
Psychologie des médias. L'impact émotionnel de la télévision

Liliane Lurçat

Citer ce document / Cite this document :

Lurçat Liliane. Psychologie des médias. L'impact émotionnel de la télévision. In: Bulletin de psychologie, tome 46 n°412, 1993. Cognition Education Langage. En hommage à Jacques Wittwer. pp. 762-767;

doi : <https://doi.org/10.3406/bupsy.1993.15428>;

https://www.persee.fr/doc/bupsy_0007-4403_1993_num_46_412_15428;

Fichier pdf généré le 27/02/2024

Psychologie des médias

L'impact émotionnel de la télévision

Liliane LURÇAT*

1 - L'action sur les émotions

La psychologie des médias n'est pas reconnue comme thème de recherche en France. Le modèle physicaliste, considéré comme seule démarche scientifique, ne favorise pas sa prise en considération. La sociologie des médias, mieux admise, ne permet pas toutefois d'étudier les effets de l'imprégnation télévisuelle précoce et permanente, sur les attitudes et sur les comportements des enfants et des adultes. Il existe pourtant une riche tradition à laquelle peut se raccorder la psychologie des médias et qui a été développée par un certain nombre de penseurs à la fin du siècle dernier et au début de ce siècle.

En effet, l'approche psychologique de l'impact émotionnel de la télévision peut s'inscrire à la suite de recherches et de réflexions consacrées aux phénomènes contagieux observés dans les foules et les publics. Le thème de l'action sur les émotions, des contagions émotionnelles dans un groupe, de l'imitation involontaire, est un thème classique en psychologie, notamment en psychologie sociale. Il a été repris également en psychologie de l'enfant, en particulier par P. Guillaume et H. Wallon. Il existe une filiation des idées depuis les travaux consacrés à l'étude des foules. La réflexion, parfois effrayée, consacrée aux déchaînements des foules, met en évidence des phénomènes de contagion qui évoquent les actes mimétiques, induits parfois par les productions télévisuelles.

La suggestion hypnotique, popularisée par les expériences de Charcot à la Salpêtrière, a trouvé une application dans l'étude des conduites. Ainsi, Bernheim, professeur de médecine à Nancy, collègue et concurrent de Charcot, pense que l'état hypnotique est une simple exagération de la suggestibilité, qui serait un trait psychologique banal. Pour lui, l'effet de la suggestion est important et parfois dangereux, pouvant même aboutir à la suggestion criminelle (1). Appliqués à l'étude des foules, ces concepts issus de la clinique sont à

l'origine d'un nouveau secteur de connaissance, celui de la psychologie des masses ou des foules (2). Moscovici montre comment Freud a repris et systématisé les observations de Gustave Le Bon. Le Bon a décrit les caractères principaux des foules et des meneurs (3). Beaucoup de ses idées ont été reprises par des hommes politiques et par des publicitaires. On résumera ici quelques unes de ses idées. Dans la foule, réunion d'individus quelconques, la personnalité de chacun s'évanouit, il se forme une âme collective. Dès lors, la collectivité devient foule psychologique, la pensée et les sentiments de chacun s'orientent dans un même sens. Ce sont les qualités générales du caractère régies par l'inconscient qui sont mises en commun dans la foule. Au sein de la foule, la contagion mentale intervient, cette contagion est à rattacher aux phénomènes d'ordre hypnotique. La contagion est elle-même l'effet de la suggestibilité. L'individu plongé dans une foule agissante tombe dans un état particulier se rapprochant de l'état de fascination de l'hypnotisé. La suggestion se renforce, elle devient réciproque. En somme, les principaux caractères de l'individu en foule sont : l'évanouissement de la personnalité consciente, une prédominance de la personnalité inconsciente, l'orientation dans un même sens des sentiments et des idées par la voie de la suggestion et de la contagion, la tendance à transformer immédiatement en actes les idées suggérées.

Certaines des idées formulées brièvement par G. Le Bon aident à comprendre la situation télévisuelle, situation qui permet de faire ressentir des émotions semblables à des personnes séparées. Des milliers d'individus séparés — écrit-il — peuvent à un moment donné, sous l'influence de certaines émotions violentes, acquérir les caractères d'une foule psychologique. Il n'est pas nécessaire de côtoyer les autres pour qu'adviennent les phénomènes de contagion dus à la suggestibilité.

