

Sophie Jehel

Enfants, parents, médias et
société du risque.

La classification des contenus permet-elle
une régulation des médias ?

Thèse pour le doctorat
en sciences de l'information et de la communication

Sous la direction de Josiane Jouët, Professeur,
IFP- Université de Paris2 Panthéon-Assas

Soutenue et présentée publiquement le 4 décembre 2009
à l'Institut Français de Presse - Université de Paris 2- Panthéon Assas,
Mention très honorable avec félicitations.

Résumé

1 Les enjeux de la thèse : situer les médias dans la société du risque et évaluer le rôle des classifications de contenu dans la régulation des médias

Dans la « société du risque », la production industrielle est corrélée à la production sociale de risque, comme l'a mis en évidence le sociologue allemand Ulrich Beck dans un ouvrage éponyme en 1986. Quelle est la place des médias dans la société du risque ? Les risques liés aux consommations médiatiques peuvent-ils être analysés dans le cadre de leur activité « industrielle » ? Si les médias sont sources d'information et de prévention vis-à-vis des risques sociaux et écologiques, ne sont-ils pas dans le même temps producteurs de risques spécifiques ?

Dès la préadolescence, les enfants se connectent intensément à la sphère médiatique et leurs consommations se déroulent le plus souvent en autonomie. Le développement de contenus qui leur sont destinés et celui de leur équipement personnel font partie des ressorts de la croissance des nouvelles technologies de l'information et de la communication, et donc de la croissance économique globale. Les pouvoirs publics comme les entreprises médiatiques reconnaissent certains risques et ont mis en place des dispositifs comme les classifications de contenu pour assurer la protection des plus jeunes. Les parents sont interpellés régulièrement pour en assumer le suivi. Quelle peut être leur efficacité ? Les risques médiatiques peuvent-ils être régulés ?

Avant de répondre à ces questions qui taraudent les parents et les pouvoirs publics, il est nécessaire de construire un cadre d'interprétation adapté au fonctionnement des médias et à leur double nature, culturelle et industrielle. C'est sur le concept de « société du risque » que nous avons étayé notre analyse. Il nous est apparu que ce concept pouvait éclairer le rôle spécifique joué par les médias dans la diffusion de contenus à risque, et en particulier sa logique économique.

1.1 La protection des enfants dans les médias : la nécessité d'un nouveau cadre d'analyse

Tout le monde est favorable au principe de protection des mineurs, pourtant toute application concrète fait ressurgir des débats de société entre partisans de la protection des mineurs et opposants à « la censure » et ravive en chacun de nous une division subjective entre une aspiration à la plus grande liberté et à la tolérance pour tous et un souci de responsabilité et de maintien d'une cohésion sociale.

Du côté des créateurs, certains estiment encore que le système de classification imposés par le Conseil supérieur de l'audiovisuel pour la télévision est un outil de « censure » de leur imagination. Du côté des institutions, privées ou publiques, impliquées dans la classification audiovisuelle ou cinématographique, certains redoutent toujours qu'une décision de classification trop élevée ne sous-estime la capacité des enfants à discriminer entre l'humour et la réalité ou ne blesse la carrière d'un

auteur. Ces débats sont toujours difficiles à mener. Dans les « cercles de connivence » qui spécifient le monde de l'audiovisuel et de sa régulation, que Monique Dagnaud, dans *l'Etat et les médias*, décrit comme « hérités de la société de cour », on craint de commettre un crime de bienséance, en rappelant les objectifs prosaïques de la protection de l'enfance.

Toute volonté de restreindre l'accès à un programme pose inévitablement la question de la liberté de communication et de ses limites. Le sujet demeure d'une sensibilité épidermique. Les juristes ont beau savoir que la constitution d'une liberté nécessite des garde-fous et un agencement vis-à-vis des autres libertés, les débats entre experts de l'enfance et professionnels des médias sur les décisions de protection des mineurs réactivent systématiquement une dispute simpliste entre partisans de la *censure* et ceux de *la* liberté.

Il ne s'agit pas de nier l'existence de formes de « censure » dans la France contemporaine, c'est-à-dire de pressions exercées par le pouvoir politique ou par le pouvoir économique sur la diffusion de contenus médiatiques. Mais depuis les années 1980, les interventions publiques au nom de la protection de la sensibilité des enfants ne recouvrent plus des intérêts politiques, comme cela a été le cas jusque-là. Elles s'effectuent dans un cadre qui reconnaît le principe de liberté de communication et dans lequel les restrictions sont devenues l'exception. Le cadre d'analyse de la « censure » méconnaît les conditions de production de l'industrie médiatique contemporaine. Il n'est pas adapté à l'appréhension des problèmes posés par la mise en contact précoce des enfants avec l'univers multimédiatique. Ayant travaillé pendant quinze ans au CSA sur la mission de « protection du jeune public », le paradigme de la « censure » nous est apparu également déconnecté de la pratique quotidienne de la régulation des médias, et porté bien souvent par des fantasmes qui en déforment les enjeux principaux.

1.2 Les médias dans la « société du risque »

Pour comprendre pourquoi le discours de la protection des mineurs a tant de mal à être entendu, nous nous sommes interrogée sur le fonctionnement du *nouveau* capitalisme et ses rapports actuels avec la morale. Là où les chantres de la liberté revendiquent le droit de tout voir et de tout montrer, dans un combat sempiternel contre *l'hypocrisie de la morale bourgeoise*, il nous a été nécessaire de replacer les contenus médiatiques dans le cadre d'une production industrielle de masse. Les soubassements de la production capitaliste et les fondements de son management ont changé depuis *L'éthique protestante* de Max Weber. Nous sommes appuyée sur des concepts issus de la sociologie économique, comme celui de « nouvel esprit du capitalisme » décrit par Luc Boltanski et Eva Chiapello à partir de l'analyse des ouvrages de management des entreprises des années 1990¹. Le moteur de ce nouveau capitalisme est celui de l'individu et de son désir d'autonomie, aux antipodes d'une morale paternaliste.

¹ Boltanski L. Chiapello E. *Le nouvel esprit du capitalisme*, Paris Gallimard 1999.

Pour comprendre la place des contenus médiatiques *violents*, rendus possibles par un esprit d'entreprise qui ne cherche plus à moraliser les *masses populaires* mais à coller aux fantasmes de publics différenciés pour mieux les faire adhérer aux écrans, le concept développé par Ulrich Beck de *société du risque* a fourni les outils intellectuels indispensables à notre chantier.

« Dans la modernité avancée, la production sociale de richesses est systématiquement corrélée à la production sociale de risques. En conséquence, les problèmes de répartition propres à la société de pénurie et les conflits qui y étaient liés, sont recouverts par les problèmes et les conflits générés par la production, la définition et la répartition des risques induits par la science et la technique. »

Pour U. Beck, cette transformation sociale et industrielle est génératrice d'une transformation de la société toute entière. La « société du risque » crée en effet des niveaux d'exposition différenciés. Selon U. Beck, nous passons alors d'une société où les inégalités sociales sont marquées par la pénurie, à une société où les inégalités sont liées à la répartition des risques².

