La panique médiatique entre déviance et problème social : vers une modélisation sociocognitive du risque

Media panics beyond Deviance and social Problem : Modelling Risk in social Cognition

Divina Frau-Meigs

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/387>

DOI : 10.4000/questionsdecommunication.387

ISSN : 2259-8901

Éditeur

Presses universitaires de Lorraine

Édition imprimée

Date de publication : 30 juin 2010

Pagination : 223-252

ISBN : 978-2-8143-0024-8

ISSN : 1633-5961

Référence électronique

Divina Frau-Meigs, « La panique médiatique entre déviance et problème social : vers une modélisation sociocognitive du risque », *Questions de communication* [En ligne], 17 | 2010, mis en ligne le 01 juillet 2012, consulté le 19 avril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/387> ; DOI : 10.4000/questionsdecommunication.387

Ce document a été généré automatiquement le 19 avril 2019.

Tous droits réservés

La panique médiatique entre déviance et problème social : vers une modélisation sociocognitive du risque

Media panics beyond Deviance and social Problem : Modelling Risk in social Cognition

Divina Frau-Meigs

- 1 La modernisation rapide et l'internationalisation des échanges ont donné naissance à ce qu'Ulrich Beck appelle « une société du risque » qui se préoccupe non plus de la sécurité des individus par rapport aux seules forces de la nature, mais par rapport aux forces du développement technologique. Le risque est devenu partie intégrante de la subjectivité et de la réflexivité ; sa gestion et sa prévention sont considérées comme une nécessité politique, économique et sociale. Induit par la production humaine, le risque est également potentiellement réductible du fait même de l'implication de l'homme dans le processus, en partie par des formes de régulation et d'auto-régulation. Toutefois, la prégnance du risque résulte en ce que Zygmunt Bauman qualifie de « peur liquide », un sentiment d'insécurité qui émane du processus d'individualisation et d'autonomisation propre au système libéral, lequel met de plus en plus la responsabilité des choix entre les mains de l'individu alors même que la capacité d'exercer ces choix est limitée par des infrastructures techniques, politiques et économiques qui se complexifient et manquent de transparence. Cette théorie a été appliquée aux risques scientifiques et environnementaux, comme dans le cas du « principe de précaution » (Lupton, 1999). Elle n'a pas été appliquée à l'environnement médiatique, dont la construction des problèmes sociaux est pourtant très fortement associée aux incertitudes des nouvelles technologies de l'information et de la communication.
- 2 Pourtant le sentiment d'insécurité à l'égard des médias s'est traduit ces dernières décennies par une série de peurs liquides qui pourraient être qualifiées de « paniques médiatiques » : ce sont des formes extrêmes d'engagement des individus avec certaines

représentations véhiculées par les médias – perçues comme des contenus à risque (réels ou possibles) –, au point de les amener à se manifester collectivement et à interpeller les pouvoirs publics. Ces paniques sont trans-médiatiques, présentes tant dans les médias audiovisuels classiques que dans les médias numériques. Elles parcourent l'opinion publique en profondeur et concernent de manière récurrente un nombre assez restreint de contenus focalisés sur des représentations de violence, pornographie, pédophilie et publicité. D'autres préoccupations moins clairement exprimées existent aussi sur le rapport fiction/réalité, l'obésité ou encore l'identité culturelle et l'appartenance ethnique. Toutes relaient un sentiment de perte des repères, de désarroi des valeurs sociales et manifestent une inquiétude pour l'intégrité morale et psychique de la personne. Leur substrat montre que la peur touche à des valeurs profondes de la société, certaines conditionnant sa survie : la mort et qui peut la donner (violence), la sexualité et qui peut la susciter (pornographie, pédophilie). Dans ces deux cas, il s'agit des modes de production et de reproduction sociale qui sont en jeu. D'autres conditionnent la survie des médias eux-mêmes : la publicité et le rapport fiction/ réalité posent la question de la vérité et de la manipulation, essentielle pour légitimer les médias dans leur utilité sociale. D'autres enfin conditionnent la survie de l'individu : l'identité et l'obésité relèvent du bien-être et de l'équilibre psychique et physique.

- 3 Dans tous les cas, deux éléments récurrents sont à noter : leur attention aux contenus de la représentation, présentés comme « à risque » et pouvant mener à des comportements eux-mêmes « à risque » ; leur focalisation sur les jeunes comme population « à risque ». En cela elles se distinguent de tout autre phénomène ou événement dont les médias s'emparent et se font le relais amplificateur, comme la couverture politique d'une manifestation ouvrière ou la représentation fictive d'une relation amoureuse ou familiale. L'attribution du risque médiatique devient donc un acte public et politique de la part d'une série d'acteurs sociaux, préoccupés de l'intervention croissante des médias dans la socialisation des jeunes. C'est l'impact des messages qui pose problème, leur trace dans les esprits comme dans les attitudes, d'où le fait que les paniques se focalisent très rapidement sur la protection de l'enfance et de l'adolescence et s'appuient sur les droits de l'homme (à la dignité, notamment). Dans le cas de la violence par exemple, en France comme aux États-Unis et au Canada, dans les années 1994-1997, la panique a mené les éducateurs, les parents et les médecins de l'enfance à se mobiliser pour finalement obtenir des pouvoirs publics la mise en place d'une signalétique assortie d'une classification des programmes tenant compte des divers âges et degrés de contenu, et ce, malgré la résistance active du secteur de l'audiovisuel (Frau-Meigs, Jehel, 1997).
- 4 Une telle attribution du risque médiatique implique d'associer théorie du risque et morale sociale ainsi que de s'adosser à une théorie de la socialisation par les médias qui ne va pas de soi pour de nombreux chercheurs (Frau-Meigs, 2010a). Pour les uns, cela supposerait de criminaliser les médias en les associant à la peur du crime, ce que beaucoup répugnent à faire car, traditionnellement, le blâme tend à être mis sur des individus, pas sur des entités abstraites (Lupton, 1999 ; Critcher, 2003). Pour les autres, cela reviendrait à reconnaître des effets des médias en réception alors qu'ils tendent à construire celle-ci comme un acte individuel et non pas collectif (Mondzain, 2002). Pour d'autres encore, cela impliquerait de reconnaître que les usages individualisés sont seulement palliatifs, atténuant les symptômes sans agir sur la cause, les jeunes pouvant toujours « faire avec » les médias en s'adaptant à l'offre commerciale (Livingstone, 2008). Toutes ces réticences scientifiques – légitimes, quoique liées à des positionnements

stratégiques et territorialisés de la recherche – peuvent expliquer la répugnance de nombreux chercheurs à s'impliquer dans une analyse du phénomène qui, dans la société française, a, en outre, tendance à opposer l'irrationalité des paniques à la liberté d'expression et à associer panique et censure (Juiller, 2002). Malgré tout, les paniques médiatiques reviennent cycliquement, comme une forme collective de résistance basique, instinctive, têtue. Elles ne parcourent pas seulement la société française : si elles traversent l'Occident et tous les pays riches en médias, elles n'épargnent pas les pays émergents de l'Asie et de l'Europe de l'Est, preuve que leur prégnance est la marque d'une réelle peur liquide. Elles sont « cosmopolitiques », dirait Ulrich Beck, c'est-à-dire qu'elles subissent les contrecoups de la mondialisation des flux et des contenus médiatiques de manière non linéaire qui dépasse les frontières des états. Toute analyse de ces paniques dans la société des réseaux et des échanges transnationaux doit donc incorporer une lecture multilinéaire du phénomène et en faire une construction évolutive et dialogique pour tenir compte de l'intensification croissante de l'interaction sociale à distance en coprésence avec des formes de sociabilité locale (Giddens, 2001).

- 5 Les chercheurs anglo-saxons ont pris les paniques beaucoup plus au sérieux que leurs homologues francophones, notamment en s'appuyant sur des modèles développés lors des mouvements sociaux associés aux événements de 1968. En Grande-Bretagne comme aux États-Unis, plusieurs modèles de paniques sont en concurrence, tous tendant à les montrer comme un processus séquentiel et une forme de gestion sociale. Elles sont modélisées comme des paniques morales, mais les uns les ont interprétées à partir d'une analyse de la déviance et de ses phénomènes attenants (Cohen, 1973) alors que les autres les ont conçues comme une forme de construction publique des problèmes sociaux (Blumer, 1971). Dans ces modèles, le rôle des médias est identifié très tôt, mais reconnu comme secondaire par rapport à celui d'autres acteurs sociaux. Les événements du 11 septembre 2001 ont renouvelé l'intérêt pour le sujet, d'autant que les médias y ont joué un rôle plus central (Cricher, 2003). Toute une série de réponses émotionnelles à l'acte terroriste, comme l'anxiété, la colère et la peur, ont montré l'importance d'associer à la théorie du risque les dernières connaissances en sciences cognitives qui insistent sur la centralité de la représentation et son rôle dans la socialisation des individus (Frau-Meigs, 2007). Mais les sciences cognitives prennent peu en compte les médias, malgré leur focalisation sur la représentation mentale (Ledoux, 1996 ; Goleman, 2006). La relation entre cognition et médias ne va pas de soi et doit être explicitée (Juiller, 2002). De ce point de vue, l'analyse de ce type particulier de panique morale qu'est la panique médiatique peut éclairer, à la fois, sur la construction des problèmes sociaux et sur le rôle central des médias en cognition car, bien que la panique médiatique ait pour caractéristique principale le fait que son objet est un contenu à risque diffusé par les médias dont le relais dans l'opinion publique est opéré par les médias, elle n'en a pas moins des implications politiques, légales et sociales. Comprendre la socialisation par les médias implique donc de s'appuyer sur une approche qui incorpore à la fois la théorie du risque et la théorie de l'esprit en utilisant l'apport des neurosciences dans leur version socialisée par la socio-cognition.
- 6 La présente analyse propose une modélisation qui se fonde sur un corpus examinant une série d'études de cas sur les quatre paniques majeures qui mettent en cause les médias, dans leurs flux multilinéaires mondiaux : la violence, la pornographie, la publicité et le rapport à la réalité dans l'actualité (Frau-Meigs, 2010a). Elle recourt à certaines des notions utiles dans les modèles explicatifs de paniques établis en Grande-Bretagne et aux

États-Unis mais, tout en gardant des aspects des modèles antérieurs qui ont fait leur preuve, elle incorpore les apports récents de la théorie du risque et de la théorie de l'esprit pour ajouter à la compréhension du phénomène. Que peut apporter la théorie du risque à l'analyse des médias? Peut-on l'appliquer à la construction publique des problèmes sociaux liés aux médias, elle qui est généralement associée aux risques scientifiques et environnementaux? Peut-on parler de « risques médiatiques »? De quelle nature sont-ils? Peut-on considérer que les paniques médiatiques sont une réponse culturelle à la transgression de valeurs, voire de tabous, avec un recours aux attributs émotionnels (peur, colère, anxiété, frustration) qui sollicite les compétences cognitives des publics? Quel est l'apport d'une analyse cosmopolitique, contrastée et comparative, non linéaire de ces paniques?