(*) Directeur de recherche - CNRS.

Gabriel Tarde s'est intéressé plus spécialement aux phénomènes de la contagion sans contact en étudiant les publics, notamment le public composé des lecteurs d'un même journal sont liés par la simultanéité de leurs convictions ou de leurs passions. Le journaliste, inspirateur commun, est d'autant plus fascinateur qu'il est invisible et inconnu. Cette suggestion à distance est rendue possible par une enfance et une adolescence marquées par la suggestion à proximité : suggestion du regard et de la voix d'autrui. Elle est renforcée lors des rencontres et des conversations. Le publiciste exerce une influence puissante sur son public car il formule et ainsi il donne corps à ce qui n'est parfois qu'un état d'esprit disséminé et comme inconscient.

Les thèses de G. Tarde s'inscrivent dans sa conception générale de l'imitation (5) considérée comme l'action à distance d'un esprit sur un autre. Il existe des niveaux de l'imitation. Ainsi, diverses fonctions de la vie organique et psychologique ont tendance à se transmettre par imitation contagieuse. Tarde parle à ce propos de contagiosité de la soif, des désirs sexuels, des dictiones et des prononciations, du bâillement. Toutes les passions l'emportent en contagiosité imitative sur les simples appétits. Les mœurs, les sentiments moraux et les religions consistent en « imprégnations réciproques de manière d'être émus ». La volition avec l'émotion et la conviction sont les plus contagieux des états psychologiques. Le langage constitue un grand véhicule de l'imitation. C'est ainsi que l'habitude des communications verbales favorise l'action à distance d'un cerveau dominant sur les cerveaux dominés et lui donne une force irrésistible.

Tarde a étudié la contagion sans contact : il n'est pas nécessaire de côtoyer les autres pour qu'adviennent des phénomènes de contagion dûs à la suggestibilité. Plus récemment, Canetti a développé une thèse plus radicale : le journal crée une forme atténuée de masse ameutée, sorte de foule d'autant plus irresponsable qu'elle est éloignée des événements. C'est une forme plus stable de foule car elle n'a pas besoin de se rassembler, donc elle ne connaît pas la désintégration des foules dans la rue (16). Appliquée à la télévision, l'idée de foule permanente paraît plus pertinente encore que pour le lectorat d'un journal. La télévision transforme les téléspectateurs en masse permanente et elle contribue ainsi à la massification des personnes de manière beaucoup plus puissante que tous les autres médias réunis. Selon Hannah Arendt (7), « les critères de l'homme de masse sont déterminés par la contagion d'influences et de convictions que partagent inconsciemment et également toutes les classes de la société ».

La massification des adultes est le phénomène le plus ancien. La télévision a réussi à massifier l'adolescence puis l'enfance en les transformant en public.

II. Imitation et contagion en psychologie de l'enfant

Selon Paul Guillaume (8) la sympathie s'apparente à l'imitation : dans un cas il s'agit de la contagion des émotions et dans l'autre de la contagion des actes. A propos du spectateur attentif, Guillaume parle de participation sympathique. L'objet devient un « absolu fascinateur » tandis que le sujet perd momentanément conscience de lui-même. La participation affective s'apparente à une participation motrice involontaire, elle est mentale. La personne vit la partie émotionnelle des actes qu'elles contemple comme si elle les exécutait elle-même. Les sentiments induits par le spectacle sont très souvent différents des sentiments originaux : le rire peut éveiller la colère, la honte ou la tristesse. La vue de la douleur peut provoquer l'inquiétude ou l'hilarité. La colère peut provoquer la peur. Parmi les émotions contagieuses, Guillaume place la peur au premier rang ; elle favorise les associations de type conditionnel : « Un objet indifférent se révèle sous un jour nouveau capable de provoquer la peur instinctive, désormais il la provoquera en toutes circonstances ». L'enfant effrayé ne sait pas conceptualiser sa peur, note Guillaume, il ne projette pas plus son effroi dans le spectacle qu'il ne le renferme en lui-même car il ne distingue pas dans l'expérience qu'il a de la peur un objet effrayant et un sujet effrayé. C'est donc une situation vécue, non encore formulable.