Le risque n'est donc plus seulement un pari sur l'avenir pris et supporté par l'investisseur, ce qu'est fondamentalement toute entreprise. Il n'est pas non plus le risque pris localement par un employeur peu scrupuleux sur la santé de ses ouvriers, comme cela a été dénoncé tout au long du XIX^{ème} siècle. Il s'agit aujourd'hui d'un risque global pris par l'entreprise pour la société dans son ensemble, et face auquel l'individu, consommateur ou employé, voire ni l'un ni l'autre, se trouve plus ou moins démuné. Les caractéristiques de ces risques sont en effet particulières : par l'ampleur même de leur diffusion dans la société, nul ne peut leur échapper complètement. Ils ne sont pas perceptibles immédiatement, mais « provoquent des dommages irréversibles ».

Les risques de la « société du risque » ne relèvent donc pas d'une forme de courage ou de mise à l'épreuve de leurs capacités que pourraient assumer les individus. Ce sont des risques qui « se dérobent à la perception humaine immédiate »³. L'information est donc stratégique dans toute action de prévention. Dans « le volcan de la civilisation », la question de la régulation comme celle de la prise de conscience par les acteurs est cruciale, comme le souligne encore U. Beck.

Il est temps de tirer le rideau aux représentations de la « censure » issues des années 1960, où s'affrontent le gendarme voyeur et le nudiste amoureux de la nature. Les industries médiatiques ont en effet bien des caractéristiques des industries du *risque* décrites par U. Beck. Pris dans une logique de croissance et de concurrence exacerbés, ils diffusent des risques qui deviennent indissociables des environnements identitaires qu'ils construisent.

Avec les nouvelles formes de management, le développement des entreprises depuis les années 1980 repose sur l'exacerbation de l'individualisme, l'encouragement au franchissement des tabous de la société traditionnelle. Il se trouve donc en phase, du point de vue des valeurs, avec les trois exemples de contenus que j'ai pu identifier comme des « productions sociales de risque » des industries médiatiques : l'émergence de chaînes de télévision pour les bébés, à un âge où le développement de l'enfant passe

² Ibid. p 35.

³ Beck U. *ibid* p 41.

principalement par la relation et la motricité ; l'explosion de la télé réalité et de la mise en spectacle de l'humiliation des « anonymes » qu'elle occasionne ; la diffusion massive de représentations de violence... La limite du « tolérable » est en permanence testée, elle fait partie de l'économie de l'adhérence aux écrans.

Les médias et leur régulation privée nous plongent dans un monde en abyme, leur poser une limite suppose aussi la force de renoncer à la mise en miroir des narcissismes et de *l'obscène* qui fascine le public des enfants plus encore que celui des adultes.

« Fascinés par l'exhibition d'une humanité réduite à des pantomimes, sidérés par la possibilité d'accéder en direct à ce qu'ils prennent pour la « vraie vie », découvrant un monde où les corps sont réduits à de la viande, et les relations entre les êtres à l'élimination du maillon faible, ils apprennent très tôt à goûter les joies de l'obscène. »⁴

Le constat émane d'un pédagogue, Philippe Meirieu, qui continue de réfléchir aux modalités d'une éducation adaptée aux « enfants d'aujourd'hui », mais qui souhaiterait aussi une réflexion des professionnels et une évolution des codes esthétiques et éthiques des producteurs d'images.

En tenant les enjeux des débats autour des contenus médiatiques pour des enjeux industriels, on comprend mieux l'implication soutenue de l'Union européenne pour que les risques engendrés par cette industrie n'obstruent pas la voie d'une croissance dans laquelle les technologies de la culture sont appelées à jouer un rôle de premier plan.

Inscrire la protection des mineurs dans la « société du risque », c'est donc prendre la mesure du rôle que jouent les médias dans la socialisation des enfants et des responsabilités qui leur incombent de ce fait, alors que leurs décisions sont le résultat de stratégies commerciales hautement concurrentielles.

Les risques inhérents aux médias ou diffusés par eux sont d'autant plus incisifs que le développement de la consommation des médias de masses et des technologies numériques s'accompagne d'une individualisation des pratiques. Comme toutes les techniques, les médias sont des instruments du changement social. Au cœur de la communication interindividuelle, ils opèrent une « double médiation » à la fois technique et sociale, analysée par Josiane Jouët, en tant que technologies et instruments de sociabilité⁵. La technique impose certains procédés de communication, le contexte social d'utilisation vient remodeler la conception des services de communication. L'individualisation des usages est souvent analysée comme une sortie de risque : elle permet une interactivité qui sort le joueur de la passivité tant reprochée au téléspectateur⁶. L'autonomisation précoce des usages médiatiques est cependant, dans le même temps, un facteur de propagation de nouveaux risques : elle prive l'enfant de l'accompagnement familial et l'expose d'une autre façon en sollicitant son implication directe. Elle justifie donc une vigilance particulière de la part de la société civile et des pouvoirs publics.

⁴ Meirieu Ph. *Lettre aux grandes personnes sur les enfants d'aujourd'hui*, Paris : Rue du Monde, 2009 p 118.

⁵ Jouët J. « Pratiques de communication et figures de la médiation, des médias de masse aux technologies de l'information et de la communication », *Réseaux* 83/1997

⁶ Voir notamment Chambat P, Ehrenberg A « De la télévision à la culture de l'écran » *Le Débat*, 52/1988, cité par Jouët article cité p 298

1.3 La régulation des contenus médiatiques : une notion polysémique et multipolaire

La *régulation* suppose un encadrement plus souple qu'une réglementation, plus ouvert aussi. Elle s'inscrit dans un modèle de société dans laquelle les normes sont toujours en renégociation, flexibles, susceptibles de s'ajuster au contexte pour être les plus *pertinentes*, les plus adaptées à leur objectif, tout en établissant des contraintes minimales pour les acteurs économiques.

La notion de régulation s'acclimate depuis près de vingt ans dans un contexte juridique français construit traditionnellement autour des notions de puissance publique, de souveraineté, de service public. Elle reste une notion sinon floue, du moins polysémique, et attachée à une conception souple du fonctionnement normatif, comme le constate la juriste Marie-Anne Frison-Roche lorsqu'elle définit le droit de la régulation⁷. Cherchant à définir la régulation du côté du régulateur, et particulièrement du régulateur de la concurrence, elle y voit le principe de la recherche d'un « équilibre des pouvoirs et la compensation des pouvoirs entre puissances inégales ». Mais elle ne peut dissocier le principe de « régulation » de la notion d'économie de marché. S'ajoute en effet à la polysémie du terme son ancrage dans la micro-économie, puisque le terme vient du management, aussi bien que dans la macro-économie, quand il s'applique à désigner une des fonctions des pouvoirs publics. M-A Frison-Roche souligne le paradoxe, la « difficulté dialectique » de la situation contemporaine qui consiste à vouloir étendre la « régulation » aux espaces sur lesquels la normativité juridique a du mal à s'appliquer du fait de la mondialisation et de la dilution des frontières. Le secteur qui nous occupe, celui de la classification des contenus médiatiques, est particulièrement exposé à ce paradoxe. La plupart des contenus à risque sont produits sous d'autres régimes de normativité tant sociale que juridique, leur diffusion sur Internet peut se faire directement depuis des territoires extra européens. Or, au moment où la puissance publique perd de son efficacité, du fait de l'internationalisation des échanges, elle a tendance à reporter sur les acteurs privés, les entreprises et les ménages, la régulation de leurs activités, par le biais de l'autorégulation et de la discipline personnelle.

