussi cherche-t-on soigneusement à mesurer ses prétentions théoriques à des études de cas précis. Effet de post-modernité ou simple prudence ? Difficile de le dire, mais force est de constater que le développement théorique occupe une portion fort congrue.

Pour rendre compte des trois ouvrages cités, nous débiterons par l'examen du sens général de chacun des trois livres, ce qui nous permettra d'examiner brièvement le rôle catalyseur des médias qu'on y retrouve, avant de procéder à une analyse transversale thématique axée sur le rôle des médias dans la construction de l'imaginaire politique et la culture comme lieu d'action politique.

Mass Media and Environmental Conflict, de Neuzil et Kovarik, constitue l'histoire de quelques conflits (1870-1948) aux États-Unis ; l'analyse fait état des interactions entre médias de masse, groupes écologiques, entreprises privées et acteurs publics, le tout situé par rapport aux valeurs dominantes de l'époque. Les auteurs décrivent l'engagement des médias dans les conflits écologiques en précisant les circonstances dans lesquelles les objectifs des écologistes ont été atteints. À certains moments, soutient-on, les médias ont fait la promotion du changement social grâce à une convergence entre les valeurs dominantes du système social, le travail des écologistes et les intérêts de la classe politique, voire des entreprises privées. Dans d'autres circonstances, les conflits ont résulté en échecs pour les écologistes et l'étude de la conjoncture laisse voir la difficulté d'établir des alliances entre les médias et certains acteurs politiques.

Quant au livre dirigé par Angharad N. Valvidia, *Feminism, Multiculturalism and the Media*, il contient un ensemble d'analyses socio-politiques et d'études sur la construction des identités – aujourd'hui multiples – reliées aux médias de toutes sortes : médias d'information traditionnels, publicité, musique et cinématographie. Cet ouvrage pourrait certainement prétendre au titre de livre le plus politiquement correct de la décennie, car outre les oppressions

liées au genre et à l'appartenance ethnique, on tient également compte de l'orientation sexuelle et de la classe sociale. L'analyse de toutes ces questions se fait de manière concomitante, l'idée étant de conceptualiser simultanément ces questions pour faire ressortir l'imbrication des différents types d'oppression au lieu de les prendre en considération de manière isolée puis d'en faire un amalgame sans imagination. Cela permet souvent de constater que la prise en compte d'une seule « variable » s'avère insuffisante pour expliquer la situation spécifique dans laquelle se trouvent certains groupes. Les auteures considèrent que les médias constituent d'une part, des indicateurs de l'oppression des femmes qui perpétuent bien souvent le statu quo et d'autre part, des terrains de lutte contre l'idéologie dominante.

Hamid Mowlana constitue le seul auteur qui nous convie à une réflexion sur la recherche en communication internationale en insistant sur la nécessité d'un renouveau conceptuel. L'ouvrage est composé d'articles de revues et de chapitres déjà publiés et l'auteur ne s'est malheureusement pas préoccupé d'insuffler une cohérence minimale à l'ensemble. Le renouveau conceptuel pour la communication internationale qu'il appelle de ses vœux inclut la prise en compte plus marquée de la culture et des communications (par le biais des systèmes de croyances et des valeurs), des domaines dont l'influence doit être conceptualisée dans un monde de plus en plus marqué par les particularismes ethniques, religieux, culturels. Les paradigmes réalistes et d'économie politique en relations internationales négligent selon lui ces facteurs et en conséquence, ont été incapables d'*expliquer* et de *prévoir*, les missions traditionnelles des sciences sociales. La liste d'événements non prévus et maladroitement expliqués comprend entre autres, selon lui, la fin des régimes communistes, la chute du shah d'Iran et l'arrivée de Khomeiny. Si la critique des paradigmes réaliste et d'économie politique n'est pas inintéressante, le « modèle écologique » élaboré pour rendre compte du phénomène communicationnel sur la scène internationale ne constitue qu'une liste de « terrains écologiques » (écologie des biens et marchandises, des services, écologie militaire, écologie de l'information, de l'habitat, de l'éthique et de la moralité) dont on voit mal comment ils s'articulent les uns aux autres.