Tout comme G. Le Bon, G. Tarde et d'autres auteurs, Henri Wallon est frappé par le phénomène des contagions émotionnelles. Il révèle qu'elles ne sont pas un trait spécifiquement humain : « Déjà dans de nombreuses espèces animales, la peur ou l'agressivité d'un individu se transmettent à ses voisins par une sorte de contagion émotionnelle, c'est-à-dire par un mimétisme des attitudes » (9). Dans la conception de Wallon, les émotions n'ont pas ce rôle principalement négatif qui a été décrit dans les réactions des foules. Elles correspondent à un système d'expression : « Le rôle des émotions est sans doute d'être un système d'expression antérieur au langage articulé : celui qu'il fallait pour entraîner, par une sorte de contagion, de puissantes réactions collectives. Elles ont été cultivées comme telles par les rites des peuples primitifs et restent aujourd'hui le moyen de provoquer des réactions grégaires. Déterminant chez ceux qu'elles gagnent des impulsions convergentes ou complémentaires, elles les fond en une seule masse sentante et agissante. Par elles l'individu

appartient à son milieu avant de s'appartenir à lui-même » (10).

C'est donc par la voie émotionnelle que se réalisent les liens dans le groupe, car l'émotion constitue « une antenne entre le monde intérieur et l'étranger ». L'unisson provient de l'émotion qui provoque chez tous les mêmes réactions. Ces formes de contagion sont à l'origine de la sympathie : « La sympathie naît de cette contagion très précoce chez l'enfant. Elle introduit à la notion d'autrui et n'en résulte pas. Ainsi la subjectivité de chacun se mue en sociabilité par l'intermédiaire de l'expression émotive » (11). Wallon explique ainsi la sociabilisation pour laquelle l'émotion joue un rôle essentiel.

Observée par beaucoup d'auteurs, la régression de l'individu dans la foule a été interprétée diversement selon des références aux théories en vogue. C'est ainsi que pour Le Bon et pour Tarde, la suggestibilité favoriserait la manipulation par les meneurs et elle permettrait des états apparentés à une sorte d'hypnose collective hypertrophiée par les réverbérations affectives mutuelles. L'analyse de Wallon met en avant des états de confusion et de participation par l'abolition du contrôle de soi. Sa description rejoint les observations de G. Le Bon, sans recourir toutefois à l'hypnose et à la suggestion, ce sont les émotions qui induisent le mimétisme : « Il y a une sorte de mimétisme émotionnel qui explique combien les émotions sont communicatives, contagieuses, et comment elles se traduisent facilement dans les masses par des impulsions grégaires et par l'abolition en chaque individu de son point de vue personnel, de son self control. L'émotion entraîne les impulsions collectives, la fusion des consciences individuelles en une seule âme commune et confuse. C'est une sorte de participation où s'effacent plus ou moins les délimitations que les individus sont parfois si jaloux de marquer et de maintenir entre eux » (12).

Si la fusion constitue dans la foule un état régressif, elle est pour l'enfant, sa condition initiale, car il vit en fusion affective avec son entourage, et son individualisation sera une conquête progressive : « Il lui faut s'individualiser lui-même à partir de ces impressions et de ces réactions qui commencent par le mêler à son entourage » (13). L'enfant n'a pas encore de « moi » distinct de son entourage, ce moi émerge mais il peut fluctuer sous diverses influences. Le confusionnisme, la participation et l'identification caractérisent ces fluctuations (14). Dans le confusionnisme initial, il n'y a pas de distinction du moi. Dans la participation, le moi est impliqué dans l'existence de l'autre. La situation télévisuelle favorise la participation. Ainsi, certains enfants ne racontent pas le spectacle qu'ils ont vu comme un événement séparé d'eux-mêmes, ils en décrivent les épi-

sodes comme si ils y avaient réellement participé. Par exemple, au lieu de dire : « j'ai vu Goldorak attaquer les autres planètes », ils disent : « je suis allé avec Goldorak attaquer les autres planètes » (15). Wallon décrit deux effets caractérisant l'identification. Un effet de projection sur autrui de ses particularités personnelles et un effet d'incarnation dans l'autre, l'enfant devenant lui-même cet autre personnage » « Il s'agit d'un véritable échange, d'une mutation ». Cette identification est gênée par la présence du modèle, souligne Wallon, c'est pourquoi une image est plus favorable à l'identification que l'objet lui-même, elle est plus facile au cinéma qu'au théâtre, car il ne subsiste que l'image de la personne. L'identification ne porte d'ailleurs pas que sur les personnes, elle peut aussi bien porter sur un animal, une chose, un objet collectif.