Nous entendons pour notre part la notion de régulation de façon large, comme l'ensemble des procédés mis en œuvre par les acteurs publics et privés pour ajuster les comportements de réception ou de diffusion de contenus aux normes et valeurs de cette société et particulièrement celles de la protection de l'enfance et de la dignité humaine. La régulation à laquelle nous nous sommes attachée dans cette thèse est essentiellement celle de l'aval de la diffusion, celle du public, des parents et des enfants. Les classifications permettent-elles une régulation des contenus dans les familles, sous l'effet d'une discipline privée ? Alors que les équipements médiatiques s'individualisent et que les enfants y accèdent de plus en plus tôt, peuvent-elles servir de point d'appui à l'intervention des parents ? Alors que les discours publics pointent la montée des incivilités commises par les mineurs, des signes chiffrés

⁷ Frison-Roche A-M. *Droit et économie de la régulation Vol 1 Les régulations économiques : légitimité et efficacité*, Paris : Presses des Sciences politiques/Dalloz 2004 p 8.

peuvent-ils rendre possibles des démarches d'autoprotection de la part des enfants ? Suscitent-ils au contraire, comme le prétendent la plupart des recherches anglo-saxonnes, des effets d'attraction qui les rendent contreproductifs ? Jusqu'ici peu de recherches se sont attaquées à ce sujet, en France, du moins frontalement. Les enjeux paraissent sans doute moindres. L'importance prise par les systèmes de classification dans les politiques publiques nationales et européennes nous a incitée à nous en emparer.

1.4 Ouvrir la boîte noire des relations enfants/parents/médias

L'objectif principal de ce travail a été d'entrer dans la boîte noire de la relation enfant/parent/média, avec toutes les liaisons possibles : comprendre la réception de ces signaux par les parents et par les enfants ; savoir s'ils donnent lieu à des interactions entre parents et enfants ou non ; évaluer si ces interactions intrafamiliales imprègnent, modifient, façonnent les consommations et quel est leur poids face au flux des images et des messages.

Du fait du mouvement de retrait de la puissance publique induit par la gouvernance européenne, la société civile est formellement appelée à prendre la relève. Le passage de l'ère de la réglementation à celle de la régulation doit permettre de développer l'autorégulation, par laquelle les opérateurs privés ou publics s'imposent des règles et s'y plient, et la corégulation, par laquelle les règles sont négociées avec l'ensemble des pôles du triangle pouvoirs publics/opérateurs/société civile, afin de mettre en place de nouvelles formes de contre-pouvoirs, de « check and balances ».

Ainsi, une régulation par les classifications ne crée pas seulement un devoir pour les parents de « respecter » les signes apposés sur les écrans et les pochettes des jeux, elle leur ouvre aussi un droit individuel à contester des classements. Les procédures prévues ne sont pas d'ordre judiciaire, elles ne nécessitent ni frais d'avocat ni mise en cause publique⁸. Faire vivre ces procédures paraît indispensable pour obtenir un équilibre entre la sensibilité du public et la sensibilité financière des opérateurs. L'Union européenne reconnaît la légitimité des associations défendant les intérêts des enfants à faire entendre leur voix, à demander à participer à la corégulation. Les parents ont-ils compris pour autant l'existence de ces nouveaux droits ?

1.5 Le défi de la régulation des contenus dans le contexte de la société du risque

La responsabilité des parents est au cœur de la régulation des médias. En ce sens il est important de reconnaître la dimension doublement politique du rôle des familles. Certes, comme le rappelle J. Commaille, après A. Giddens, les valeurs de la famille sont imprégnées par les valeurs politiques de la « seconde modernité »⁹, qui font que l'organisation de la famille et ses valeurs sont en phase ou en

⁸ Le cas des classifications de cinéma qui reposent sur une décision du Ministre de la Culture est différent. Dans ce cas, la contestation doit être portée devant les tribunaux administratifs.

⁹ Cf Commaille J. « La famille, l'Etat, le politique : une nouvelle économie des valeurs. Entre tensions et contradictions » *Informations sociales* 2006/8 N° 136 pp 100-111.

dialogue avec les valeurs de l'organisation macro-sociale, politique et juridique. Mais la dimension politique de la famille comprend aussi un second volet : le fonctionnement de la régulation des acteurs économiques, dont les médias font partie suppose l'existence d'une régulation des médias dans les familles.

Notre approche considère donc que la relation enfants-médias, n'est pas seulement une problématique individuelle de réalisation de soi ou d'épanouissement personnel mais qu'elle engage aussi la société toute entière dans la transmission de ses valeurs fondamentales : le respect de l'enfant et de son immaturité nécessaire à sa prise de responsabilité future ; la non-violence et la valorisation du respect et du dialogue, essentielles à toute société démocratique ; la dignité humaine devenue pour les sociétés européennes après la seconde guerre mondiale une valeur pilier pour survivre à l'horreur du passé. Le choix de ces valeurs n'est pas ici dû au hasard : il s'agit à la fois de valeurs régulièrement invoquées dans le débat public sur la responsabilité sociétale des médias, de valeurs qui soucient les parents (comme le montrent les résultats de notre enquête) et qui, parmi quelques autres, sont au cœur du dispositif juridique du droit public français et européen de la communication.

Dans cette perspective, le contrôle parental des médias est un enjeu de société et la condition de sa réalisation concerne au plus haut point à la fois les représentants de l'intérêt général (représentants de la société et pouvoirs publics) et les médias, puisque c'est la condition de possibilité de leur haut niveau de liberté. Aussi cette enquête s'est-elle attachée à mesurer non seulement la défaillance de ce contrôle, qui, face à des systèmes de plus en plus sophistiqués et du fait de la faible formation des parents, a plutôt tendance à s'accroître, mais aussi les capacités de résistance et d'action des parents et des enfants.

Les initiatives des enfants et l'intériorisation des valeurs familiales et sociales jouent un rôle déterminant dans la régulation des contenus. Quelle est la position des enfants face aux dispositifs de protection des mineurs ? Les systèmes de classification modifient-ils les consommations des enfants, et si oui, est-ce dans le sens d'une prévention ou d'une attraction des contenus à risque ? Peuvent-ils aider à construire des démarches d'autoprotection ? Quels sont les jeunes qui entrent dans de telles démarches ? Quels sont les jeunes qui y sont réfractaires ? L'analyse des positions exprimées par les enfants et celle de leurs consommations quotidiennes permettra d'avancer de nouvelles pistes d'analyse.

Il s'agit là d'un changement de perspective par rapport aux recherches précédentes qui ont davantage mis l'accent sur les failles de la médiation parentale. Ce retournement est motivé par le renversement des rapports de force entre les médias et les parents. Jusque dans les années 1990, le paysage médiatique français destiné aux enfants reste contrôlé par les pouvoirs publics et relativement limité. A partir des années 1990, l'offre de médias jeunes explose dans une logique de plus en plus commerciale : jeux vidéo, radios, programmes TV, chaînes spécifiques, services de messageries sur Internet... La plupart des groupes audiovisuels ciblent les enfants dès leur plus jeune âge : on voit ainsi apparaître sur

les écrans français deux chaînes qui revendiquent de s'adresser aux bébés dès six mois¹⁰. Le développement des médias de poche repose sur l'individuation toujours plus fine de la réception : radios avec oreillette ou reçues sur mp3, téléphone portable qui permet d'accéder à Internet, à des chaînes de télévision ou des contenus en provenance des pairs, permet à l'industrie médiatique d'accéder aux jeunes directement, en court-circuitant le filtre parental ou quasiment.