Modèles explicatifs antérieurs

- 7 Chas Critcher, dans *Moral Panics and the Media* (2003), propose une revue critique des analyses anglo-saxonnes, en comparant l'approche anglaise et l'approche américaine. Il retrace les grandes étapes de l'évolution de ces modèles, afin de mieux situer le sien, en prolongement du modèle d'origine, celui de Stanley Cohen.

Modèles anglais de paniques morales fondées sur la déviance

- 8 En effet, dans *Folk Devils and Moral Panics* (1973), Stanley Cohen propose le modèle le plus clair à ce jour. Selon lui, la panique est un phénomène d'« amplification de la déviance » en plusieurs séquences. Il définit la déviance comme un écart par rapport à la norme sociale admise qui entraîne un conflit visible, amplifié par les médias, qui jouent comme une caisse de résonance intervenant à plusieurs étapes du processus pour mieux le mettre en crise. Toutefois, même s'il se fonde sur le processus d'amplification, ce modèle n'en reste pas moins un peu linéaire et séquentiel du fait des étapes relevées et de sa conviction qu'il se produit un retour au *statu quo*, une fois la crise passée :

Modèle d'« amplification de la déviance » (*deviancy amplification*)

1. Problème social structurel de départ/initial ;
 2. Solution initiale déviante initiale + réaction sociale exagérée ;
 3. Déviance accrue et polarisation ;
 4. Inventaire (par les médias) ;
 5. Sensibilisation avec rétroaction sur les acteurs ;
 6. Surestimation de la déviance ;
 7. Réaction par culture de contrôle + intervention ;
 8. Retour au *statu quo*.
- 9 Travaillant à partir de la couverture par la presse de manifestations ouvrières et de désastres, Stanley Cohen met l'accent sur le rôle crucial des médias dans la mise à disposition de l'information disponible au public, dans la caractérisation de la déviance et ses causes. Il les considère comme des « agents d'indignation morale ». Au sein de ces séquences, la phase « inventaire » voit les médias jouer un rôle important avec trois processus de base : exagération, prédiction et symbolisation, le langage les aidant à créer

des stéréotypes ou des profils de déviance. Dans la phase de « réaction », les médias jouent d'autres rôles : orientation de l'évaluation (déclin moral), étiquetage généralisateur (« les déviants ») et explications de causalité (rupture de l'ordre, de la loi et de la morale). Les systèmes de contrôle social sont également mis en évidence par le rôle des « entrepreneurs de morale » que sont les hommes politiques et autres décideurs qui prennent en charge, soit la mise en place de mesures innovantes, soit le renforcement de celles qui existent déjà. Selon Stanley Cohen, la sensibilisation au phénomène social mène à une surestimation de la déviance qui entraîne un accroissement de l'intervention de la « culture de contrôle » aux mains des élites conservatrices. Les médias jouent un rôle d'amplificateur et de caisse de résonance au service de cette classe au pouvoir. Ils aident au retour du *statu quo*, en invalidant la déviance comme une rupture de l'ordre social. Cependant, pour l'auteur, la panique morale reste une entité discrète dont il est possible de marquer le début et la fin avec une résolution finale de la crise.

- 10 Dans *Policing the crisis* (1978), Stuart Hall propose un modèle de règlement idéologique des crises dans lequel il considère les paniques morales comme des moyens de maintenir le *statu quo* et de juguler la déviance présentée comme un moteur de changement social positif. Lui aussi examine la contribution spécifique des médias en montrant leur dépendance à l'égard des sources officielles considérées comme « marqueurs premiers » (*primary definers*) de la définition du problème ; les médias sont des « marqueurs secondaires » (*secondary definers*) qui traduisent le discours officiel en discours public ; ils retournent aux décideurs leurs opinions comme si elles émanaient de l'opinion publique, s'y substituant de fait. Le résultat final est que les médias servent les décideurs pour définir une crise spécifique et effectuer le règlement idéologique de cette crise, qui continuera à être traitée de la même manière à chaque retour du problème. La panique morale pour Stuart Hall n'est pas discrète mais multiple car elle tend à perdurer au-delà de l'événement qui l'a déclenchée. Elle est utilisée par l'État pour mettre en crise sa propre autorité et la rétablir par le maintien du *statu quo* et l'écrasement des déviants.

Modèle de « l'hégémonie de l'État » (*state hegemony*)

1. Sources officielles (État) = marqueurs premiers (*primary definers*) ;
 2. Traduction des sources officielles en « langage public » (*public idiom*) par les médias = marqueurs secondaires (*secondary definers*) ;
 3. Rétroaction (*feedback*) des médias aux *primary definers* sous forme d'opinion publique (*public opinion*) ;
 4. Exagération de la violence par les médias pour justifier état de peur et de crise publique (*public concern*) ;
 5. Création de précédent qui sert à analyser les crises futures ;
 6. Retour au *statu quo*.
- 11 Pour Stuart Hall, il s'agit donc moins de « culture de contrôle » que d'hégémonie étatique pour le maintien de certaines normes contre la délinquance et la permissivité sociale. La panique requiert un retour de l'autorité de l'État qui doit mobiliser le consensus de l'opinion afin de rétablir l'ordre. Ici aussi les médias sont secondaires et suivistes, facilement manipulés par l'état. L'analyse marxiste rajoute donc la notion d'« hégémonie » et analyse la panique morale en relation à une façon de vivre de près la crise, qui permet à l'état de maintenir son appareil répressif et ses outils de domination (sur les lois, les délinquants, les syndicats, etc.). Chez Stanley Cohen comme chez Stuart

Hall, la déviance est une tendance connotée positivement (par la possibilité de changement politique) tandis que la panique est connotée négativement comme un artifice pour ôter toute sa crédibilité à la déviance et maintenir le pouvoir aux mains de ceux qui l'ont déjà.

Modèles américains de paniques morales fondées sur la construction des problèmes sociaux

- 12 Les chercheurs américains évoluant dans un univers scientifique de type pragmatique et comportementaliste sont sur une position moins idéologique que les chercheurs anglais. Ils sont aussi dans une position plus interventionniste car la perception du risque est associée à toutes sortes de conséquences légales et juridiques avec des retombées financières dont cherchent à se prémunir les principaux acteurs politiques et économiques, comme l'illustre le cas de *Natural Born Killers* : en 1996, Oliver Stone et son studio hollywoodien, *Time Warner*, furent assignés en justice par Patsy Byers, la victime d'une attaque imitant les comportements de violence extrême représentés dans le film. Les chercheurs américains sont aussi sollicités par un système étatique plus décentralisé avec de multiples niveaux de gouvernance et de multiples niveaux d'intervention pour les acteurs impliqués. Le modèle de panique morale qui a inspiré tous les autres est celui proposé par Herbert Blumer dans « *Social Problems as Collective Behavior* » (1971). Il ne se focalise pas sur la déviance mais sur la construction publique des problèmes sociaux et adopte une approche « constructiviste » et fonctionnelle.

Modèle « constructiviste »

1. Émergence ;
 2. Légitimation ;
 3. Mobilisation ;
 4. Formation d'un plan officiel ;
 5. Mise en œuvre.
- 13 Le modèle constructiviste se veut volontairement orienté sur des prises de décisions publiques et politiques quant au problème social, quel qu'il soit. Il fait très peu de cas des médias. S'inscrivant dans la lignée d'Herbert Blumer, Malcolm Spector et John Kitsuse, dans *Constructing Social Problems* (1977) complexifient la perspective de politique publique en rajoutant la perspective des acteurs et en prenant davantage en compte les médias. Ils s'appuient sur les discours des acteurs décrits comme des « porteurs de revendications » (*claims-makers*) pour exposer les conditions et attitudes moralement critiquables ou intolérables. Ils insistent sur les institutions, les interactions avec les groupes de pression et les réponses juridiques et légales données au problème social. Contrairement à Stuart Hall, ils se focalisent peu sur les structures de pouvoir et de domination comme des conditions objectives de la société qui peuvent expliquer l'instrumentalisation des paniques. Ils considèrent le problème social comme le résultat d'une activité négociée (et non la condition).

Modèle des « porteurs de revendications » (*claims-makers*)

1. Revendications affirmées et publiées ;

2. Réponse des instances officielles ;
 3. Dissensions sur les solutions ;
 4. Propositions d'alternatives ;
 5. Modification du programme/réforme.
- 14 Leur analyse se focalise sur les acteurs, les stratégies, les lieux et l'impact. Les « porteurs de revendications » ne sont pas nécessairement des « entrepreneurs de morale », mais des activistes, des professionnels des lobbies, des juristes, des membres de la société civile, des associations, voire même des agences officielles qui ont une mission de veille. Ils sous-estiment le rôle des médias, considérés seulement les vecteurs des revendications exprimées par les divers acteurs en présence. Ce sont Erich Goode et Nachman Ben-Yehuda, dans *Moral Panics: The Social Construction of Deviance* (1994) qui, les premiers, s'essaient à une tentative de synthèse entre construction sociale et déviance. Leur modèle n'est pas un modèle en étapes ; il propose plusieurs critères de reconnaissance et d'identification de la panique morale qui fait intervenir des éléments sociocognitifs et complexifie la position des acteurs comme porteurs de revendications. Ils font intervenir cinq attributs nécessaires aux paniques morales.