Cette collection d'articles et de chapitres aurait néanmoins pu servir de fondement à une nouvelle conception du rôle des médias, puisque Hamid Mowlana défend également l'idée qu'il faut tenir compte des cultures non occidentales en relations internationales. Mais l'auteur ne réussit pas à convaincre parce que sa conception des médias n'est pas très novatrice – il les assimile à des outils de mobilisation, de cristallisation et de légitimation – et parce qu'il utilise la forme fallacieuse du faux dilemme : la communication sera soit de type occidental « information-marchandise », soit axée sur les impératifs islamiques. Ces derniers correspondent tout simplement à la mise en place d'un Islam politique. Ainsi, sa défense de « l'indépendance de la radio et de la télévision iraniennes sous supervision judiciaire et législative » ne vise qu'à justifier l'actuelle mainmise des médias audio-visuels de la part des pouvoirs publics en Iran. Une nouvelle (sic) forme de contrôle de l'informa-

tion semblerait justifiée parce qu'il y a décentralisation – et non centralisation comme en Occident – aux mains des fondés de pouvoir dans la « tradition socio-politique islamique ». La démonstration de l'auteur ne convainc aucunement parce que sous couvert d'une « alternative » aux médias occidentaux qui respecterait les valeurs de la société iranienne, il privilégie une voie autoritaire de gestion de la société ; ainsi, que la culture spécifique iranienne soit ancrée dans la tradition islamique ne justifie aucunement le contrôle gouvernemental de la radio et de la télévision en Iran, tout comme l'islamisme n'est pas synonyme d'autoritarisme.

I – Le rôle des médias dans la construction de l'imaginaire politique

Un soir d'octobre 1938 aux États-Unis, alors que la fiction de H.G. Wells sur l'invasion de la Terre par les martiens était jouée à la radio, un des six millions d'auditeurs et d'auditrices fut pris de panique ; on alerta ses voisins, chercha à rejoindre ses proches, tenta de fuir sa ville ou son village³. Cet épisode, survenant quelques années après la montée du nazisme en Allemagne et après la propagande utilisée lors des deux Guerres mondiales, acheva de convaincre de la forte influence des médias sur les esprits.

C'est l'époque où aux États-Unis apparaissent les méthodes de recherche visant à mesurer les attitudes individuelles, comme le panel⁴ ; les médias cessent alors d'être considérés comme de vulgaires moyens de transmission de l'information, pour être plutôt conçus comme des moyens permettant des échanges d'idées et d'impressions pouvant modifier les attitudes et les comportements. Des agences gouvernementales américaines comme la CIA et l'armée ainsi que des entreprises subventionnent les départements de communication, entre autres au Massachusetts Institute of Technology (Ithiel de Sola Pool), au Bureau of Applied Social Research à Columbia (Paul Lazarfeld) et à l'Institute for International Social Research de Princeton (Hadley Cantril). Elles peuvent ainsi influencer l'orientation générale de la recherche ; le financement permet de sélectionner ceux qui font autorité dans le domaine en produisant des manuels de cours, écrivant abondamment dans des revues spécialisées et devenant par la suite recteurs, voire professeurs émérites. La recherche emprunte alors les voies de la propagande et du renseignement militaire, la communication de masse étant considérée comme un outil de gestion sociale et une arme dans les conflits sociaux⁵.

Aujourd'hui, l'impact des médias dans l'imaginaire collectif constitue une préoccupation largement partagée tant chez les libéraux que chez les critiques. Neuzil et Kovarik expliquent à ce sujet l'influence du magazine *Forest and Streams* (fondé en 1873) sur le changement de mentalité de l'époque ; le

3. Armand MATTELART, *La communication-monde. Histoire des idées et des stratégies*, Paris, La Découverte, 1992, p.86.

4. Voir *The People's Choice*, en 1944.

5. Hamid MOWLANA, *op. cit.*, p. 9.

magazine faisait la promotion d'une éthique anglaise de la chasse, c'est-à-dire de la restriction au gibier, du respect des saisons de chasse, de l'usage des techniques appropriées. On faisait la promotion de la chasse sportive et dénigrat la chasse commerciale. Le magazine s'opposait à l'approche américaine égalitariste face à la nature, qui s'appuyait sur le mythe des ressources inépuisables, sur l'individualisme ainsi que sur une éthique de survie et une tradition judéo-chrétienne de domination de la nature⁶.