La responsabilité des usages médiatiques des enfants est dans le même temps plus que jamais reportée sur les parents. Mais ont-ils encore les moyens d'exercer leur autorité ? C'est en confrontant les résultats de cette enquête avec les dispositifs de protection des mineurs offerts aux parents, qu'il sera possible en fin d'analyse de faire la part des apories de la régulation parentale des contenus liées aux limites des outils ou à l'insuffisante familiarisation des familles à ces outils, et de dresser un état des lieux du rapport de force médias/familles.

2 Méthodologie

2.1 Le choix du terrain

Souhaitant mettre en évidence les prises de risques des enfants et les possibilités d'interaction étroite avec les parents, j'ai retenu le passage de l'école primaire au collège, moment clé où la médiation parentale exerce encore un rôle fort et où les prises de risque se développent du fait de l'autonomisation des enfants.

Les préadolescents deviennent un sujet de plus en plus prisé de la sociologie et des médias, alors qu'ils étaient jusqu'à récemment relativement ignorés. Le sociologue François de Singly leur a consacré son ouvrage *Les Adonaissants*, pour évaluer les démarches d'accompagnement parental.

Sachant par les études antérieures et notamment la grande enquête *les Jeunes et l'écran* menée par Josiane Jouët et Dominique Pasquier¹¹, mais aussi par les enquêtes sur les pratiques culturelles du Ministère de la Culture conduites par Olivier Donnat, l'importance des différences sociales en matière de consommations médiatiques, j'ai souhaité construire le terrain de cette enquête en dehors des milieux favorisés parisiens, en accordant une place prépondérante aux milieux populaires.

J'ai donc réalisé deux enquêtes quantitatives : la première auprès de 1142 jeunes de CM2 et de sixième ; la seconde auprès de 801 parents qui ont bien voulu répondre à un questionnaire spécifique. J'ai conduit également des entretiens qualitatifs en juin 2007 auprès de 16 groupes de jeunes de ces classes. 42% des enfants de l'échantillon fréquentent un établissement en zone d'éducation prioritaire (ZEP). La majorité des entretiens se sont tenus dans des établissements à proximité de cités, que les établissements soient classés ZEP ou non.

¹⁰ Cf les articles de Claude Allard et Elisabeth Baton-Hervé de la revue *Réalités familiales* janvier 2008, voir aussi les documents en ligne sur le site du Ciem www.collectifciem.org ; En décembre 2007, une pédiatre (E. Antier) participait à une publicité pour les ordinateurs pour bébés.

¹¹ Jouët J. et Pasquier D. (dir.). " Les jeunes et l'écran ". *Réseaux* (CNET/CNRS), n° 92-93, 1999.

2.2 Le choix des médias

La recherche sur l'appropriation des médias par les jeunes est objectivement de plus en plus compliquée du fait de l'éclatement des supports. Même si les contenus de ces médias peuvent renvoyer l'un à l'autre, voire participer d'une même logique de groupe conformément au principe de convergence des médias¹², les modalités d'usage et de contrôle diffèrent. Se développe chez les jeunes, plus encore que dans le reste du public, une consommation rappelant par certains aspects la consommation « tapisserie » de la télévision décrite dans les années 1980 par F. Mariet, sauf qu'il s'agit aujourd'hui d'une attention diversifiée portée à plusieurs médias simultanément¹³. Il importait donc que l'enquête puisse s'inscrire elle aussi dans un contexte plurimédia. Le choix des médias a été guidé à la fois par l'existence de pratiques importantes dans cette tranche d'âge et par l'existence d'outils de régulation (contrôle parental, classification...). Ont été retenus cinq médias :

- la télévision, média qui reste dominant chez les jeunes de cet âge et qui dispose d'une classification française, organisée par l'autorégulation mais soumise au contrôle d'une régulation étatique ;
- les jeux vidéo, second média en volume de consommation et qui dispose d'une classification européenne gérée en autorégulation ;
- la radio, souvent négligée, mais qui prend une place considérable à cet âge et qui sans être soumise à un système de classification explicite doit respecter une régulation suivant des horaires de diffusion,
- Internet qui a tendance à cet âge à remplacer partiellement les médias traditionnels télévisuels et radiophoniques et qui, suite à la demande des pouvoirs publics, a vu la mise en place de systèmes de contrôle parental ;
- le téléphone mobile qui est à la fois un média de communication personnelle et le support potentiel de tous les autres médias précédemment cités, dont l'équipement se développe autour de 10 ans, et pour lequel les opérateurs ont dû proposer également depuis quelques années un système de verrouillage parental.

2.3 L'élaboration des questionnaires

Le questionnaire enfant comprend 80 questions. Les questions 1 à 12 concernent les déterminants familiaux et sociaux, les questions 13-22 le contexte éducatif et affectif, les relations à l'école, l'autonomisation accordée par les parents dans la vie courante, hors médias, le niveau d'anxiété de l'enfant. Les questions 23 -55 portent sur l'équipement médiatique et les fréquentations médiatiques

¹² La convergence n'est pas seulement technologique, elle est aussi économique. Ainsi le groupe Lagardère Active détient-il à la fois le capital de radio comme Europe 1, Virgin radio (ex Europe 2), RFM, mais aussi des chaînes de télévision comme Virgin 17 (ex Europe 2TV), MCM, Canal J, Filles TV, Tiji, une participation majoritaire dans Gulli, ainsi qu'une participation minoritaire dans Canal + France et donc dans Canal satellite, le groupe détient aussi 17 sociétés de production. Le groupe NRJ détient NRJ, Rire et chansons, Chérie fm, mais aussi NRJ 12 en télévision, et NRJ mobile. Sans parler de Vivendi qui détient Canal +, SFR, Universal pour l'édition musicale, Vivendi games pour les jeux vidéo (actualisation juin 2008).

¹³ C'est ce que montre notamment l'étude Mediapro *Appropriation des nouveaux médias par les jeunes Une enquête européenne en éducation aux médias*, pour la France Isabelle Bréda, CLEMI 2006; « télé-tapisserie » selon l'expression de Mariet F. *Laissez les regarder la télévision* Paris : Calmann-lévy 1989.

ordinaires ; les questions 56-69 interrogent « l'opinion » des enfants sur les programmes et sur leur niveau de violence, leur goût ou dégoût pour ces programmes. Enfin les questions 70-80 explorent les limites posées par les parents vis-à-vis des différents médias, et leur propre rapport aux systèmes de classification.

Le questionnaire parents a été volontairement plus court que celui des enfants, il ne comprend que 43 questions. Les questions 1 à 5 concernent les déterminants familiaux et sociaux, les questions 6-19 l'équipement de l'enfant et celui de la famille. Les questions 20-26 la perception par les parents des enjeux des médias, leurs apports éducatifs et leurs risques. Les questions 27- 34 concernent les utilisations faites par les parents des outils de contrôle parental à leur disposition. Les questions 35-43 leur appréciation sur ces dispositifs et sur des améliorations souhaitables.

La passation des questionnaires s'est effectuée sur un an entre juin 2006 et juin 2007 dans 51 classes de 32 établissements différents. Je me suis déplacée dans les classes, pour assurer une homogénéité des conditions de remplissage. Les enfants ont remis le questionnaire à leurs parents, ils l'ont rapporté sous enveloppe fermée à leur enseignant. Le taux de retour des parents a été de 70 %.