Modèle « attributif » d'Erich Goode et Nachman Ben-Yehuda

1. Inquiétude sur un comportement ;
 2. Hostilité ;
 3. Consensus et résonance sociale ;
 4. Disproportion (par rapport à la réalité) ;
 5. Instabilité (ébullition, irrégularité épisodique).
- 15 Erich Goode et Nachman Ben-Yehuda fournissent trois explications possibles aux comportements des « porteurs de revendications » : le modèle « société civile de base » (*grassroots model*), issu du grand public et de sa tendance à la peur liquide ; le modèle « manipulation par l'élite » (*elite-engineered model*), issu de la culture de contrôle ; le modèle « groupe d'intérêt spécifique » (*interest group model*), issu des échelons intermédiaires de la société et des échelles de pouvoir (*middle management*). Dans ces modèles, la panique n'est pas la face adverse et négative de la déviance mais un des éléments de négociation, nécessaire à la prise de conscience de la gravité du problème public. Les différences et similarités entre les deux pays confirment la validité d'une lecture cosmopolitique des paniques morales. Elles mettent en circulation un certain nombre de concepts explicatifs et d'étapes qui permettent de valider l'existence de ces paniques et leur légitimité comme objet d'analyse sociale. La perspective anglaise met l'accent sur les valeurs morales et les conditions de leur production et de leur survie par la culture de contrôle (élite) ; la perspective américaine met l'accent sur la dimension légale et sociale des politiques publiques, avec interaction négociée entre acteurs divers (dont les alliances sont temporaires et contingentes).

Vers une modélisation sociocognitive : « amplification du dilemme et engagement médiatique »

Le modèle processuel

- 16 Pour fines et complémentaires qu'elles soient, ces approches et modèles n'en présentent pas moins des biais idéologiques pour certaines et des lacunes explicatives pour d'autres. C'est ce que démontre Chas Critcher qui, comme Stanley Cohen, essaie de proposer un modèle synthétique « orienté sur le processus tout en donnant une place bien plus centrale aux médias. Il reconnaît que toutes ces étapes n'apparaissent pas nécessairement lors d'une panique mais insiste sur le fait que les paniques sont cycliques, récurrentes et non pas discrètes, à la différence de Stanley Cohen. Elles laissent des traces dont se nourrissent des paniques ultérieures, sur des problèmes sociaux semblables ou connexes.

Modèle synthétique de panique morale comme « processus »

1. Émergence ;
 2. Inventaire par les médias ;
 3. Intervention des entrepreneurs de morale ;
 4. Recours aux experts ;
 5. Résolution ;
 6. Disparition ;
 7. Héritage et relation à d'autres problèmes sociaux.
- 17 Chas Critcher complexifie donc le modèle de Stanley Cohen, notamment en rajoutant deux notions et étapes : le recours aux experts et l'héritage. Les experts sont vus comme un effort d'objectivation de la déviance qui vient souvent contredire ou atténuer le discours des entrepreneurs de morale, les médias pouvant alors faire jouer une explication plus qu'une autre. L'héritage de la panique rend, quant à lui, compte du fait que les discours diffusés par les médias continuent à circuler dans la société et à nourrir le répertoire d'action collective des acteurs impliqués ; ils ont des effets à long terme avec des relations possibles à d'autres problèmes sociaux.

La critique des modèles anglo-saxons

- 18 Ce qu'il manque à ces modèles, c'est une plus grande prise en compte de ce qui fait réagir l'opinion publique, qui n'est pas exclusivement la déviance ou le problème social mais aussi la perception du risque collectif et individuel. Ce sont des modèles où seule l'élite intervient et où seule la culture des élites est la « culture de contrôle ». Ils tiennent peu compte de la culture populaire et de ses modes d'interaction avec la culture des élites, par le biais des acteurs intervenants, qui ne sont pas que des « entrepreneurs de moralité », mais aussi des « porteurs de revendications » c'est-à-dire des groupes d'intérêt spécifique, notamment autour de l'intérêt des enfants (travailleurs sociaux, professionnels de l'enfance, pédiatres, éducateurs, associations familiales, mouvements sociaux comme le féminisme ou la non-violence, etc.), dans le cas des paniques sur la violence et la pornographie. Ce sont aussi des modèles qui ignorent le secteur privé et son propre

agenda, régi par les lois de la concurrence qui peut le mener à des alliances inattendues, soit avec le gouvernement, soit avec la société civile. Ainsi une chaîne commerciale comme TF1 tient-elle compte de publics sectorisés, aux demandes parfois contradictoires, comme les homosexuels ou les familles, en relation directe avec eux, afin d'établir une image de proximité mais sans faire étalage des implications d'une telle politique sur la programmation et en se présentant comme le parangon de la liberté d'expression. Enfin, ces modèles ne prennent pas en compte les paniques générées par les contenus à risque des médias où la « culture de contrôle » est souvent la culture populaire, pour ne pas dire la culture jeune. Ils tendent à présenter le comportement collectif comme inexplicable et irrationnel, éruptif, excessif et disproportionné, et ne tiennent pas compte d'une perspective plus cognitiviste qui consisterait à intégrer le contexte, la situation et son interprétation négociée par toute une série d'acteurs, réunis en « communautés d'interprétation » (Fish, 1980) qui sont autant de communautés de pratique (enseignants, parents, pédopsychiatres, etc.). En général, ces communautés se caractérisent moins par l'irrationalité que par une excessive professionnalisation et un sens de la responsabilité collective. C'est aussi en quoi l'approche par phases ou étapes pose problème car elle tend à gommer l'interaction continue entre les médias, la culture et les diverses couches de l'opinion dans une perspective sociocognitive de socialisation. La conception cognitiviste de la socialisation tient compte de la place centrale des médias qui sollicitent l'intelligence collective, la collaboration, la co-construction des savoirs, la mise en synergie des compétences, etc. De la sorte, les médias peuvent être des outils et non plus des objets, des agents de réseau et de sociabilité et pas seulement des vecteurs de contenus. Ils permettent de reconfigurer aussi les usages sous la forme d'interactivité, d'activation (*agency*), de participation, qui intègrent les caractéristiques socioculturelles des acteurs et leurs besoins fonctionnels tout autant que leurs compétences communicationnelles. D'où le besoin de prendre en compte l'émergence, associée aux communautés d'interprétation et de pratique, des « réseaux d'acteurs » (Latour, 1989) qui incluent des acteurs non-humains comme les médias, et des paradigmes de la « communication engageante » et du « projet engageant » (Joule, Bernard, 2004). Le projet engageant pense le changement à partir de communautés de pratique dans lesquels les individus se regroupent autour d'un objectif commun. Il procède par une opération de catalyse autour d'une cause qui n'a pas l'utilitarisme technologique pour centre mais l'appropriation sociale des contenus médiatiques pour objectif. C'est un paradigme de type cognitif qui recourt à la psychologie sociale tout autant qu'aux sciences de l'information et de la communication pour associer cognition et action au sein des organisations. Les notions cognitives d'intelligence collective, de co-construction des savoirs, de prise de décision, d'engagement, de résistance sont parmi les éléments de modélisation à prendre en compte. Elles permettent d'envisager un arbitrage cohérent et proportionné à la situation entre global et local et elles créent des conditions favorables à la modification des comportements tant des individus que des institutions dans lesquelles ils évoluent. Les réseaux d'acteurs, les communautés d'interprétation et leurs projets engageants relèvent d'une dynamique ascendante qui fait remonter la perception négative des risques véhiculés par les médias en fonction des objectifs et des enjeux des acteurs qui ne relèvent plus de la seule culture de contrôle de l'élite, à la dynamique descendante. Au-delà des injonctions de l'État ou d'un groupe hégémonique, c'est bien la recherche du lien et du sens qui est voulue. Cette recherche du sens et du lien est mise en crise par un dilemme éthique représenté dans les médias par des contenus dont il est désormais possible de préciser la nature du risque : le risque de destruction sans

concertation de certaines valeurs partagées par une société donnée. Le cas de la violence est particulièrement révélateur : dans l'Europe des droits de l'homme, post-Seconde Guerre mondiale, il est difficile d'accepter des contenus où la loi du Talion est mise en avant comme une réponse sociale acceptable à la violence. D'où les paniques autour de certains dessins animés (*Dragon BallZ*) ou de certains films (*Seven*) qui valorisent des comportements déviants par rapport à l'état de droit prescrit par la Déclaration universelle. La mondialisation met ces images venues du Japon ou des États-Unis au contact d'une société européenne en co-construction qui n'a aucun intérêt à ce que ces images incompatibles avec le projet européen obtiennent une quelconque légitimité auprès d'un public de jeunes considéré comme le public des futurs citoyens européens. Cette coprésence d'éléments éthiques non-compatibles fait dilemme, instaure de l'écart par rapport à la norme, qui crée de la déviance laquelle, à son tour, génère la panique. Celle-ci force les communautés d'interprétation et de pratique à se mobiliser. Leur travail social consiste ensuite à transformer la panique en projet engageant qui réinjecte le média ou les contenus incriminés dans le processus social, en recadrant leur usage acceptable dans le contexte local. Ces communautés d'interprétation et de pratique forment des alliances temporaires et fluctuantes autour d'un projet « engageant » dont la finalité politique n'est pas strictement idéologique : l'intérêt des enfants fait autant consensus à droite qu'à gauche, même si les raisons objectives de ces alliances diffèrent en profondeur. La spécificité de cette approche en projet engageant réside dans la formation de coalitions au sein de réseaux sur la base d'un processus d'intéressement et d'enrôlement des divers types d'acteurs, avec des partenariats qui reconnaissent l'importance des acteurs locaux, sans nier la dynamique des acteurs nationaux et institutionnels. Ce sont les complémentarités entre acteurs et non les oppositions qui priment. Tous les échelons d'interaction sont sollicités : les micro-acteurs (famille, réseaux affinitaires), les acteurs intermédiaires (écoles, associations) et les acteurs institutionnels (municipalités, universités, ministères, autorités de régulation) ainsi que les acteurs internationaux (organisations intergouvernementales, organisations non-gouvernementales, fédérations d'États, regroupements d'entreprises...).