On peut supposer que l'identification agit plus facilement encore à la télévision qu'au cinéma, car la relation particulière au spectacle que crée la situation télévisuelle est plus propice à la création d'associations de type conditionnel par la voie émotionnelle. Une seule rencontre suffit pour que l'émotion se lie à un détail. Ces associations se font sous l'influence de la peur qui est pour l'enfant synonyme de mystère : « Le lien reste ensuite irrévocable, car l'émotion produite brouille chaque fois les perceptions et les représentations, abolit le contrôle de l'expérience et du raisonnement » (16).

III. Les effets de la télévision sur l'enfant

Un des effets de la télévision sur l'enfant est de créer des associations liant le plaisir à la peur. J'ai recueilli de nombreux témoignages d'enfants allant dans ce sens (17). Que le public soit rassemblé dans une salle ou bien émiété, chacun devant son poste, les réactions sont communes par l'effet des émotions qui induisent le mimétisme, qui est, dit Wallon, une imitation ignorante d'elle-même. Ce mimétisme permet de comprendre les réactions à l'ambiance créées par le spectacle, « car l'émotion a tout un appareil expressif qui la propage de l'un à l'autre, déterminant entre tous un unisson de larmes, de rire, de menaces, de violence ou de panique. Sa puissance d'invasion précède toute réflexion » (18).

Le public juvénile

Les recherches que j'ai entreprises dès la seconde moitié des années 1970 concernent un problème relativement récent : celui de l'action de la télévision sur la sensibilité, les représentations et les attitudes des jeunes enfants, populations relativement protégées de l'ambiance sociale jusqu'à l'arrivée de la télévision. La transforma-

tion des jeunes enfants en public s'est faite en liaison avec la mise en place d'un ensemble de programmes destinés aux enfants. Certaines des émissions proposées associent aux images télévisuelles des bands dessinées, des jouets, des vêtements, et d'autres objets de consommation courante. Ainsi a pu naître progressivement chez les élèves de l'école maternelle l'idée qu'on s'adressait spécialement à eux et qu'ils partageaient des besoins et des goûts communs. Ils se sont reconnus comme une catégorie, parfois de manière positive, objets de la sollicitude des adultes : « les dessins animés c'est fait pour nous », de manière négative aussi : « ils font ça pour faire peur à nous ». Dès lors, la massification de l'enfance était rendue possible, favorisée par l'attachement à la télévision de la plupart des enfants (19).

Comprendre les effets de la télévision, sur les jeunes enfants avant même qu'ils ne parlent couramment oblige à tenir compte de leurs particularités psychologiques et de la place que tiennent les émotions dans leur vie. La présence de la télévision au foyer qui rend possible une écoute régulière et prolongée a des effets spécifiques au cours de la période d'individualisation, favorisant la participation et l'identification à des objets et à des situations auxquels la réception ritualisée les conditionne. Le modelage des attitudes rend possible l'action sur les représentations et sur les conduites. Ce modelage est d'autant plus efficace que les enfants sont plus jeunes. De plus, les enfants constituent désormais une cible pour les publicitaires qui mettent au point des méthodes spécifiques afin de créer et d'imposer des besoins nouveaux.

Une illusion du monde

La télévision introduit la vie publique au foyer sous forme d'images. C'est donc à une forme transposée du monde que les enfants accèdent. Cette sorte d'initiation s'accompagne d'un éloignement du réel, car la télévision n'est pas le monde mais une illusion du monde dont on ne voit que des images. L'imaginaire enfantin subit une invasion de sons et d'images, il y a comme un effet de suralimentation de l'imaginaire. La fonction de l'irréel au sens de Bachelard submerge la fonction du réel (21). Transformé en spectateur, le rêveur ne crée pas ses images, il se laisse envahir par celles qu'on lui impose.