Les deux questionnaires étaient anonymes, mais par un système de numérotation j'ai pu établir un lien entre les questionnaires des parents et ceux des enfants. J'ai pu utiliser en complément des réponses aux questions fermées, les commentaires libres laissés par les parents, qui représentent 55 pages sous Word. Le dépouillement des données a été facilité par l'utilisation du logiciel de traitement Modalisa.

Entretiens de groupe

J'ai complété l'enquête quantitative par la conduite de 16 entretiens de groupe en juin 2007, 8 groupes de garçons et 8 groupes de filles, sur trois sites différents : en région bordelaise dans un établissement privé, en banlieue parisienne non ZEP, mais populaire, dans une école primaire ZEP du Nord-Pas-de-Calais. J'ai ainsi rencontré 90 enfants de CM2 ou de Sixième. 8 groupes ont évoqué leurs pratiques de joueurs de jeux vidéo, 8 groupes Internet, 8 groupes la télévision, 4 le téléphone portable. Je n'ai pas évoqué la radio avec eux.

Analyse et typologies

Je n'ai pas proposé de définition des contenus « violents » ou « choquants », je me suis appuyée systématiquement sur les évaluations officielles que constituent les classifications, lorsqu'elles étaient disponibles et sur les appréciations portées par les enfants eux-mêmes.

Après avoir effectué tris à plat et tris croisés, j'ai construit deux typologies principales : l'une pour les parents, selon leur style de médiation parentale vis-à-vis des médias (Indifférents, Confiants, Méfiants, Filtrants), l'autre pour les enfants, selon leur attitude déclarée vis-à-vis de la signalétique télévisuelle (Supporters, Solliciteurs, Réfractaires).

Le fait de disposer à la fois d'une enquête par écrit et d'entretiens oraux, m'a permis de mesurer les différences dans le comportement des enfants face à ces deux méthodes et de relativiser la part de

« frime » ou d'« esquive » qui caractérise souvent les déclarations des garçons à l'oral, devant leur groupe de pair.

Le fait d'avoir pu lier les réponses des enfants et celles des parents, m'a permis de mesurer certains phénomènes de surdéclaration, mais surtout de mettre en relation les positions de principe énoncées par les parents et les positionnements et consommations des enfants, ce qui est très précieux dans une étude des conditions de la médiation parentale.

3 Principaux résultats

3.1 Les défis de la protection de l'enfance dans la société du risque

Les médias ont acquis un rôle central dans l'éducation des enfants, quelle que soit la qualité que l'on reconnaisse aux contenus qu'ils consomment. Les enfants exclus des médias numériques sont très peu nombreux, même dans des contextes sociaux peu favorisés. Les parents entretiennent avec les médias une relation très ambivalente. Si pour une minorité l'équipement médiatique précoce participe d'une parade pour éviter les risques de l'extérieur, pour tous, il représente une source d'apprentissage et de culture indispensables à l'éducation moderne. Mais pour tous également, le niveau d'anxiété suscité par certains contenus médiatiques atteint un niveau d'alerte particulièrement élevé.

Les médias apprennent en effet beaucoup aux enfants. Ils leurs montrent ce que les parents n'ont pas le temps de leur apprendre, ni le talent pour le faire, ils les occupent, mais ils les mettent aussi au courant de ce dont ces derniers ne souhaitent pas leur parler. Les médias commerciaux centrés sur les enfants et les adolescents se sont dessinés depuis presque vingt ans en France une place qui relève de l'initiation. Ils initient les enfants aux secrets des adultes (J. Meyrowitz) aussi bien qu'aux *vannes* de la culture de rue, à la *grammaire amoureuse* (D. Pasquier) ou au graphisme de l'explosion des corps. Ils ne revendiquent généralement pas de rôle éducatif, ils veulent surtout divertir leur *cible*, pour mieux la fidéliser.

Constatant le pouvoir d'attraction que certains contenus transgressifs peuvent avoir sur les adolescents voire les préadolescents, certains sociologues ont cherché à expliquer ces consommations de masse, en leur attribuant la qualité de *rites de passage* modernes. Le rôle d'initiateur des médias se transformerait en rôle initiatique, de transgressive leur fréquentation deviendrait socialisante. La notion de rite de passage nous semble difficile à manier dans un Etat de droit dans lequel les changements d'état sont réglés par le droit, ou en conformité avec ses normes. L'école pourrait sans doute à bien des égards être considérée comme une pourvoyeuse de rites de passage, si cette notion, issue d'une société communautaire traditionnelle, pouvait être transposée à une société des individus. En revanche, certains médias qui marquent les identités communautaires des adolescents, loin de chercher à canaliser les pulsions, ce qui est une des vocations des rites traditionnels, ne manquent pas d'utiliser, à titre d'ingrédient de leur stratégie marketing, des formes de transgression pour développer une meilleure *implication* des enfants, en faisant vaciller à leur profit les autorités *traditionnelles* que sont la

famille, l'école ou l'État. En suscitant des identifications antagonistes entre les adolescents et les acteurs naturels de leur protection, ces médias peuvent trouver un écho favorable dans les groupes de pairs que constitue leur public, et même renforcer leur cohésion. L'impact médiatique fortifie ainsi la transmission horizontale et réciproquement. Mais dans le même temps, les médias rendent plus difficile l'éducation des enfants et la transmission verticale. Cela ne signifie pas que la transmission verticale intergénérationnelle soit devenue impossible, ni que les parents y aient renoncé. Ainsi, faut-il voir moins un effet de la socialisation des médias, que le résultat de la résistance des autres instances de socialisation, lorsque, sortant de la *coupe* de leurs médias préférés, comme on sort d'une mode, les adolescents retrouvent des comportements que les adultes trouvent *normaux*. L'exigence des Droits de l'enfant fait précisément aux adultes, et en particulier à l'ensemble des institutions de socialisation, un devoir d'initier les enfants aux arcanes de la citoyenneté et non à sa subversion plus ou moins ludique.

3.2 Des risques canalisés en apparence

L'évaluation que nous avons pu faire de la diffusion des risques médiatiques auprès des préadolescents n'est pas catastrophiste. Les mesures de protection pour la radio et la télévision qui reposent notamment sur des horaires de protection pour la radio et la télévision et sur une classification pour la télévision et les jeux vidéo permettent d'assurer un certain niveau de protection des enfants au quotidien. A cet âge, 82% des émissions regardées correspondent à des émissions tous publics¹⁴. De même, les émissions de radio entendues sont essentiellement celles diffusées en journée. L'efficacité des classifications des jeux vidéo semble moindre, puisqu'un cinquième des enfants jouent régulièrement à des jeux classés pour 16 ans ou plus.

Le constat se complexifie quand on explore la face sombre des fréquentations médiatiques des enfants. Plus des deux tiers des enfants ont déjà été confrontés à des émissions *violentes* à la télévision, plus de la moitié à des jeux vidéo *violents*, à des images violentes sur Internet, ou à des émissions de radio qu'ils qualifient eux-mêmes de *violentes* ou choquantes. Quand on demande aux enfants ce qu'ils entendent par contenu *violent*, 27% citent des émissions de télévision classées 12, 16 ou 18, qui sont bien souvent des films d'horreur, 37% des jeux vidéo conseillés aux plus de 16 ou 18 ans. Pour les émissions de radio « violentes ou choquantes », Skyrock, que la moitié de ses auditeurs écoutent en soirée, vient en tête des citations.