Le modèle socio-cognitiviste

- 19 L'analyse détaillée des quatre paniques majeures confirme l'existence d'un schème social de la panique construite comme « risque médiatique », à partir de projets engageants autour de l'enfant construit comme futur citoyen et à partir de communautés d'interprétations engagées dans un processus finalisé qui vise à l'appropriation sociale des médias et de leurs contenus (Frau-Meigs, 2010a, 2010b). Elle conduit à raffiner encore plus le modèle orienté sur le processus de Chas Critcher, en reprenant certaines de ses étapes et en les enrichissant par l'idée d'un projet finalisé. Elle conduit également à ne pas présenter déviance et panique en opposition mais en synergie, comme deux pièces d'un processus négocié, autour d'un problème social plus ample que l'écart par rapport à la norme sociale car il implique aussi une dimension d'éthique publique. Elle suggère l'émergence d'un modèle des paniques médiatiques qui fonctionne sur l'« amplification du dilemme » plus encore que de la déviance car tous les acteurs ne s'accordent pas à reconnaître à la déviance une connotation négative, et qui inclut « l'engagement médiatique » car tous les acteurs sont unanimes pour aller plus loin que la panique, et sont actifs pour dépasser le *statu quo*, travailler dans la durée et reconnaître le rôle central des médias dans la socialisation. Ce modèle fait émerger quatre phases,

composées elles-mêmes d'étapes sociocognitives complexes (avec boucles de rétroaction et de pro-action) :

- 1. Déclenchement (événement déclencheur qui attire l'attention, lié aux concepts cognitifs d'émergence et d'attention) ;
- 2. Débat public autour d'un dilemme éthique qui entraîne discussion sur prohibition/permission du média ou du spectacle incriminé (mobilisation de l'opinion publique, avec évaluation émotionnelle et intellectuelle, lié aux concepts cognitifs d'attachement, d'engagement, d'attribution, de cadrage cognitif socialisé, etc.) ;
- 3. Dénouement par résolution négociée et temporaire (avec réformes, autorégulation et autres chartes éthiques, lié aux concepts cognitifs de mise en compatibilité et d'alignement des idées, etc.) ;
- 4. Déplacement, sans retour au *statu quo* d'origine (lié aux concepts cognitifs d'équilibration, de révision des valeurs et des formes d'autorité, de réévaluation d'une question de société ou de la perception d'un groupe déviant, etc.).

- 20 Ces phases mettent le sens éthique, le processus de participation et la socialisation au centre des enjeux de représentation et de construction des problèmes publics. Les relations au sein des médias et entre médias sont à prendre en compte pour comprendre l'inscription du problème public dans l'agenda commun à tous les médias, que ce soit pour exagérer, distordre, dénoncer ou soutenir. Le niveau d'inquiétude collective doit être assez élevé pour que les élites médiatiques activent la panique et y contribuent afin de clarifier leur statut ou la légitimité d'une nouvelle représentation qu'elles proposent et qu'elles doivent faire valider afin de pouvoir continuer à exercer leur rôle public et commercial. Pour faire consensus, cette inquiétude doit affecter les ressources sémiotiques et les opérateurs cognitifs ainsi que les conditions de la réception. C'est donc avant tout une inquiétude symbolique qui interpelle la relation entre représentation et réalité.

Tableau 1. Modèle de « l'amplification du dilemme et de l'engagement médiatique ».

- 21 Dans la phase de *déclenchement*, toute une série de processus cognitifs sont invoqués et utilisés : émergence, attention, attribution, mise en dilemme. Une inquiétude collective émerge, qui se cherche une définition et une attribution des causes, ce qui peut passer par la désignation d'un camp opposé et adversaire. Un certain nombre de propositions d'interprétation du problème à résoudre sont avancées par divers intermédiaires interprétants, « porteurs de revendications » (pas nécessairement des « entrepreneurs de morale ») et les mouvements sociaux qu'ils représentent par le biais de « communautés d'interprétation ».
- 22 Dans la phase de *débat/dilemme*, les processus cognitifs invoqués s'enrichissent : engagement, mobilisation, inventaire médiatique, logique des positions radicalisée, réactions de diverses communautés d'interprétation, questionnement de l'autorité, révision émotionnelle, évaluation intellectuelle et morale. L'inquiétude collective prend la forme de l'excès et de la disproportion, créant de la disruption publique et de la dissonance cognitive. Les médias se trouvent dans la situation-piège d'être à la fois juge et partie, avec les divers soupçons et tensions impliqués par l'éthique du dilemme.
- 23 Dans la phase de *dénouement*, d'autres mécanismes s'enclenchent : équilibration, recherche d'un consensus moral, résolution négociée et temporaire du dilemme, stabilisation des acteurs et actions de l'état, mise en compatibilité culturelle, alignement des idées et des lois, modification légale, solutions symboliques. L'inquiétude collective se calme, non sans sursauts, non sans allusions à des épisodes antérieurs, non sans intimation que d'autres peuvent surgir à l'avenir. La réévaluation du statut du média ou du spectacle incriminé s'opère, avec la permission de continuer à émettre, sous conditions, notamment à l'égard des jeunes.
- 24 Dans la phase de *déplacement*, l'héritage de la panique continue d'être discuté par les intermédiaires et les communautés d'interprétation : prise de conscience du dilemme comme indicateur d'une question sociale ou un problème public en mutation (changements familiaux, changements du statut de l'enfant, etc.), analyse coûts-bénéfices, comparaison internationale, contextualisations historique et géographique. Les conséquences culturelles et idéologiques sur les médias s'installent dans la longue durée. Même si la tendance des médias semble être le retour à la routine du « *business as usual* », l'atmosphère a changé, certaines contraintes existent, de nouvelles niches sont créées (programmes pour enfants, jeux ludo-éducatifs, classification, etc.). Des sursauts et modifications se manifestent par rapport à la situation de départ, avec des alternatives au sein des médias et aussi des intermédiaires interprétants qui suivent l'application des modifications légales obtenues et se maintiennent en position, voire développent des activités de mobilisation et de surveillance malgré le déclin attendu de l'attention publique. Ainsi les médias produisent-ils leurs propres intermédiaires interprétants, dont l'agenda est lui-même objet de soupçon et de vérification. Il est donc difficile de nier la panique et de l'évacuer comme un épiphénomène car des résultats tangibles existent et perdurent, avec des effets sur les politiques publiques et la législation.

Paniques médiatiques et éthique du dilemme

- 25 Dans leur construction du risque médiatique, les paniques médiatiques s'appuient donc sur un substrat cognitif. Dans chaque panique, l'ambiguïté du contenu à risque qui fait problème social repose sur l'émotion et réactive l'éthique du dilemme, mettant en

circulation un débat sur les valeurs. Souvent, les contenus engagent l'attention des différentes communautés d'interprétation car ils sont construits sur la base du dilemme, c'est-à-dire qu'ils font des propositions de situation qui impliquent des raisonnements contradictoires ou contraires aux valeurs sociales, entre lesquels l'individu est mis en demeure de choisir (Pincoffs, 1971, 1986). Il peut être mis en demeure de choisir entre une valeur ou un comportement national ou étranger (se venger ou s'en remettre à la justice) ou entre une valeur et un comportement ancien ou nouveau (être pour la pornographie échangiste ou la famille élargie aux comportements sexuels libéraux). L'engagement que suscitent ces contenus réclame une posture de témoin associé, voire de complice, qui peut devenir intolérable ou inacceptable si la situation proposée est incompatible avec la culture ambiante. L'éthique du dilemme remet en cause la logique des positions sociales et interpelle la fonction de régulation du sens moral, ce qui mène à l'intervention panique. L'émotion est donc le moteur de la panique, au sens cognitif, moins en tant que comportement irrationnel que comme base de la rationalité morale (Tomasello, 1999 ; Livet, 2002). Les émotions associées à la panique (peur, colère, angoisse, etc.) nous révèlent nos valeurs et introduisent la capacité de révision de ces valeurs, selon la situation. Mais si les émotions introduisent de la variabilité par cette possibilité de révision, les valeurs résistent à la révision car elles visent, selon Pierre Livet (2002), à la stabilité, au maintien de la communauté. En fait, les valeurs se révèlent être des valeurs lorsqu'elles survivent au test de l'émotion et résistent aux différentes révisions que les émotions leur imposent. La mise en cohérence des émotions et des valeurs par la société permet de dégager un sens moral et une rationalité morale et normative qui peut être révisée selon les époques et selon les cultures. Telle est l'utilité sociale des paniques en général, et des paniques médiatiques en particulier. Dans le cas de paniques sur la violence ou la pornographie, cette révision est visible dans ses divers déplacements : les termes du consensus final ont évolué, s'éloignant d'une interprétation étroite de la protection de l'enfance. Les experts, tout comme les autres acteurs sociaux, sont passés d'un discours de danger (à contrôler) à un discours de risque (à prévenir), moins répressif et y ajoutent désormais un discours d'éducation (à acquérir). Par rapport au modèle original des paniques morales sur l'« amplification de la déviance » de Stanley Cohen, des confirmations et des infirmations apparaissent. Le rôle crucial des médias en société est confirmé par la présence des phénomènes d'amplification, de distorsion et de stéréotypie observés par ce dernier. Mais les médias ne sont pas de simples « agents d'indignation morale » à leur propre égard car ils tendent à utiliser la liberté d'expression pour se draper dans leur propre dignité, et réfutent l'orientation d'une évaluation qui les accuserait de contribuer au déclin moral. S'ils continuent à mettre des étiquettes stigmatisantes sur certains sujets ou objets de paniques (« les jeunes »), ils refusent toute étiquette qui puisse les affecter. Les explications de causalité qu'ils mettent en avant relèvent toujours de la rupture de l'ordre et de la morale mais ils ne se sentent ni coupables ni responsables. Ils tendent à instrumentaliser les systèmes de contrôle social, focalisant l'attention loin d'eux vers les autres « entrepreneurs de morale » qu'ils répugnent à légitimer comme porteurs de revendications ou communautés d'interprétation. Ils leur laissent le soin de mettre en place des mesures de sortie dont ils ne veulent pas faire partie malgré l'entreprise de modélisation des valeurs qui sous-tend leur offre de représentations. À cet égard, les chercheurs comme Stuart Hall qui suggèrent que la culture de contrôle et les médias complices visent le maintien du *statu quo* ne donnent pas une explication satisfaisante ou suffisante de l'échange et de la dynamique qui a lieu lors d'une panique. Toutefois, ils attirent l'attention sur les