Les luttes écologiques au 19^e siècle et dans la première moitié de ce siècle aux États-Unis ont toutes nécessité la défense d'idées contraires à celles de l'idéologie dominante, c'est-à-dire un certain travail dans la construction de l'imaginaire politique. L'ouvrage de Neuzil et Kovarik relate l'histoire de l'introduction de la gazoline au plomb dans les années '20 et la difficulté pour les médias de transcender une des idées dominantes, le mythe de la toute-puissance de la science. Alors que depuis l'empire romain, les dangers associés à l'usage du plomb étaient reconnus, on a néanmoins introduit ce produit dans la fabrication de la gazoline pour prévenir les cognements de moteur et ce, grâce à des expertises scientifiques attestant de son innocuité. Les partisans du plomb et ses détracteurs avaient chacun leurs expertises, celles des premiers produites par des scientifiques à leur solde, alors que les experts contestant l'innocuité du plomb provenaient des cercles universitaires. Face à des expertises contradictoires, les médias n'ont pu que reproduire les arguments des uns et des autres, leurs éditoriaux faisant cependant état des positions favorables à l'industrie ou à la santé publique de leur direction. La reproduction des positions des défenseurs et des détracteurs du plomb met en perspective la relative impuissance des médias face à la science, ce qu'atteste la déclaration du célèbre Walter Lippmann dans cette affaire voulant que les médias ne pouvaient être efficaces que si on leur fournissait l'information technique pertinente. Alors qu'existait une littérature scientifique sur les alternatives à la gazoline au plomb pour éliminer les cognements de moteur, alors que des brevets pour ces alternatives avaient été émis, les journalistes n'ont utilisé que les informations fournies par les acteurs du conflit⁷. La dépendance du travail journalistique face aux sources constitue l'une des caractéristiques attestant de l'impossibilité, pour les médias, de jouer le rôle de forum de délibération publique et encore moins de « chien de garde » à l'affût des abus de pouvoir de toutes sortes.

L'ouvrage dirigé par Angharad N. Valvidia fait également état du rôle des médias dans la construction de l'imaginaire politique. La reconnaissance de l'influence des médias pour façonner perceptions et croyances a mené à la mise sur pied d'un service de nouvelles, *Women Feature Service*, dont le siège social se trouve à New Delhi. Originellement créé grâce à un fonds spécial des Nations Unies qui voulait célébrer la décennie des femmes (1975), le projet a connu des succès inégaux à travers le monde. Le service visait à combler trois

6. Mark NEUZIL et William KOVARIK, *op. cit.*, pp. 6-24.

7. *Ibid.*, pp. 146-159.

lacunes concernant les médias internationaux : la couverture faisait peu état des questions reliées à la condition féminine, les femmes étaient stéréotypées et banalisées dans les médias et les postes de décisions échappaient aux femmes dans ces organisations. Le service de nouvelles a permis d'augmenter le nombre de femmes journalistes, de modifier les pratiques en introduisant la parole des femmes dans des articles portant sur la politique, l'économie, la guerre, la paix, la santé, la religion, etc. et les articles de *Women Feature News* ont aussi présenté des mises en contexte plus fouillées.

Feminism, Multiculturalism and the Media contient également des études de cas démontrant comment l'imaginaire politique peut être restreint par une couverture médiatique limitée aux seuls acteurs d'un conflit ; le chapitre portant sur la couverture d'un viol collectif dans une petite ville américaine illustre les difficultés des médias à transcender les stéréotypes et les idées reçues. Un viol en gang effectué sur une table de billard de bar par plusieurs travailleurs portugais a suscité fort peu d'éléments explicatifs dans les médias ; le crime a été associé à la culture portugaise machiste, et féministes et portugais ont été renvoyés dos à dos. Le cas soulevait par ailleurs des questions fort controversées sur lesquelles le silence des médias s'est abattu : le viol comme forme fréquente de violence à l'endroit des femmes aux États-Unis, l'inaction de plusieurs spectateurs du viol à l'intérieur du bar, l'intégration des Luso-américains à la culture américaine, l'oppression raciale et la difficulté pour des personnes immigrantes peu éduquées de faire valoir leurs droits dans le système de justice⁸. Ce cas dénote, tout comme celui de l'introduction du plomb dans la gazoline, la grande dépendance des médias envers leurs sources et leur incapacité à servir de lieu de délibération publique.

II – La culture comme lieu d'action politique

Les *cultural studies* ont depuis une vingtaine d'années défendu l'idée qu'une bonne part du politique ne se manifeste pas sous des dehors proprement politiques et que les produits culturels – la musique, la cinématographie, la publicité, etc. – contiennent aussi du politique ; autrement dit, les rapports de pouvoir s'y manifesteraient et la culture constituerait en conséquence un terrain de lutte politique. La reconnaissance des aspects politiques des produits culturels pose peu de difficultés ; la présence de stéréotypes, le potentiel libérateur de la création et l'existence de symboles reliés au pouvoir indiquent que la question du pouvoir imprègne effectivement la culture. La seconde partie de l'équation – celle qui a trait à la culture comme terrain de lutte politique – nous apparaît moins claire. Mais avant de préciser ce point, voyons comment certaines des collaboratrices de *Feminism, Multiculturalism and the Media* présentent la culture comme lieu de pouvoir.