Les risques auxquels sont soumis les enfants de cet âge à la télévision sont tempérés grâce à la double pression de la régulation télévisée, qui se manifeste à travers les horaires de programmation familiale et l'affichage des classifications, et celle de l'école qui incite à se coucher tôt. La plupart des interdits posés par les parents face à la télévision sont liés à l'école. Efficaces pendant la semaine, ils le sont bien moins les veilles de congé.

¹⁴ Pourcentage obtenu à partir du traitement des deux émissions citées par les enfants de l'échantillon comme ayant été vues récemment.

Pour les jeux vidéo, pour lesquels n'est imposé qu'un affichage des classifications, le niveau de protection est moindre. Pour Internet, la régulation est quasi inexistante, en dehors des logiciels de filtrage, peu utilisés par les parents pour des raisons diverses. Sur ce média, les enfants sont d'autant plus exposés que les classifications sont invisibles, le fonctionnement mal compris par les parents, les prises de risque plus faciles, l'individuation des pratiques forte.

Les constats que nous pouvons faire vont dans le sens d'une prééminence assez nette des contenus tous publics dans les fréquentations régulières des enfants, et donc d'une relative efficacité des systèmes de régulation actuels, sauf pour Internet. Mais en approfondissant la piste des différences sociales, grâce à l'attention que nous avons portée aux établissements ZEP, nous avons pu mettre en évidence une dégradation des conditions éducatives de certains enfants dans leur rapport à certaines fréquentations médiatiques, creusant des inégalités sociales et de genre.

3.3 Le succès des classifications dans le contexte de la médiation parentale

Les parents ont de fortes attentes vis-à-vis des médias. Ils pensent que les médias sont des moyens de connaissance de culture et de divertissement. Ils souhaiteraient que soient diffusés aux heures où les enfants sont disponibles des programmes *éducatifs* qui les préparent au monde de demain. Mais leurs inquiétudes sont aussi particulièrement élevées. Ils sont surtout inquiets de la violence et de son imprégnation sur les comportements des enfants, de la vulgarité qui déteint dans leur langage et de la représentation crue de la sexualité, et ce, quel que soit leur milieu social. Viennent ensuite des inquiétudes moins fédératrices, comme celles de donner aux enfants une fausse image de la vie ou une mauvaise image des femmes. Alors qu'ils redoutent que les médias n'incitent les enfants à leur demander des achats inutiles, ils ont du mal à se plaindre d'une pression commerciale excessive.

Les parents ont aussi de fortes attentes vis-à-vis des pouvoirs publics. Persuadés dans leur très grande majorité que les signaux de la classification télévisuelle émanent d'une instance étatique, ils leur font majoritairement confiance pour filtrer les contenus auxquels leurs enfants peuvent avoir accès. Le projet de faire tenir la régulation des médias par des signes aussi petits en apparence, sur le coin d'un écran pouvait sembler un peu disproportionné, il n'est pourtant pas dénué de vraisemblance. Il rencontre l'adhésion des parents comme celle des enfants, à un point plus haut que nous ne l'avions imaginé. Plus de neuf parents sur dix adhèrent au principe de la signalétique télévisuelle et à peine moins pour celle des jeux vidéo. A travers ces signaux et la reconnaissance de leur utilité, les parents comme les enfants se prononcent massivement en faveur d'un idéal de régulation. L'attachement à ces pictogrammes doit être pris au sérieux comme un prolongement du fonctionnement démocratique dans l'espace public des médias. Les enfants sont eux aussi capables de penser un espace public organisé autour d'un ordre protecteur. Ils considèrent que ces signaux s'adressent surtout aux enfants, aux plus jeunes mais aussi à eux, avant de mentionner les adultes.

Les parents attendent des pouvoirs publics un peu d'ordre dans un univers mouvant dans lequel ils ont le sentiment de perdre pied. Leur attachement aux signalétiques rejoint les préoccupations des pouvoirs publics nationaux comme européens, ces pictogrammes les aident à assumer une tâche de protection et d'éducation qu'ils revendiquent vis-à-vis de leurs enfants. Une très grande majorité de parents (78%) déclare tenir compte régulièrement de la signalétique télévisuelle et même de celle des jeux vidéo (66%).

Les déclarations des parents à propos de l'usage des classifications sont significatives. Les parents *Indifférents* à la signalétique, qui n'ont pas incorporé ces « normes », ont des enfants deux fois plus exposés aux contenus télévisuels violents les plus graves, comme aux jeux vidéo violents. Les parents qui y sont attentifs ont des enfants plus de deux fois plus nombreux à ne pas pouvoir donner de titres de jeux vidéo violents auxquels ils auraient joué. L'attention des parents comme celle des enfants aux pictogrammes chiffrés n'assure certainement pas une étanchéité vis-à-vis des contenus à risques, parce qu'ils sont disséminés dans l'environnement médiatique des enfants, mais elle en diminue nettement le niveau.

Ces signes se retrouvent aujourd'hui au cœur des régulations médiatiques familiales. L'analyse des réponses fournies par les parents dément clairement toute idée de démission. Ils ont au contraire un idéal d'éducation sur mesure et les deux tiers d'entre eux n'envisagent pas d'autonomie médiatique pour leurs enfants avant 16 voire 17 ans. Leur supervision des activités médiatiques se fait dans un climat de confiance et de dialogue. Cela ne les empêche pas de poser un certain nombre d'interdits sur des contenus et des plages horaires. La supervision se fait aussi par d'autres moyens. Le choix des équipements dans la chambre est également déterminant.

C'est dans le contexte d'une médiation parentale complexe que la référence aux signaux de classification doit se comprendre. La prise en compte de leur message par les parents oriente nettement les consommations des enfants et peut réduire les risques encourus parce qu'elle n'en est qu'une facette. La théorie de la *réactance* qui met en cause l'usage des classifications par âge du fait de leur pouvoir d'attraction mais qui ne prend pas en compte le contexte familial est clairement invalidée dans cette enquête.

Loin de déclencher un effet d'attraction en faveur des contenus à risque, la signalétique télévisuelle scinde les enfants en trois tiers : un tiers d'entre eux se déclarent *Supporters* des classifications et prêts à les respecter, le tiers le plus important, celui des *Solliciteurs*, laisse les parents trancher, en essayant éventuellement de négocier une autorisation, un tiers se déclare indifférent à leur message. Leurs consommations médiatiques s'en ressentent.

Les enfants respectent ces signaux d'autant plus qu'ils pensent que les parents eux-mêmes y accordent de l'attention. Les parents *Indifférents* à la signalétique télévisuelle¹⁵ ont donc des enfants plus souvent *Réfractaires* à celle-ci. Les parents *Filtrants*¹⁶ ont plus souvent des enfants *Supporters* de la signalétique. Loin de constater un effondrement de la transmission verticale, nous constatons qu'elle peut fonctionner dans l'environnement médiatique, dès lors qu'elle peut y trouver des points d'appui. Reste cependant un tiers d'enfants qui reste d'autant plus étanche à ces valeurs de prudence qu'il adhère aux contenus violents et a développé pour eux un goût privilégié. Il s'agit d'une minorité, constituée d'enfants à la fois *Réfractaires* à la signalétique et *Amateurs* de contenus violents, mais elle est suffisamment importante pour menacer la stabilité de l'équilibre de la régulation.