Spectateur et auditeur, le jeune enfant d'aujourd'hui est plongé dans des situations où il se sert principalement de la vue et de l'ouïe. L'action sur les choses se trouve reléguée loin derrière le divertissement audio-visuel. Par la présence de la télévision au foyer, les produits de l'imagination auxquels il accédait autrefois plus tardivement font irruption dans sa vie avant même qu'il ne marche ni ne parle (22). Par la

télévision, un rapport médiatisé aux êtres et aux choses, ne se comparant à rien d'équivalent autrefois, a modifié les étapes de l'initiation : les aspects publics du monde sont apparemment accessibles, mais ils demeurent amalgamés aux fictions et aux dessins animés dans les représentations que les jeunes enfants peuvent s'en faire. Cela, faute d'expérience vécue et de concepts permettant de distinguer et de classer les éléments du flux continu des images et des sons.

L'apprentissage à la télévision

L'image appartient aux apparences télévisuelles, elle porte en elle sa propre crédibilité sans que la référence à une quelconque réalité extérieure soit nécessaire (23). L'événement rapporté par l'image appartient aussi aux apparences. La distinction entre le réel et l'imaginaire, entre le vrai et le faux devient superflue. Elle n'est pas nécessaire pour la jouissance du téléspectateur, elle ne l'est pas non plus intellectuellement, car l'attitude critique n'est pas en éveil : on n'a pas besoin de comprendre pour se laisser absorber.

La particularité de la situation télévisuelle tient essentiellement au mode individuel de réception, à la permanence des programmes qui s'enchaînent les uns aux autres et à l'intrusion dans la vie privée. La télévision peut exercer un effet de fascination sur le jeune enfant car elle l'immobilise et il demeure capté par elle. Cet effet est d'ailleurs connu et utilisé. Ainsi, un présentateur d'une chaîne nationale pouvait dire en annonçant le dessin animé du matin : « c'est l'heure où les mamans habillent les tout petits. Ce dessin animé a la vertu de les immobiliser, comme cela les mamans les habillent plus facilement ».

L'effet de fascination apparente la situation télévisuelle à une rencontre sans action réciproque. Mais l'impression d'une interaction est courante chez les jeunes enfants. J'ai eu l'occasion de décrire la relation particulière que des jeunes enfants développent avec des personnages réels ou fictifs, relation fondée sur l'impression d'être vu ou sur l'illusion d'un échange (24).

L'apprentissage à la télévision prend des formes particulières à cause de la situation télévisuelle. C'est, pour l'essentiel, un apprentissage par imprégnation. S'aborder dans la contemplation d'un spectacle, écrit Henri Wallon, ce n'est pas demeurer passif (25). L'excitation ne reste pas purement cérébrale, elle se répand dans les muscles, elle agit sur la fonction tonique. Quand l'enfant est captivé par le spectacle, il est en état d'imprégnation perceptivo-motrice. Une autre façon de s'imprégner procède de la contagion des émotions. « Encore aujourd'hui, elles sont ce qui crée un public, ce qui anime une foule, par une sorte de consentement général qui échappe au contrôle de chacun » (26). Selon Wallon, la partici-

pation posturale débouche sur l'imitation, l'imprégnation par la voie émotionnelle débouche sur le mimétisme. Ainsi, le vécu télévisuel du jeune enfant est marqué par ces étapes que sont la fascination qui permet l'immobilisation de l'enfant devant l'écran, la participation posturale qui permet le modelage des attitudes, la contagion émotionnelle qui engendre le mimétisme, c'est-à-dire une imitation ignorante d'elle-même.

L'imprégnation est une forme d'apprentissage caractérisée par le fait que la personne apprend sans savoir qu'elle apprend ni par conséquent ce qu'elle apprend. La personne s'imprègne malgré elle de thèses auxquelles elle n'adhérerait pas nécessairement de manière volontaire. Il existe, en gros, trois façon d'apprendre : par imprégnation, par l'activité, c'est-à-dire par l'action sur les choses et par la lecture, par la transmission systématique des connaissances qui nécessite l'action organisée de l'adulte. Les apprentissages fondamentaux comme celui de la langue maternelle ou des habitudes du milieu procèdent pour une bonne part de l'imprégnation. L'apprentissage par imprégnation est très puissant, il opère le plus efficacement au début de la vie, et plus généralement dans toute circonstance où il n'est pas nécessaire de savoir qu'on apprend.