Dans « Representing Ourselves », Marina Heung étudie les vidéos qui ont pour objectif de « décoloniser » les femmes asiatiques par rapport aux images

8. Lisa M. CUKLANZ, « News Coverage of Ethnic and Gender Issues in the Big Dan's Rape Case », in Angharad N. VALVIDIA, *op. cit.*, pp. 145-162.

stéréotypées sur elles. Les systèmes dominants de représentation produisent et renforcent les schèmes mentaux et les images qui vont contraindre, déshumaniser et priver de pouvoir des individus et des groupes dans les cultures des premier et troisième mondes. Il y a intériorisation de la « colonisation » ; les stéréotypes infiltrent et transforment la conscience des femmes asiatiques. La résistance doit s'exercer grâce à des renversements sémantiques et à la propagation d'images, d'objets et de symboles qui charrient un sens différent. Les films étudiés par l'auteure ne concernent pas un agenda proprement politique ou social ; il y est plutôt question de représentations du corps, des relations familiales et d'un esthétisme différent. On décolonise ainsi la perception que les femmes asiatiques ont d'elles-mêmes, ce qui est en soi politique⁹.

Dans un autre chapitre, la musique hip-hop, ou rap, sert d'exemple dans la construction conflictuelle de l'identité des femmes afro-américaines. Bon nombre d'entre elles apprécient cette musique qui met en valeur l'urbanité, la contestation, voire l'agression, la sexualité, l'anti-assimilationnisme. Or, le modèle idéal de l'Afro-américaine s'accorde mal des expressions de colère, de vulgarité, de sexualité. L'auteure en conclut que la musique hip-hop a la capacité de refléter et restructurer les relations sociales et les interactions entre diverses cultures. Du choc des représentations qui s'écartent de la soit-disant normalité résulterait une « manipulation spéciale des relations sociales¹⁰ ».

Cet exemple illustre à merveille la controverse qui déchire les études critiques. La culture est politique en ce sens qu'elle situe par rapport au pouvoir et à l'oppression. Dans l'établissement des identités – afro-américaine, juive, asiatique, etc. – il y a un aspect irrévocablement politique parce que chaque groupe affirme sa place par rapport aux autres. Mais considérer la culture comme le terrain de lutte politique par excellence suppose que la politique se limite à une lutte idéologique, une lutte de représentations. Or, ces luttes n'épuisent pas la politique, aussi – surtout, diraient certains – faite d'actions : de militantisme, de luttes pour des politiques publiques différentes, d'action judiciaire, voire de travail dans le domaine économique. En voulant signifier que le monde culturel est éminemment politique et élargir, croit-on, le sens du politique, on le limite en fait au domaine des représentations.

S'il faut en croire Todd Gitlin, cette controverse origine d'une désillusion de nombreux chercheurs et chercheuses critiques, qui, épuisés de n'avoir aucun espoir de résistance à la culture dominante dans le domaine politique, auraient choisi d'analyser la culture comme lieu où des énergies contestataires s'expriment. L'auteur écrit avec justesse : « Culture, of course, is streaked with politics. So, indeed, is pleasure. But it is pure sploppiness to conclude that culture is politics¹¹. »

9. Marina HEUNG, « Representing Ourselves », in VALVIDIA, *op.cit.*, pp. 82-104

10. Kyra D. GAUNT, « African American Women Between Hopscotch and Hip-Hop: « Must Be the Music (That's Turning Me On) », in VALVIDIA, *op. cit.*, pp. 277-308.

11. Todd GITLIN, « The Politics of Information and the Communication of Politics », in James CURRAN et Michael GUREVITCH, (dir.), *Mass Media and Society*, Londres, Edward Arnold, 1992, p. 336.

Conclusion

Dans les trois ouvrages analysés, le développement théorique s'avère fort inégal; le rôle des médias dans les conflits sociaux est parfois simplement affirmé (sans être démontré), parfois mieux analysé. Au total, ce développement occupe néanmoins une portion congrue.

Les difficultés de conceptualisation relèvent de ce que presque tous les auteurs examinent le rapport aux médias en fonction du produit fini que ceux-ci livrent: les nouvelles, la publicité, la cinématographie sont étudiées comme produits et non comme processus. Or, pour une conceptualisation adéquate du rôle des médias dans les conflits sociaux, le « travail médiatique » doit être appréhendé comme un processus de production: sélection, contraintes organisationnelles, idéologiques et financières, rapport aux sources, rapport aux publicitaires, etc. L'examen du processus de production médiatique démontre que les médias doivent être situés par rapport au pouvoir et aux acteurs politiques; leurs alliances avec tel acteur social, leurs silences, leurs prises de position dans un conflit social ou leurs failles dans la couverture d'un événement trouvent alors une explication qui dépasse la simple constatation et acquiert une véritable dimension analytique.

Dans les trois volumes étudiés, le rôle des médias dans les conflits sociaux se trouve trop souvent juxtaposé à des problématiques – le féminisme, l'écologie, etc. – sans constituer en soi une problématique. L'examen des processus de production médiatique constitue l'unique manière d'intégrer dans une problématique spécifique les médias et ce, pour tout conflit social.