structures de biopouvoir et sur la puissance des dispositifs de représentation, ainsi que sur les effets structurants de l'économie des systèmes médiatiques (Foucault, 1975). Cependant, les médias ne sont pas nécessairement vecteurs de visions réactionnaires ou conservatrices ; ils peuvent aussi laisser passer des modifications progressistes, un peu comme la société civile dont certains acteurs sont progressistes et d'autres pas. De même, la culture de contrôle peut faire l'objet de tensions, lorsqu'une partie de l'élite se rallie aux médias et l'autre pas. L'équilibre des pouvoirs et des réactions n'est pas donné d'avance et les alliances d'intérêt peuvent se modifier. Le flux des interrelations et des interactions qui ne sont pas nécessairement fondées sur de vieilles alliances peut modifier la donne. Les paniques actuelles semblent caractérisées par ce mélange de processus et de pratiques, sans doute de par l'usage même des médias que peuvent faire les divers acteurs, vu la prolifération des plateformes et des stratégies d'engagement possibles. Même s'il ne prend pas assez en compte la situation d'interaction et les ressources sémiotiques et cognitives des médias, le modèle « processuel » de Chas Critcher est l'un des plus convaincants. Cependant, il tend à réduire le rôle du public à la portion congrue, posant que l'opinion est simplement invoquée plutôt que mobilisée. Le grand public reste peu impliqué, laissant d'autres agents intermédiaires, entrepreneurs de moralité et groupes de pression industriels ou associatifs agir à sa place. C'est sans compter la capacité de mobilisation et de délégation du public dans les paniques, surtout depuis les années 1990, où les pétitions et la création de mouvements spécifiques dédiés à l'analyse des médias en société, comme le Collectif interassociatif enfants-médias (CIEM), ou de fondations, comme la Fondation pour l'enfance, commencent à exercer de véritables pressions soutenues par la base et pas seulement par quelques militants engagés. Les communautés de pratique sont à l'œuvre dans la panique ainsi que les processus interprétatifs qui aident à construire le problème social sous-jacent et à continuer à en délibérer après, dans la phase post-panique.

- 26 Ces modèles, qui tous indiquent qu'il y a bien un schème social de la panique, sont donc à complexifier car de nombreux acteurs impliqués font bouger les repères de la « culture de contrôle » ailleurs que dans la culture de l'élite. La culture populaire établit ses propres modes d'interaction avec la culture élitaine, par le biais d'acteurs intermédiaires interprétants qui ne sont pas que des « entrepreneurs de moralité » mais aussi des communautés de pratique, compétentes dans le secteur de la jeunesse (travailleurs sociaux, acteurs associatifs, mouvements sociaux comme le féminisme ou la non-violence, etc.). Le secteur privé avance avec son propre agenda et les lois de la concurrence peuvent le mener à des alliances inattendues : leur tendance est moins à s'appuyer sur l'état pour légitimer leurs droits commerciaux que sur la société civile elle-même pour satisfaire des publics construits comme des usagers dont il faut gagner la confiance pour accéder à leur pouvoir d'achat. Comprendre ces « coalitions dynamiques » implique de reconsidérer aussi le modèle de Erich Goode et Nachman Ben-Yehuda qui montre bien les tensions entre grand public, élite et échelons intermédiaires en mal de pouvoir et de reconnaissance (comme dans le cas de l'élite médiatique montante). Les paniques profitent sans doute le plus à cette culture médiane, cette culture des intermédiaires où des associations de la société civile, des professionnels et des instances médiatiques le disputent aux décideurs politiques pour ce qui est du contenu, de la teneur du risque et de la conclusion de la panique, y compris la prise en compte du principe de précaution médiatique.

Apports de la théorie du risque et de la théorie de l'esprit à la socialisation médiatique

- 27 Que ce soit en relation à la famille, la reproduction, ou encore l'engagement avec les médias eux-mêmes, les paniques médiatiques sont révélatrices de problèmes publics en mutation autour de la socialisation des jeunes. Elles mettent en évidence des déplacements dans les structures de pouvoir, les institutions qui les incarnent et les discours en concurrence qu'elles véhiculent. Elles font saillir les failles dans les frontières mouvantes de l'autorité et les lignes à haute tension des cultures de contrôle. Elles sont récurrentes parce qu'elles manifestent de constants réajustements face aux mutations médiatiques actuelles, perçues comme lointaines et peu transparentes par de nombreux secteurs de la population. Structures dissipatives, elles allient un sentiment de perte de repères culturels à l'instauration d'une nouvelle sensibilité. Elles opèrent un travail de deuil sur le passé tout en œuvrant pour la révision du présent. Elles savent la nouvelle situation irréversible mais tentent de lui donner une cohérence où la souveraineté de l'individu l'emporte sur l'autorité du dispositif (Frau-Meigs, 2010a). En cela les paniques médiatiques relèvent de la théorie du risque, émergeant en réaction à la toxicité perçue de certaines substances dans l'écosystème des médias, repérant l'élément à problème et essayant d'y porter remède. Elles produisent comme une espèce d'orage chimique qui prendrait la société dans son ensemble et l'obligerait à se mettre en compatibilité avec son environnement. Après l'orage, il y a déplacement, sans retour au *statu quo*, même si la nouvelle atmosphère est à peine subtilement transformée. Elles réclament plus de solidarité avec le quotidien, elles insistent sur la nécessité de refonder l'expérience collective, au-delà du culte de la marchandise, vers plus de sens des valeurs. Elles portent sur les médias pour critiquer leur tyrannie en pleine conscience de leur potentiel libérateur. À proprement parler, ce sont donc aussi des paniques cognitives, intrinsèquement liées à la théorie de l'esprit et à la relation cerveau-média-culture : l'émergence d'un nouveau support ou d'un nouveau programme demande la révision des scripts établis de l'intelligence matricielle pour réparer la dissonance, voire la fracture cognitive créée (Frau-Meigs, 2010a). C'est sans doute l'une des raisons pour lesquelles certaines paniques ne « prennent » pas, ne parviennent pas à mobiliser l'opinion durablement : la concentration des médias, la collusion entre propriétaires des médias et hommes politiques, les ménages des journalistes. Ce sont plutôt des scandales que des paniques qui relèvent de l'économie politique des médias. Ce sont des problèmes qui peuvent trouver un exutoire dans le débat public, parfois, mais qui, fondamentalement, n'affectent pas la représentation mentale et sociale. En outre, en termes de coûts-bénéfices, il n'est pas de l'intérêt du public de se mêler du financement ou du fonctionnement en interne des médias. C'est seulement lorsqu'ils outrepassent leur fonction de socialisation qu'ils sont rappelés à l'ordre, un rappel à l'ordre symbolique, littéralement. Il est possible de dire, avec Deborah Lupton, que le risque médiatique fait problème lorsqu'il met en danger la culture dans ses principes moraux et éthiques ; c'est alors qu'il réclame attention et intervention. Il peut être compris comme une réponse culturelle à la transgression de valeurs, perçue comme brutale et non-négociée au préalable (Lupton, 1999 ; Frau-Meigs, 2010b). Les retombées sur des questionnements d'accès, de propriété des médias, de collusion d'intérêts sont alors secondaires, et seulement si leur influence sur les contenus est avérée, ce qui peut alors mener à des

modifications de politiques publiques comme, par exemple, l'obligation de quotas nationaux (dans la directive européenne *Télévisions sans Frontières*) ou l'instauration d'obligations de service public sur les médias commerciaux (pour produire des programmes pour enfants, ou susciter du pluralisme, etc.). Les paniques médiatiques correspondent à deux besoins cognitifs à la fois, celui de la plasticité et celui de la stabilité. Elles tendent à porter sur les formes diverses de régulation et de socialisation. Ayant identifié les médias comme artefacts cognitifs et outils de transmission, elles savent que la multiplicité des supports laisse la porte ouverte à toutes sortes de déviances et d'expérimentations possibles entre le licite et l'illicite, plus encore que le légal et l'illégal (lequel est très fortement régulé, avec sanctions à la clé). Elles se mobilisent lorsqu'une offre de représentation introduit trop de relativisme social et de tolérance à la diversité des comportements et des valeurs attenantes. Le risque de la perte des repères est perçu comme pouvant nuire à la cohésion sociale, bien au-delà de la recherche de certitudes morales ou politiques. Au-delà de la panique, la société recherche un relatif consensus stabilisé sur l'être-ensemble et vise à l'équilibration une fois l'orage passé.

Les médias en situation-piège

- 28 Dans cette perspective, le rôle des médias est essentiel car, de fait, les paniques morales contemporaines sont inconcevables sans paniques médiatiques, que ce soit celles sur l'environnement et les catastrophes naturelles tels les tsunamis et les cyclones ou les catastrophes alimentaires comme la vache folle ou le maïs transgénique. Toutefois, le rôle des médias n'est pas tout à fait le même car, dans le cas des paniques médiatiques, ils sont à la fois juge et partie. Dans ce double rôle, ils ne sont pas de simples miroirs ou fenêtres sur le monde, mais des opérateurs de changement. Leur nature transformative se révèle dans la construction des problèmes publics en événements. Ils proposent des représentations et spectacles qui ont à voir avec la réalité, tout en étant des systèmes sociaux et institutionnels avec leur propre agenda. Ils affectent tout le cycle de la panique, du *déclenchement* au *dénouement*, intervenant dans l'inventaire comme dans la négociation. Ils construisent partiellement la panique tout en la déconstruisant, préoccupés de tirer leur épingle du jeu. Ils ont longtemps résisté à reconnaître la moindre responsabilité mais sont de plus en plus difficilement dissociables des institutions sociales impliquées dans la panique car leurs corporations sont désormais trop puissantes pour être ignorées, que ce soit Disney, Microsoft ou Vivendi. Ils ne présentent d'ailleurs pas nécessairement un front unique et monolithique, même si l'intérêt corporatiste peut prédominer à l'heure de la régulation et de la décision politique car la concurrence existe entre eux également. La coexistence de médias de masse et de médias des masses (à revoir) a aussi changé le traitement des paniques car l'approche protectionniste de la profession a été déboutée par ces dispositifs capables de relayer les intérêts de groupes spécifiques et de mobiliser leurs troupes indépendamment des grands organes de presse aux capacités de verrouillage puissantes. Leur capacité d'influer sur le débat public a d'abord été négligeable, la grande presse pouvant encore poser comme le meilleur représentant de l'opinion publique en cas de panique médiatique mais, depuis les années 1990-2000, les lignes ont bougé et ils peuvent se faire déborder par les nouvelles formes de militance en ligne qui mobilisent différentes portions du public mieux et plus vite qu'eux. De là le fait que les médias classiques ont lâché du lest du côté de l'autorégulation et de la co-régulation, se rendant compte qu'ils risquaient d'être laissés hors du débat s'ils n'y prenaient garde. Couvrir la panique relève de l'injonction paradoxale puisque les