L'enfant téléspectateur

La télévision modèle le comportement des enfants car elle favorise la création de savoirs implicites qui se manifestent parfois dans l'expression spontanée sous la forme de jeux et de dessins. Son influence est visible hors du foyer, notamment à l'école. Connaissant la place du jeu dans l'activité de l'enfant et le rôle qu'il tient dans son développement, il n'est pas sans intérêt d'analyser le jeu d'inspiration télévisuelle (27). Les jeux d'inspiration télévisuelle, à la différence des jeux traditionnels, sont tributaires des programmes et de leurs changements. Goldorak, premier de la série des fictions spatiales japonaises, s'est joué longtemps dans les cours de récréation. A présent, les jeux naissent et disparaissent avec les changements de programmes, réalisant comme une digestion collective de ce que chacun a perçu séparément.

Si tous les jeux sont un apprentissage, les jeux d'inspiration télévisuelle paraissent remplir différentes fonctions. La première est de liquider les effets du bombardement émotionnel que les enfants subissent de manière répétée. En effet, un des traits qui caractérisent les émissions destinées aux enfants est la dramatisation. On vise essentiellement les affects pour favoriser l'identification et la dépendance. La peur est une émotion fréquemment induite. Il y a des enfants effrayés mais aussi fascinés par ce qui les effraie. Les images violentes ne sont pas cathartiques

par elles-mêmes, il faut liquider activement les émotions accumulées, et c'est une des fonctions du jeu d'inspiration télévisuelle. Mais par la même occasion, il permet la mise en commun et le renforcement de ce que chacun a perçu séparément. Par ailleurs, l'agressivité et la violence manifestées dans l'imitation des séries les plus brutales, s'apparentent à un passage à l'acte. Les jeux d'inspiration télévisuelle peuvent entretenir une déréalisation fondée sur un usage arbitraire des dimensions temporelles et spatiales, et sur la mystification de personnages troubles — ni êtres ni objets — et souvent monstrueux. On peut dire que le modelage des attitudes s'exerce de deux façons, directement par l'imprégnation télévisuelle quotidienne, et indirectement et de manière active par les jeux. On retrouve ici les deux façons d'apprendre qui sont tellement puissantes dans les premières années de la vie : l'apprentissage par imprégnation et l'apprentissage par l'activité.

La liquidation sous une forme expressive et parfois créative de la charge émotionnelle accumulée au cours du visionnement télévisuel est un phénomène observé dès la crèche, car l'expression est libératrice, sous ses trois formes : le jeu, la parole et le dessin. On peut se demander si certains passages à l'acte ne procèdent pas d'une identification trop littérale, d'une fusion. Il y aurait alors comme une incapacité à liquider de manière expressive la prégnance obsédante de certains modèles télévisuels. La question se pose actuellement des transformations que la télévision pourrait apporter non seulement dans les conduites mais plus fondamentalement sur les étapes du développement jusqu'alors admises.

Transformation du statut de l'enfant ou transformation de l'enfant ?

En pénétrant au cœur du foyer, la télévision a modifié les étapes de l'initiation au monde. L'effet a été non seulement de modeler précocement les attitudes et la sensibilité, mais également, de sortir précocement l'enfant du monde protégé de l'enfance.

Ce problème a préoccupé les sociologues, c'est ainsi que Joshua Meyrowitz parle à ce propos de fusion des âges (28). Pour étayer sa thèse, il analyse certains changements de mœurs et il cite en particulier des statistiques du FBI. Ces statistiques montrent une extraordinaire augmentation de crimes d'adultes commis par des moins de quinze ans tels des meurtres, des viols, des attaques à main armée. Le problème de l'influence des conditions sociales sur l'enfance devrait intéresser les psychologues, car il renouvelle à la lumière d'un changement des étapes de l'initiation, l'approche des facteurs permanents et fluctuants du développement de l'enfant.