3.4 Les apories de la régulation et les antagonismes entre autorité médiatique et autorité parentale

L'efficacité de la signalétique vient principalement mesurer l'efficacité de la supervision parentale, ce qui explique sa force mais aussi sa limite. Les classifications sont un outil de régulation qui permet d'étayer l'autorité parentale et de discriminer les contenus les plus à risque. L'intériorisation de ces signaux et de leurs messages par les enfants dépend en grande part de la résolution et de la cohérence parentale, même si la plupart des consommations médiatiques s'effectuent de façon solitaire. De ce fait, tout ce qui va affaiblir l'autorité parentale va en diminuer l'impact.

Face à ces pratiques et à ces contenus transgressifs, les parents ne sont pas équipés à égalité. Si tous les parents ont intégré la dimension utile et moderne des médias et la nécessité de leur usage par les enfants, ils n'ont pas tous la même assurance pour encadrer ces consommations et poser des limites. Dans les milieux populaires, les parents sont plus souvent *Indifférents* ou *Confiants*¹⁷. Certains d'entre eux ont du mal à poser des interdictions sur des programmes, en dehors des programmes sexuels, car ils ont peur de se « ringardiser ». Ils hésitent à faire écran aux écrans, et vont favoriser l'emprise de l'autorité médiatique sur leurs enfants. Or, plus les enfants sont soumis aux consommations médiatiques, plus ils sont exposés aux contenus à risque, moins ils accordent d'importance au filtre des signalétiques.

Pour les parents mieux dotés en capital culturel, il n'y a pas de coupure étanche entre le monde personnel de l'enfant et celui des parents, à cet âge. Ils cherchent à transmettre des repères culturels communs dans l'espace médiatique comme dans les autres espaces culturels et éprouvent moins de gêne à limiter les équipements ou à poser des interdictions.

Lorsqu'ils sont protégés par l'autorité parentale, les enfants peuvent résister aux contenus à risque, et savent expliquer pourquoi, ce qui prouve leur investissement personnel. Lorsqu'ils ont basculé sous la

¹⁵ Définis comme l'ensemble des parents qui déclarent ne tenir « jamais » compte ou seulement « parfois » des indications de la signalétique télévisuelle.

¹⁶ Définis comme l'ensemble des parents qui déclarent tenir compte « souvent » de la signalétique, dont l'enfant ne dispose pas de téléviseur dans sa chambre et qui regarde la télévision moins de 7 jours par semaine.

¹⁷ Définis comme l'ensemble des parents qui déclarent tenir compte « souvent » de la signalétique, mais dont l'enfant dispose d'un téléviseur dans sa chambre.

coupe de l'autorité médiatique, et construit des identités intriquées dans les réseaux médiatiques les plus transgressifs, il leur devient difficile de prendre de la distance.

Les situations de risque révèlent donc de fortes inégalités. Dans la *société du risque*, les médias constituent un risque particulier pour les garçons et pour les milieux populaires. En flattant des identités narcissiques de toute-puissance, ils rendent plus difficile l'intégration des seconds dans la société globale, et plus aléatoire la réalisation des promesses de la *seconde modernité*, en particulier celle d'un destin plus équilibré pour les deux sexes.

La culture de *l'esquive* souvent dominante dans les groupes d'enfants de milieu populaire les conduit à survaloriser les conduites d'évitement des consignes parentales, particulièrement à l'oral. Leur analyse de la violence est également très brouillée par des repères flous entre ce qui leur semble vrai et ce qui leur paraît relever de la fiction. Cette culture de la violence contribue à renforcer des conduites scolaires.

Dans notre échantillon, les *Amateurs* de programmes « violents » constituent près de 40% des enfants, soit une forte minorité, à peine inférieure à celle des *Résistants* à ces programmes. Les plus à risque sont ceux qui sont à la fois *Amateurs* et *Réfractaires*, ils constituent 23% de l'échantillon, 26% dans les établissements ZEP. Ils forment donc une minorité, mais ce sont eux qui donnent le ton.

L'Autorité médiatique, dans ses contenus commerciaux les plus standardisés, a tendance à renforcer les différences de genre et à offrir des représentations outrancières à ceux qui viennent y puiser les ingrédients d'une identité sociale. C'est le paradoxe d'une culture homogénéisée et internationalisée qui est aussi très clivée autour de pôles identificatoires caricaturaux : la bimbo et le rappeur, équipés chacun de leur accessoire, talon aiguille contre invectives. Elle renforce les préoccupations esthétiques des filles et la volonté de toute-puissance des garçons. L'internationalisation des contenus va de pair avec la radicalisation des messages. Destinés à être vus et compris par le *village global*, quelles que soient les cultures d'origine, les contenus internationaux, comme l'a montré George Gerbner, font la part belle à la fois à la violence et au machisme¹⁸.

La culture médiatique de la rue, qui valorise la *frime* et l'agressivité, constitue un triple risque de fragilisation sociale pour les garçons des milieux populaires et en particulier ceux qui appartiennent aux minorités visibles. Aux risques encourus par les garçons du fait des identités asociales que leur propose la culture médiatique de la rue, aux risques encourus par les enfants de milieux populaires dont les parents sont symboliquement plus souvent démunis face à l'autorité médiatique, s'ajoute la caricature des minorités visibles sur les écrans français et l'absence de reconnaissance sociale qui les conduit à privilégier plus encore que les autres enfants les productions nord-américaines, et en particulier celles de la culture de rue américaine. La faible mixité sociale des établissements ZEP y

¹⁸ Gerbner G. "Casting And Fate: Women and Minorities on Television Drama, Game Shows, and News." In Ed Hollander, Coen van der Linden, and Paul Rutten (Eds.), *Communication, Culture, and Community*. The Netherlands: Bohn Stafleu van Loghum, 1995.

favorise la domination de la culture médiatique de la rue et renforce, chez les enfants des cités, l'attrait pour les contenus à risques comportant les identifications les plus asociales et les plus stigmatisantes. Il n'y a cependant pas de monolithisme des milieux populaires, pas plus qu'il n'y en a dans les milieux plus favorisés. Tous les enfants des cités ne sont pas sous la coupe de la culture médiatique de la violence. La situation des filles est plus nuancée. Le rôle des parents est décisif. Tous les parents des milieux populaires ne sont pas des parents qui suréquipent leurs enfants ni démissionnaires vis-à-vis des médias. Quatre parents sur dix issus de ces milieux sont soit des parents *Méfiants*¹⁹ soit des parents *Filtrants*.