médias doivent inscrire à leur agenda des événements qui les mettent sur la sellette. C'est que les médias sont pris dans la situation-piège de l'inévitabilité de leurs propres routines informatives, avec des prises de risque pas toujours bien calculées. Ils le font à cause de ce qu'ils considèrent comme les critères de valeur de l'information : la proximité, la pertinence sociale, la continuité (avec d'autres histoires similaires), la toxicité de l'événement, le taux faible d'ambiguïté et la mise en récit personnalisée (Frau-Meigs, 2007). Ces critères se retrouvent tous réunis en conjonction avec les paniques comme l'illustre le cas de la violence, thématique qui revient le plus universellement dans le traitement de l'information. L'acte violent est présenté par le biais d'une histoire où des personnes clairement identifiées s'affrontent (récit), elle crée une atmosphère délétère avec perturbation maximale de la communauté (pertinence et proximité) qui n'est pas sans rappeler d'autres événements du même genre (continuité), elle relève d'une situation dont l'ambiguïté s'éclaire par des explications individuelles et sociales (cause et effet) qui ont l'avantage de présenter des points de vue polarisés, des camps en opposition, notamment entre entrepreneurs de moralité et défenseurs de la liberté d'expression, ce qui crée l'obfuscation de toutes les positions intermédiaires si caractéristiques de la couverture de la panique. Les contenus à risques donnant lieu à des comportements à risque sont donc incontournables par les médias, dans leur propre logique de valeur de l'information. Ils sont contraints de se mettre en scène, l'image négative qu'ils donnent d'eux-mêmes étant partie intrinsèque du mécanisme : ils sont pris partiellement au piège de leur propre dispositif. Partiellement, car ils éprouvent une sorte de jubilation narcissique à donner des preuves de leur pouvoir de représentation. De même, leur focalisation sur la toxicité les pousse à un cadrage narratif sur la forme d'oppositions binaires (bien/mal, coupable/innocent, nocif/inoffensif, etc.) dont ils peuvent faire les frais, du moins dans les premières phases de la panique, celle du *déclenchement*, dans l'identification du fait divers, comme celle du *débat*, dans l'étape de l'inventaire. Ils opèrent alors eux-mêmes le lien de cause à effet entre représentations et paniques, en mettant en scène les comportements déviants et à risque qu'ils peuvent produire tout en s'en défendant. Ce n'est pas le moindre des paradoxes de la panique que de répondre au principe qu'il vaut mieux être dans l'actualité que pas du tout, même en cas de mauvaise image ou de mauvaise nouvelle. Mais, du coup, les médias fonctionnent sur le mode du déni, comme l'illustre la panique sur la publicité : les publicitaires nient les effets de leurs spots et amoindrissent la valeur de leurs actes d'images et de paroles alors qu'ils les mettent en scène à grands frais et n'hésitent pas à raffiner l'audimat et la médiamétrie. Ils se sortent de cette contradiction irréductible par leur couverture de la panique, dans les étapes de consolidation (*débat/dilemme* et *dénouement*). Celle-ci reste de l'ordre du récit incomplet, qui se focalise sur un événement déclencheur et spectaculaire, sans chercher à en révéler la complexité et sans suivi des effets à long terme, sans perspective critique sur les usages, sans sollicitation des compétences cognitives requises pour en décoder la signification et la recoder dans la situation.

- 29 Les médias se sortent de cette situation-piège par deux stratégies : le biais de couverture et la symbiose conflictuelle. Le biais de couverture apparaît notamment dans l'instrumentalisation de l'expertise lors de la phase de *débat/dilemme* : les experts qui développent les meilleures stratégies médiatiques et surtout qui s'en tiennent à un discours clair, simple et sans ambiguïté auront tendance à être favorisés, au détriment de ceux qui tiennent un discours nuancé, complexe et incriminant partiellement les médias. Ils apparaissent aussi parce que les médias sont leurs propres sources officielles,

marqueurs premiers du problème social et marqueurs secondaires, filtrant et cadrant l'information à toutes les étapes. Ils créent l'agenda et orientent ainsi la construction du problème social. Mais le modèle de Stuart Hall qui se focalise sur « le règlement idéologique » de la panique ne suffit pas à expliquer le jeu de la concurrence propre au système libéral. Les médias commerciaux se livrent une guerre entre eux et essaient de s'instrumentaliser de manière fratricide : la presse écrite est souvent celle qui sonne l'alarme et dénonce l'offre de représentation d'un nouveau support car elle est la plus ancienne, la plus en danger aussi par rapport aux nouveaux médias et à leurs formats inimitables, comme la télé-réalité ou les réseaux de socialité sur internet. C'est encore elle qui dicte l'agenda des autres médias d'actualité qui tendent à lui emboîter le pas. La stratégie de la « symbiose conflictuelle » (Gitlin, 1981) ressort de la co-dépendance entre porteurs de revendications et grande presse, les médias attribuant un cadrage spécifique à un groupe qui en a, à la fois, besoin et doit pourtant s'en défaire. Les interprétants militants peuvent avoir recours à la « scandalisation » parce qu'elle mène inéluctablement au scoop, dans la logique économique et opératoire des médias. C'est ainsi que les médias peuvent se faire les porte-parole d'autres institutions ou communautés qui contribuent au paramétrage des débats sociaux, lesquelles ne répugnent plus à se servir des médias comme organe d'expression. Le rôle des activistes et des associations de la société civile, comme communautés d'interprétation capables d'une certaine mobilisation, ne saurait être sous-estimé. Ils peuvent inciter tel média à pousser le cri d'alarme ou le pousser au suivi du problème. La mise en compatibilité culturelle se fait par le biais de ces interprétants qui réagissent à l'agenda explicite et caché des médias. Ce sont les perceptions de toxicité qui comptent plus encore que leur réalité et quelques cas suffiront à inciter ces acteurs vigilants à demander des comptes aux instances politiques et économiques. Toutes les sections de l'opinion publique ne se mobilisent pas pour ou contre les médias, pour ou contre les paniques. C'est plutôt le rôle des acteurs proches des questions à problème, à qui le reste de la société a délégué cette mission (professionnels de l'enfance, sociologues, psychologues, etc.). Ce qui remet en cause l'argument avancé par les médias et certains analystes des paniques qui la considèrent comme la réaction d'une « culture de contrôle », d'une élite protectrice de ses valeurs sous prétexte qu'il n'y a pas de manifestation massive de l'opinion publique. C'est méconnaître la capacité du grand public à déléguer son attention et à s'en décharger sur des communautés d'interprétation spécifiques, qui seules peuvent rester mobilisées sur toute la durée de la panique et construire des arguments qui résument les positions de l'ensemble. Ainsi les paniques médiatiques présentent-elles l'intérêt d'être parmi les rares cas où la fonction d'agenda de la presse peut être débordée par la fonction d'agenda de la société civile, même si cela reste tout à fait relatif comme en témoigne l'aura négative autour de toute panique (et l'usage abusif et stigmatisant du terme dans les médias eux-mêmes). Les paniques médiatiques montrent le pouvoir de ces nouveaux acteurs que sont les groupes de pression activistes de la société civile qui cherchent de plus en plus à valider leur légitimité auprès des instances de régulation. D'où le fait que, depuis les années 1990-2000, les groupes de pression en sont passés par la nouvelle stratégie consistant à demander des commissions d'enquête ou de réflexion donnant lieu à des rapports contenant un certain nombre de recommandations. En France, l'année 2002 est particulièrement caractéristique du pic de panique, dans sa phase de *dénouement* : elle voit paraître le rapport sur l'environnement médiatique des jeunes de Divina Frau-Meigs et Sophie Jehel (1997) pour le CIEM et le ministère de la Famille, le rapport sur les jeunes face aux images de Claire Brisset (2002) pour le ministère de la Justice, le rapport

sur la violence de Blandine Kriegel (2002) pour le ministère de l'Éducation, et le rapport sur la publicité de Monique Dagnaud (2002) pour le ministère de la Culture. Ces rapports, commandités par des ministères et issus de commission multipartenaires, impliquent toute une série d'acteurs, soutenus par leurs communautés d'interprétation respectives. Dans cette stratégie d'action collective, le gouvernement et les groupes de pression sont en connivence, au détriment des médias, temporairement, car toutes les recommandations ne sont pas suivies d'effets et d'applications. Le but cognitif de ces rapports est moins leur capacité à générer du droit qu'à générer une conversation éclairée qui laisse des traces dans la phase de *déplacement*. Les paniques révèlent aussi une guerre larvée entre élites médiatiques, les médias plus anciens répugnant à être déplacés dans leur pouvoir de représentation, tandis que les nouveaux cherchent à percer leur cuirasse hégémonique. Cette lutte au sein de la sphère médiatique se manifeste autrement dans la sphère publique. Là, l'élite médiatique dans son ensemble, en alliance objective, essaie de déplacer les élites plus anciennes du monde de la religion, de l'éducation ou de la loi. Elle est la plus récente mais elle est moins reconnue et cherche à faire valider son statut grandissant dans la socialisation. Elle ne peut toutefois s'imposer qu'en cassant les moules de l'ancien modèle, l'obligeant soit à bouger sur ses positions et à reconnaître son obsolescence, soit à partager le gâteau de la socialisation et les bénéfices importants qui en résultent en termes de pouvoir et de gains financiers et symboliques. La stratégie de l'élite médiatique consiste en fait à mettre les anciens systèmes en crise permanente, en espérant que certaines paniques feront bouger les frontières. L'élite médiatique recherche alors du soutien dans le grand public et cherche à l'impliquer en établissant des bases de reconnaissance et des communautés d'interprétation qui lui sont acquises (les fans notamment). C'est ainsi que l'on peut expliquer l'alignement des jeunes sur Skyrock ou sur M6, par une espèce de pacte stratégique de mise en visibilité où une section du public est très impliquée. Culture populaire et culture élitaires peuvent y voir des intérêts objectifs à partager, même si chacune espère y trouver des gains séparés en sortie de panique (Frau-Meigs, 2010a).