CONCLUSION

La télévision permet d'atteindre des multitudes d'individus, son action est sans commune mesure avec celle des autres médias. Les personnes sont jointes simultanément, elles sont captées principalement par la voie émotionnelle, et on leur fait ressentir des émotions semblables par la mise en scène de faits réels ou fictifs. Il y a une convergence de différents facteurs qui créent l'impact émotionnel de la télévision. Ceux liés à la situation télévisuelle qui permet d'atteindre les personnes dans leur intimité domestique et familiale,

tout en les conditionnant à une écoute régulière. Ceux liés à l'action spécifique de l'image qui favorise la participation et l'identification. Ceux qui proviennent des effets contraignants et insidieux de la répétition dans l'information, la publicité, ou dans les séries de fictions ou de dessins animés. Ceux qui sont liés à la mise en scène et à la dramatisation, nécessaires pour capter et retenir, créant ainsi l'unisson des téléspectateurs. La sophistication des techniques employées pour obtenir des effets escomptés peut être mise en évidence dans le ciblage de certaines catégories de téléspectateurs, notamment dans la création du public d'enfants.

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- 1 - JANET (P.).— *La médecine psychologique*, Paris, 1980, 1^{re} édi. 1923, Flammarion. Réédité par les soins de la Société Pierre Janet.
- 2 - MOSCOVICI (S.).— *L'âge des Foules*, ed. Complexe, Fayard, 1981.
- 3 - LE BON (G.).— *Psychologie des Foules*, PUF, 4^e éd. 1983. 1^{re} édi. 1895.
- 4 - TARDE (G.).— *L'opinion et la foule*, PUF, 1989 1^{re} éd. 1901.
- 5 - TARDE (G.).— *Les lois de l'imitation*, Paris, Alcan, 1895.
- 6 - CANETTI (E.).— *Masse et Puissance*, Gallimard, 1966.
- 7 - ARENDT (H.).— *Le système totalitaire*, Seuil, 1972.
- 8 - GUILLAUME (P.).— *L'imitation chez l'enfant*, PUF, 1968.
- 9 - WALLON (H.).— *L'organique et le social chez l'homme*, *Enfance*, spécial Wallon, 7^e éd. 1985.
- 10 - WALLON (H.).— *L'étude psychologique et sociologique de l'enfant*, *Enfance*, op. cit.
- 11 - WALLON (H.).— *L'enfant turbulent*, 2^e éd. PUF, 1984.
- 12 - WALLON (H.).— *Rôle de l'autre dans la conscience du « moi »*, *Enfance*, op. cit.
- 13 - WALLON (H.).— *L'étude psychologique et sociologique de l'enfant*, *Enfance*, op. cit.
- 14 - WALLON (H.).— *Niveaux et fluctuations du « moi »*, *Enfance*, spécial Wallon, 1-2, 1963.
- 15 - LURÇAT (L.).— *A cinq ans seul avec Goldorak*, Syros, 1981.
- 16 - WALLON (H.).— *L'enfant turbulent*, op. cit.
- 17 - LURÇAT (L.).— *Violence à la télé. L'enfant fasciné*, Syros, 1989.
- 18 - WALLON (H.).— *De l'acte à la pensée*, Flammarion, 1970.
- 19 - LURÇAT (L.).— *Imprégnation télévisuelle et émergence du public des jeunes enfants*, Colloque Audio-visuel et petite enfance, Arles, juin 1991, Centre européen de l'Image et du Son, à paraître, Actes Sud.
- 20 - BACHELARD (G.).— *La poétique de l'espace*, PUF, 10^e éd., 1981.
- 21 - PACKARD (V.).— *La persuasion clandestine*, Paris, Calmann-Lévy, 3^e éd. 1989.
- 22 - LURÇAT (L.).— *Impact des spectacles magiques sur les jeunes enfants*, *Revue Européenne de Psychologie Appliquée*, 2, 1991, 113-123.
- 23 - LURÇAT (L.).— *Le jeune enfant devant les apparences télévisuelles*, éd. ESF, 1984.
- 24 - LURÇAT (L.).— *A cinq ans seul avec Goldorak*, op. cit.
- 25 - WALLON (H.).— *De l'acte à la pensée*, op. cit.
- 26 - WALLON (H.).— *La vie Mentale*. T. VIII de l'Encyclopédie Française, 1938.
- 27 - LURÇAT (L.).— *Violence à la télé. L'enfant fasciné*, op. cit.
- 28 - MEYROWITZ (J.).— *L'enfant adulte et l'adulte enfant. La fusion des âges à l'ère de la télévision*, in le temps de la réflexion, 1985, Gallimard, Essai sur la tradition et l'enseignement.