4 Enjeux de recherche et enjeux citoyens

La présentation de l'analyse de la protection de l'enfance dans la *société du risque* constitue la consolidation d'un chantier sur lequel nous travaillons depuis longtemps. La médiation parentale et l'autoprotection des enfants constituent l'autre noyau de cette recherche. Comme le dit Ulrich Beck, la « société du risque » nécessite une réforme de l'organisation des pouvoirs et contre-pouvoirs à l'échelle non seulement nationale mais internationale. Les parents et les enfants constituent un des maillons de la chaîne de corégulation. Le modèle de gouvernance promu officiellement dans l'Union européenne fait de la société civile, et en particulier des parents, des enfants et des associations qui les représentent, un acteur à part entière de la régulation des médias, non seulement pour ce qui est de l'accès des enfants aux médias, mais aussi en tant que contre-pouvoir critique du niveau de l'autorégulation. Cela suppose d'inverser la hiérarchie de la relation médiatique, la société civile n'est donc plus seulement, en droit, un récepteur des médias, mais elle devient aussi détentrice d'un droit à participer à la régulation des médias. Ce travail pose une des pierres du chantier de l'analyse des premières formes de cette participation, il cherche à apprécier les difficultés concrètes de sa mise en œuvre, sur laquelle repose pourtant le principe de la corégulation et qui contribue à légitimer le retrait des pouvoirs publics dans le contrôle des contenus.

L'autorité médiatique commerciale, comme toute autorité en phase avec le marché, peut émettre et juxtaposer des messages contradictoires. Elle peut ainsi diffuser des messages de prévention à travers les signaux des classifications et continuer, voire accroître, le volume des contenus à risque diffusés. Il ne s'agit pas d'une autorité fondée sur une norme rationnelle-légale comme se doit de l'être une autorité étatique, au sens de Max Weber, mais d'une autorité du nombre, fondée sur la puissance de l'amplification, qu'elle mesure par son audience et l'adhérence du public à l'écran. Elle ne cherche pas d'autres formes de domination que celle de la présence docile de son public, qu'elle cherche à capter par diverses stratégies, par la mise en abîme des narcissismes et la faillite des autres autorités, par le jeu et la dénégation de la réalité. Elle exerce une domination qui semble douce, car complètement consentie,

¹⁹ Définis comme l'ensemble des parents qui déclarent tenir compte « souvent » de la signalétique, dont l'enfant ne dispose pas de téléviseur dans sa chambre mais qui regarde la télévision tous les jours de la semaine.

mais qui n'est pas très tolérante vis-à-vis du fonctionnement des autres autorités, qu'elle cherche, à sa façon, à cannibaliser.

Les médias destinés aux jeunes proposent des modes de fonctionnement qui se situent à bien des égards à l'opposé de la culture scolaire et de l'habitus qu'elle promeut. Cet écartèlement des normes accentue les difficultés scolaires, pour les enfants qui y sont exposés sans autorité qui y fasse écran. Sans doute l'école doit-elle s'adapter à ses nouveaux publics, et faire entrer, au moins dans un débat vivant et critique, la culture populaire médiatique. N'est-on pas en droit d'attendre aussi un sursaut civique de la part des médias les plus responsables ? L'impact du déversement de contenus à risques par l'industrie du divertissement est aujourd'hui encore contenu par les stratégies actives des parents et des instances de régulation, mais les *maillons faibles* de la société sont déjà très malmenés. Un affaiblissement de la régulation nationale, suite à la délinéarisation complète des contenus sur Internet et à l'implosion de la régulation par les horaires, risque d'épuiser la résistance de nombreux parents. Elle pourrait faire place à des systèmes de protection entièrement privatisés qui renforceront encore les inégalités sociales et viendront redoubler les discriminations scolaires déjà à l'œuvre. Un sursaut de mobilisation pour des écrans plus responsables est cependant lui aussi envisageable.

Concluant son ouvrage sur le pouvoir des médias, Rémy Rieffel rappelle la nécessité de l'existence de contre-pouvoirs, dans une démocratie :

« ... le pouvoir actuel des médias, s'il existe, ne peut se comprendre que si on le compare et que si on le confronte aux autres pouvoirs [...] qui participent au bon fonctionnement de nos sociétés. Il devrait en tout cas, dans une démocratie digne de ce nom, être constamment contrebalancé par le pouvoir des hommes politiques , mais aussi celui des juges, des intellectuels, des décideurs économiques, et surtout- et avant tout- celui des citoyens ».²⁰

Les signaux des classifications forment un objet de négociation possible. Leur utilisation peut donner l'occasion d'organiser des jeux de pouvoir et de contre-pouvoir et donc aussi de redéfinir des normes. Ces jeux de pouvoir et de contre-pouvoir sont cependant difficiles à instaurer avec des objets médiatiques qui n'ont pas encore complètement intégré l'espace démocratique. Les parents n'ont pas conscience de leur droit en tant que citoyen de contester les pictogrammes de la signalétique (pour la télévision comme pour les jeux vidéo). Ils se perçoivent encore surtout comme des récepteurs des contenus. Ils sont attachés à ces signaux, mais n'en ont pas vraiment compris le fonctionnement réel. Si on prend le temps de les interroger, ils ont cependant une appréciation nuancée de ces signaux.

Les parents, qui sont des citoyens particulièrement impliqués (avec les enseignants) dans la transmission des valeurs démocratiques auprès des enfants, portent une appréciation plutôt positive sur les classifications télévisuelles : elles leur paraissent plutôt justes et ils sont un peu plus de la moitié à trouver plutôt justes aussi celles des jeux vidéo. Ils aimeraient cependant mieux comprendre le fonctionnement de cette régulation anonyme et souhaiteraient disposer de logos simples leur indiquant les critères qui ont motivé les décisions de classification.

²⁰ Rieffel R. *Que sont les médias ?* Paris : Gallimard 2005, p 443.

Mais ils croient que ce travail de régulation est principalement du ressort de l'État. L'État reste en effet en France le principal détenteur de la légitimité des évaluations. La confiance du public dans les signalétiques est liée principalement à la présence de l'État dans le contrôle des procédures, en tant qu'instance indépendante des forces économiques. L'autorégulation prônée par l'Union européenne est donc loin des représentations politiques et mentales des citoyens français. La corégulation serait plus en accord avec leurs attentes, dès lors que des formes de contrôle par les pouvoirs publics existent. La construction d'un contre-pouvoir par le public est donc aujourd'hui très limitée.

Les signaux des classifications sont des objets bifaces. Véhiculés et produits par les médias, ils leur servent de garantie vis-à-vis de leurs responsabilités et des risques sociaux qu'ils produisent. Mais les pictogrammes représentent aussi un instrument décisif pour la prise de distance par les enfants vis-à-vis des contenus à risque. Ils ne peuvent cependant agir seuls. Ils n'ont d'efficacité que dans le contexte d'une médiation parentale complexe. Le renforcement de leur *autorité* suppose que les parents comprennent mieux comment ils sont produits. Les médias sont des entreprises puissantes avec lesquelles il est possible de négocier, dès lors que l'on en a la légitimité. Leur implication dans la production de risque les contraint aussi à proposer au public des balises de réassurance. Encore faut-il que les contre-pouvoirs sociétaux puissent se mobiliser à bon escient, sans être désarmés par avance par l'anathème de la *censure*.

Situer les médias dans la société du risque permet d'ouvrir de nouveaux champs de recherche sur la délicate question du pouvoir d'influence des médias, en dépassant les apories des recherches sur la réception des médias qui présupposent une forme d'égalité entre récepteurs et diffuseurs, comme celles sur les « effets » qui simplifient la question en réduisant souvent l'imprégnation médiatique à la réception d'un programme, en négligeant souvent le contexte social et culturel de la médiation parentale. Cette problématique permet de rouvrir l'analyse de la transmission et de la modification des valeurs qui sont au cœur du lien social et celle de la responsabilité des médias contemporains dans les métamorphoses de la démocratie.