Les médias et la situation cosmopolitique

- 30 La phase de *déplacement* est sans doute celle à considérer avec le plus d'attention car elle doit désormais prendre en compte la mondialisation, qui introduit l'acculturation, c'est-à-dire des contenus à risque qui entrent en contact avec des sociétés qui doivent à la fois gérer leur propre relation à la violence et à la pornographie, et gérer la relation d'autres cultures à ces mêmes phénomènes. Les dissonances cognitives s'aggravent de dissonances interculturelles. Cette dimension internationale est désormais incontournable dans les paniques, du fait des différentes situations locales et de l'impact de la culture jeune internationale. Étant donnés les flux de distribution des programmes et plateformes, les États-Unis sont en ligne de mire, la mondialisation pouvant s'interpréter comme une américanisation. Le positionnement de nombreux pays par rapport aux États-Unis et à l'exportation agressive de leur culture médiatique peut ainsi jouer dans l'intensité et la résolution d'une panique, comme l'a montré la crise de l'« exception culturelle » dans les années 1990. Ladite exception consistait pour la France et ses alliés à contester la logique de positions acquises des médias américains et à invoquer la nécessaire séparation des médias des autres services en discussion lors des accords internationaux du GATT (devenu depuis l'Organisation mondiale du commerce, OMC). Cette demande d'exception avait des arguments cognitifs sous-jacents puisqu'elle reposait sur l'idée que les médias sont

porteurs d'identité, de diversité et de culture. L'anti-américanisme peut se définir cognitivement comme la résistance à une offre homogène et à un modèle peu diversifié avec une hyperinflation des contenus à risque car jugés plus exportables. C'est aussi un facteur de résistance qui donne encore plus de complexité aux paniques médiatiques, même si les États-Unis connaissent les mêmes. Le positionnement par rapport à l'enfance, à la famille, au rôle de la société civile, du secteur privé et de l'état colore les sorties de panique encore plus que leur entrée. L'existence de groupes organisés, d'instances professionnelles puissantes (médecins, éducateurs, juristes, etc.) ou de mouvements sociaux importants, comme ceux du féminisme ou de l'intégrisme, donnent aussi des nuances de paniques, de pays à pays. Les définitions du problème peuvent varier d'un pays à l'autre mais aussi les politiques publiques décidées en sortie (Crichton, 2003 ; Frau-Meigs, 2010a, 2010b). De plus en plus, des adaptations et des formes de résistance dues à une combinaison non-linéaire de facteurs en présence se mettent en place :

- la plus ou moins grande proximité culturelle avec le modèle américain, ou plus largement anglo-saxon (souvent innovant au niveau des supports et formats médiatiques, mais suscitant souvent aussi une réaction anti-américaine) ;
- la concurrence entre solutions internationales (UNESCO, OMC, etc.) et décisions politiques locales (signalétique du CSA, etc.) ;
- les groupes affectés par la panique (enfants, adolescents, publics fragiles, adultes) ;
- le degré d'organisation de la société civile et des divers acteurs intermédiaires (syndicats, ministères, associations, etc.) ;
- la tolérance à l'égard des auteurs de trouble (pédophiles, pornographes, déviants, jeunes, etc.) ;
- la capacité locale à politiser le débat (relais locaux, presse de tiers secteur, représentations régionales d'instances nationales ou internationales) ;
- la force des mouvements sociaux (féminisme, non-violence, consommation, religion, etc.) ;
- la capacité de réponse et de réactivité des autorités et des décideurs (interpellation du secteur privé, mesures incitatives, préventives, défenseur des enfants, etc.) ;
- la prise de relais et la capacité de suivi et d'interpellation post-panique par les experts et réseaux d'acteurs de l'enfance et leurs communautés d'interprétation (observatoires, éducation aux médias par l'école et hors l'école, etc.).

- 31 Dans les pays où le système d'entraide publique est solide, la tendance sera à confier le relais aux institutions sociales appropriées, en étendant leurs missions (service public, CSA, ministère de l'Éducation, de la Culture, etc.). Dans les pays où le secteur privé domine, l'économie des médias aura tendance à édulcorer les résultats et à reprendre le dessus par l'autorégulation (chartes de bonne conduite, conseils de surveillance, etc.). Dans des pays où la violence sexuelle et corporelle est peu tolérée, les paniques se verront interprétées avec sérieux tandis que dans les autres, elles seront traitées avec légèreté. Seule la panique sur la violence pédophile semble faire l'unanimité avec des remèdes uniformément semblables d'un pays à l'autre et un consensus international pour y mettre fin (Crichton, 2003).
- 32 Ce contexte international de résonance sélective des paniques peut expliquer les deux récits en concurrence sur l'évolution possible des médias et implicitement des paniques et des risques associés. L'un est positif, l'autre négatif, tous deux sont développés par des anthropologues, observateurs de la mondialisation et de ses effets, qu'ils soient médiatiques ou autres. Arjun Appadurai (1996), directeur du *Globalization Project*, pose que la communication mondialisée est en train de créer une nouvelle culture avec les médias

en leur centre. Face au risque d'éclatement des cultures traditionnelles, les médias contemporains ont le pouvoir de faire lien. Au-delà des publics en diaspora, ils peuvent rassembler une importante audience internationale. Pour Arjun Appadurai (1996), les médias mettent l'imagination au travail et enrichissent la culture locale en l'alimentant au quotidien, par collage et bricolage, donnant à l'individu la possibilité d'orienter des éléments exogènes pour servir ses propres finalités, notamment identitaires. L'acculturation est alors positive car la culture cible n'est plus nécessairement dominée et impose un sens nouveau et mobilisateur au contenu à risque. Dans ce contexte, la panique permet de sortir de l'inertie des sociétés traditionnelles, de créer le débat de société nécessaire à ce processus d'appropriation et de modernisation, et Arjun Appadurai de restaurer la force du fantasme, comme « antidote à la finitude de l'expérience sociale ». Les médias, notamment ceux qui favorisent la simulation et le jeu, font pénétrer l'imagination dans les pratiques sociales, non plus comme des expériences extraordinaires et rares, mais comme des potentialités accessibles à tous. Il est partiellement en phase avec les cognitivistes, qui voient les promesses de la vicariance et la simulation par les médias virtuels et les plateformes de contenus collaboratifs. Ils produisent une forme de gratification par le privilège donné au nouveau et à l'inconnu avec les gains potentiels qui y sont attachés. Dans un environnement changeant, ces gains potentiels permettent de passer les paniques au compte des pertes sans profit, un mal nécessaire dont il faut faire le deuil et dont il faut se faire une raison. Ce qui est méconnaître le pouvoir des traces culturelles et sociales laissées dans la phase de *déplacement*. En effet, l'usage de l'imagination et du fantasme à des fins commerciales et marchandes pose problème. C'est particulièrement vrai de la publicité qui les manipule sans cesse, mais cela devient aussi le cas des nouveaux formats comme ceux de la télé réalité qui font fi de tous les tabous et ne laissent pas de place à la latence de l'enfance ou de temps à l'inhibition des schèmes dangereux. Or, toute culture établit ses codes de la pudeur, quand elle ne vise pas à protéger ses membres par le recul ou le report de la réalisation du fantasme. Faire passer le fantasme dans la réalité trop souvent, le banaliser trop tôt en détruit la spécificité et tue le désir sans favoriser la socialisation. C'est ce que rappelle Constantin von Barloewen (2003 : 48), préoccupé de la phase ultime, celle du *déplacement* ; la culture est mise en danger si elle est trop subordonnée à la technologie et aux médias :

« Dans une culture essentiellement archaïque, le lien entre les choses et les significations est également porté par le mythe et le sacré. Le sensoriel et l'utilitaire sont coulés dans le même moule et ne menacent pas de se scinder en ouvrant un gouffre, comme cela se passe dans la culture technique [...]. Cette situation a des effets sur tous les domaines de l'existence, sur la conception du travail, sur sa destination – le bien commun –, sur la sphère la plus privée de l'être humain, la relation entre l'homme et la femme, mais aussi sur la conscience des êtres humains, conscience qui les force à avoir les uns avec les autres des relations de plus en plus instrumentales et fonctionnelles ».

- 33 Il s'interroge sur notre capacité à dépasser cet archaïsme pour échapper à la civilisation technique et retrouver la dignité humaine. Il récuse la co-dépendance homme-machine, posant que seule la culture offre à l'homme du sens, un ordre adapté à ses questions immuables que la société technique ne peut résoudre car elle est prise dans une forme d'intendance de l'économie globale. Le sujet est abandonné à lui-même et la souveraineté du moi disparaît dans le dispositif. Contrairement à Arjun Appadurai, Constantin von Barloewen ne pense pas que les médias aident à provoquer chez les individus une forme quelconque de résistance. Ils sont plutôt vecteurs d'homogénéisation, laquelle ne permet

pas la « maturation spirituelle » ou la préparation à recevoir adéquatement la nouvelle culture. Alors qu'elle est une nécessité existentielle, l'identité culturelle s'en trouve perturbée, et Constantin von Barloewen de préconiser la mobilisation d'une réflexion spécifiquement humaine, fondée sur l'histoire, la mémoire et la transmission, afin de réintroduire la dimension symbolique dans le fonctionnement de notre monde contemporain. Dans ce cas, les paniques médiatiques peuvent être un moyen de rappeler aux principes d'humanité et de réalité. Constantin von Barloewen rejoint l'inquiétude de Régis Debray (1992) qui considère la « vidéo-sphère » comme une culture où l'usage élimine le sens, où l'avancée de la technologie *via* la logique numérique optimise l'échange d'informations au détriment du lien social – la représentation offrant un nouvel opium du peuple et remplaçant la réflexivité par le narcissisme. La persistance des faits de croyance et le retour de l'exigence éthique et de la philosophie morale dans la sphère publique attestent de ce besoin de sens, et les paniques médiatiques font elles-mêmes sens dans ce contexte de désarroi. En ce qui concerne le risque médiatique, la vérité est sans doute entre ces deux positions. De fait, ce ne sont pas que nos sociétés qui ont muté, ce sont aussi les médias et il faut se préparer à les prendre à la fois comme des supports, des systèmes, des spectacles et des services. La co-dépendance homme-machine est déjà une réalité, les artefacts cognitifs proliférant dans la société de l'information. Elle est déjà préfigurée dans les médias en la figure du « *cyborg* », organisme cybernétique hybride qui se manifeste dans les divers avatars que nous constituons en ligne et qui affectent notre présence réelle et notre être-ensemble. Liée à l'écosystème des écrans, cette identité terminale exige une forme d'éthique nouvelle qui garde la force du sens au dessus de celle de l'usage. Elle a pour caractéristique de nous faire retrouver les principes de la dignité et des droits de l'homme au bout des pratiques au lieu de les placer en normes abstraites au début du dispositif (Frau-Meigs, 2010b). L'école de la socialisation préserve le besoin d'un sens éthique sans qu'il soit nécessairement implanté dans une religion incarnée ou dans une morale impérative. Il émane d'une conception de l'humanité où les médias restent des prothèses, pas des parasites qui se substituent à la relation avec l'autre et avec l'environnement. Fondamentalement, c'est une affaire de culture car c'est elle qui donne de la signification à notre vie. Elle indique le sens qui dépasse l'usage et permet l'équilibration de l'identité individuelle et collective. Il importe donc de prendre au sérieux la modernité médiatique sans lui tourner le dos mais en la dotant d'une perspective positive qui prenne en compte les risques sans les laisser créer une paralysie dommageable. C'est seulement à ces conditions que les paniques médiatiques cesseront et que les publics seront à l'écoute des propositions médiatiques capables de satisfaire à la fois la collectivité et l'individu.

Conclusion

- 34 L'étude des paniques et du risque médiatiques peut donc s'avérer éclairante sur les processus sociaux à l'œuvre dans l'appropriation des médias et dans leur socialisation de publics diversifiés. Elle révèle que la socialisation par les médias relève d'un projet politique tout autant qu'éthique, qui implique une gouvernance des médias où tous les acteurs soient associés. Il ne faut pas qu'ils soient associés dans le seul acte de consommation ou d'usage en fin de parcours mais, au contraire, qu'ils soient impliqués au niveau du design, en amont du processus de création du dispositif. L'engagement de départ peut alors se prolonger en aval en se donnant les moyens d'une gouvernance

dynamique de la socialisation. Les prochains dispositifs de gouvernance des médias seront sans doute partiellement façonnés par la perception du risque (Frau-Meigs, 2010b). Il importe donc de prendre au sérieux la modernité médiatique sans lui tourner le dos mais en la dotant d'une perspective cognitiviste, dans laquelle les chercheurs, comme communauté d'interprétation et de pratique à part entière, soient pleinement impliqués. Les perspectives théoriques ouvertes par l'analyse des paniques médiatiques sont quant à elles riches d'éclairages, à la fois sur les médias et sur l'esprit. L'approche par la théorie du risque nécessite d'être davantage développée, notamment dans la distribution des chances en société, certaines populations étant mieux protégées que d'autres et certains groupes pouvant en tirer davantage partie que d'autres. Comme Ulrich Beck le suggère, c'est moins la richesse que la connaissance qui permet d'éviter le risque et de le maîtriser, et cela ouvre des perspectives sur l'éducation aux médias comme principe de précaution à partager par tous pour ne pas seulement « faire avec » les représentations et leur mise en dilemme. Les compétences cognitives nécessaires pour une telle éducation sont encore loin d'être cernées et impliquent une mobilisation de toutes sortes de stratégies scientifiques pour mieux comprendre le phénomène de la socialisation par l'environnement médiatique. Les domaines d'analyse associés aux paniques sont nombreux. Les principales paniques sont assez bien connues mais pourraient bénéficier d'approches comparatives et contrastives dans une perspective cosmopolitique. Par ailleurs, des paniques mineures sont en passe de prendre de l'importance, notamment celles qui associent les médias à l'obésité, à l'addiction et à l'inattention (porteuse d'échec scolaire). En outre, chaque nouveau support semble avoir la capacité de provoquer une panique, phénomène qu'il serait intéressant de pouvoir anticiper car il ne s'agit pas de se laisser prendre à la fatalité du risque mais bien de le contrôler, pour bénéficier des nombreux apports positifs des médias.

BIBLIOGRAPHIE

- Appadurai A., 1996, *Après le colonialisme*, trad. de l'anglais (États-Unis) par Fr. Bouillot, Paris, Payot, 2001.
- Bauman Z., 2006, *Liquid Fear*, London, Wiley.
- Beck U., 1997, *What is Globalisation?*, London, Polity.
- Blumer H., 1971, « Social Problems as Collective Behavior », *Social Problems*, 18, 3, pp.298-306.
- Brisset C., 2002, *Les enfants face aux images et aux messages violents diffusés par les différents supports de communication*, Rapport au garde des Sceaux, Paris, ministère de la Justice.
- Cohen S., 1973, *Folk Devils and Moral Panics*, St Albans, Paladin.
- Critcher C., 2003, *Moral Panics and the Media*, Philadelphia, Open University Press.
- Dagnaud M., 2002, *Les enfants, acteurs courtisés de l'économie marchande*, Rapport, Paris, ministère de l'Éducation.
- Debray R., 1992, *Vie et mort de l'image*, Paris, Gallimard.

- Fish S., 1980, *Is There a Text in This Class? The Authority of Interpretative Communities*, Cambridge, Harvard University Press.
- Foucault M., 1975, *Surveiller et punir*, Paris, Gallimard.
- Frau-Meigs D., 2007, *Qui a détourné le 11 septembre? Information et démocratie aux États-Unis*, Bruxelles/Paris, De Boeck Éd., Université/INA.
- 2010a, *Médias et cognition. Du bon usage des paniques médiatiques*, Toulouse, Erès, à paraître.
- 2010b, *Regulating the Cultural Contradictions of the « Information Society » : Towards a Human-rights Based Media Governance*, Strasbourg, Presses du Conseil de l'Europe (à paraître).
- Frau-Meigs D., Jehel S., 1997, *Les écrans de la violence*, Paris, Éd. Economica.
- 2003, *Médias, Jeunes, Violence*. Rapport du CIEM, ministère de la Famille, de la Jeunesse et des Sports, Paris, Éd. Economica.
- Giddens A., ed., 2001, *The Global Third Way Debate*, London, Routledge.
- Gitlin T., 1980, *The Whole World is Watching*, Berkeley, University of California.
- Goleman D., 2006, *Social Intelligence*, NY, Bantam.
- Goode E., Ben-Yehuda N., 1994, *Moral Panics : The Social Construction of Deviance*, Oxford, Blackwell.
- Hall S., Critcher C., Jefferson T., Clarke J., Roberts B., 1978, *Policing the Crisis : Mugging, the State and Law and Order*, London, Macmillan.
- Houdé O., 1995, *Rationalité, développement et inhibition*, Paris, Presses universitaires de France.
- Joule R.-V., Bernard F., 2004, « Lien, sens et action : vers une communication engageante », *Communication et Organisation*, 24, pp. 333-345.
- Jullier L., 2002, *Cinéma et cognition*, Paris, Éd. L'Harmattan.
- Kriegel B., éd., 2002, *La violence à la télévision*. Rapport, ministère de la Culture, Paris, Presses universitaires de France.
- Latour B., 1989, *La science en action*, Paris, Éd. La Découverte.
- LeDoux J.-E., 1996, *The Emotional Brain*, NY, Simon & Schuster.
- Livet P., 2002, *Émotions et rationalité morale*, Paris, Presses universitaires de France.
- Livingstone S., 2009, *Children and the Internet. Great Expectations, Challenging Realities*, London, Wiley.
- Lupton D., 1999, *Risk*, London, Routledge.
- Mondzain M.-J., 2002, *L'image peut-elle tuer?*, Paris, Bayard.
- Pincoffs E., 1971, « Quandary Ethics », *Mind*, 80, pp. 552-571.
- 1986, *Quandaries and Virtues : Against Reductivism in Ethics*, Lawrence, University of Kansas.
- Spector M., Kitsuse, J., 1977, *Constructing Social Problems*, Menlo Park, Cummings.
- Thoraval J., Péraldi O., 2005, *Protection de l'enfant et usages de l'internet*. Rapport, Paris, ministère des Solidarités, de la Santé et de la Famille.
- Tomasello M., 1999, *The Cultural Origins of Human Cognition*, Cambridge, Harvard University Press.
- Von Barloewen C., 2003, *Anthropologie de la mondialisation*, trad. de l'allemand par O. Mannoni, Paris, Éd. des Syrtes.

RÉSUMÉS

La contribution analyse les paniques médiatiques à partir de la théorie du risque (Ulrich Beck, Anthony Giddens, Zygmunt Bauman) et des approches cognitives sur la socialisation des jeunes aux médias (Divina Frau-Meigs). Elle place les paniques médiatiques en relation avec des modèles plus amples de paniques morales et montre leur spécificité dans les cadrages de la déviance et de la construction publique des problèmes sociaux. En s'appuyant sur quatre exemples universels de paniques médiatiques – autour de la violence, la pornographie, la publicité et l'actualité – elle offre un nouveau modèle, « l'amplification de dilemme et l'engagement médiatique » qui prend en compte les diverses communautés d'interprétation et les stratégies des acteurs impliqués dans le processus de panique. Elle examine le rôle spécifique des médias et examine le processus « cosmopolitique » (Ulrich Beck) qui provoque ces « peurs liquides » (Zygmunt Bauman) que sont les paniques, dans la mondialisation. Elle conclut en soulignant le besoin d'une gouvernance médiatique globale.

This paper analyzes media panics from the social perspective of risk theory (Beck, Giddens, Bauman) and the cognitive perspective of media socialization (Frau-Meigs). It sets media panics within the larger models of moral panics and shows their specificity within frameworks of deviance and public construction of social problems. Taking four universal examples of media panics, around violence, pornography, advertising and news, it offers a new model, « the amplification of dilemma and media engagement » that takes into account the different communities of interpretation and the strategies of the various actors implicated in the panic process. It examines the specific role of media and concludes with an examination of the cosmopolitical process at work with such liquid fears as media panics, within globalization. It concludes with a need for global media governance.

INDEX

Mots-clés : cognition, construction des problèmes sociaux, engagement, éthique du dilemme, gouvernance des médias, paniques médiatiques, socialisation, théorie du risque

Keywords : construction of social problems, ethics of dilemma, media governance, media panics, risk theory, socialization

AUTEUR

DIVINA FRAU-MEIGS

Center for Research on the English Speaking World
Université Sorbonne Nouvelle-Paris 3