

Les enjeux de la recherche comparative internationale sur les médias

On the Challenges of cross-national comparative Media Research

Sonia Livingstone

Traducteur : Jamil Dakhli



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/7438>

DOI : 10.4000/questionsdecommunication.7438

ISSN : 2259-8901

Éditeur

Presses universitaires de Lorraine

Édition imprimée

Date de publication : 1 juillet 2003

Pagination : 31-43

ISSN : 1633-5961

Référence électronique

Sonia Livingstone, « Les enjeux de la recherche comparative internationale sur les médias », *Questions de communication* [En ligne], 3 | 2003, mis en ligne le 01 juillet 2003, consulté le 04 mai 2019. URL :

<http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/7438> ; DOI : 10.4000/questionsdecommunication.7438

SONIA LIVINGSTONE

MEDIA @LSE

London School of Economics and Political Science

s.livingstone@lse.ac.uk

LES EN JEUX DE LA RECHERCHE COMPARATIVE INTERNATIONALE SUR LES MÉDIAS

Résumé. — Le développement de la mondialisation conduit de nombreux chercheurs en communication à envisager les dimensions transnationales du phénomène qu'ils étudient. Cependant, les projets comparatifs internationaux posent quelques sérieux problèmes. Quelles sont les justifications théoriques et empiriques de la recherche comparative internationale ? Le projet comparatif en lui-même est souvent moins justifié que le thème de la recherche. Afin de révéler « ce qui se passe à l'intérieur » de la recherche comparative sur les médias, l'auteur analyse plusieurs projets internationaux et sa propre expérience. Mener de tels projets est difficile, selon elle, car cela suppose de transgresser constamment la distinction entre le professionnel et le privé. Elle remarque également que la question – purement pratique en apparence – des pays à inclure dans l'étude est déterminante dans le processus comparatif. Pour finir, elle dégage quatre grandes stratégies dictant le choix des pays, chacune d'elles servant des objectifs spécifiques et traçant une voie particulière à un projet de recherche comparative : comparer des pays similaires, maximiser la diversité, assurer l'exhaustivité et assurer la diversité à l'intérieur d'un cadre commun.

Mots clés. — Recherche comparative internationale, méthodologie, télévision, Europe, mondialisation, usages des médias.

« **T**ous les problèmes éternels et non résolus, inhérents à la recherche en sociologie, éclatent au grand jour quand on s'engage dans des études comparatives internationales. Aucune des difficultés méthodologiques et théoriques avec lesquelles on avait appris à vivre ne peut être ignorée lorsqu'on examine d'un œil critique des questions comme : "qu'est-ce que la recherche comparative ?", "comment mener à bien une étude comparative ?" ou encore "comment interpréter les points communs et les différences entre les pays comparés ?" » (Øyen, 1990 : 1). Participant à une large évolution historique concernée par la mondialisation et la régionalisation, les organisations médiatiques et communicationnelles, ainsi que les produits, publics et politiques qui s'y rattachent, doivent de plus en plus être saisis dans leur dimension internationale, voire transnationale. Dès lors que la distinction est faite entre mondialisation et impérialisme médiatique, il importe d'étudier les flux transnationaux de l'information, des médias et des produits culturels, à travers les frontières nationales, où qu'ils se produisent, plutôt que de suivre le cheminement des produits américains à travers le monde (Tomlinson, 1999). De fait, alors qu'il existait autrefois une sous-discipline appelée « recherche en communication internationale » (Edelstein, 1982), par opposition à la recherche en communication nationale, le développement de la mondialisation conduit de nombreux chercheurs en communication à envisager les dimensions transnationales du phénomène qu'ils étudient. En conséquence, la recherche sur la communication et les médias répond de plus en plus à la définition à visée méthodologique qu'Edelstein donne de la recherche comparative : « Une étude qui compare deux pays ou plus, eu égard à une activité commune » (1982 : 14).

Les attraits de la recherche comparative internationale

Les organismes de financement et les impératifs politiques ont suivi l'évolution de la recherche en sociologie. Bien qu'il soit encore difficile d'obtenir un financement adéquat pour des projets multinationaux, à l'exception notable des projets de la Commission européenne ou de l'Unesco, il est évident que ceux qui font des recherches sur les médias, la communication ou les phénomènes culturels, sont de plus en plus à l'origine de projets comparatifs multinationaux ou invités à y participer. Cette évolution s'explique par une prise de conscience croissante des limites propres aux recherches centrées sur un seul pays. Dans l'univers en plein essor des nouveaux médias, un cadre de recherche qui se bornerait à la dimension nationale semble d'ores et déjà impensable (Lievrouw, Livingstone, 2002), de même que l'est le cas des médias plus anciens. Par exemple, on ne peut plus étudier les informations sans préciser s'il s'agit d'informations britanniques, mondiales ou provenant de l'Europe de l'Est. Comme le soulignent, à juste titre, des groupes de recherche marginalisés par leur situation géographique, économique ou linguistique, il n'est pas acceptable que des groupes dominants partent du principe que ce qui est valable pour un pays – e.g. les États-Unis – l'est sûrement partout ailleurs, jusqu'à preuve du contraire. Après tout, dans le domaine des médias et de la communication,

cet « impérialisme académique » a attisé l'histoire épineuse des études sur les pays en développement, fondées sur une théorie de la dépendance communicationnelle (Edelstein, 1982 ; Wasko et al., 2001). Cependant, sans stratégie de comparaison mûrement réfléchies, il est difficile de repérer les aspects singuliers de notre décor quotidien, et l'on a souvent tendance à penser que certains éléments d'une culture sont significatifs ou correspondent à une spécificité nationale, alors même qu'ils se retrouvent dans d'autres pays (Chisholm, 1995). Dès lors, la recherche comparative peut présenter un ou plusieurs des objectifs suivants (Edelstein, 1982 ; Øyen, 1990 ; Teune, 1990) :

- améliorer la compréhension de son propre pays en le comparant avec des pays étrangers ;
- mieux connaître d'autres pays ; observer comment des processus transnationaux sont à l'oeuvre dans différents contextes nationaux ;
- tester une théorie à travers des milieux variés ; rechercher des critères pour évaluer la portée et la valeur d'un phénomène donné ;
- construire une théorie abstraite universellement applicable ; mettre en question les prétentions à l'universalité ;
- explorer des formes culturelles négligées ou marginalisées et remettre ainsi en cause le point de vue dominant ;
- tirer un enseignement des politiques menées dans d'autres pays.

Ces objectifs peuvent être théoriques, méthodologiques ou à finalité politique. Ils peuvent aussi être politiques, comme Schramm (1982 : 12) le fit remarquer avec enthousiasme : « Plus que jamais, il importe aujourd'hui de savoir ce que nos voisins pensent et disent et de pouvoir mener un vrai dialogue avec eux ». Beaucoup se sont fait l'écho de ce sentiment généreux, pour autant que toute stratégie, qui accroît la compréhension d'autrui, permette sûrement d'améliorer « notre capacité à dialoguer avec les autres », et par là de mettre en évidence « d'autres manières de vivre possibles » (Bohman, 1991 : 144).

Cependant, les projets comparatifs internationaux posent quelques sérieux problèmes aux chercheurs. Quelles sont les justifications théoriques et empiriques de la recherche comparative internationale ? Plus concrètement, quelles sont les règles du jeu sur le terrain ? Peu de choses ont été écrites, ces derniers temps notamment, tant sur les principes que sur les modalités pratiques de la recherche comparative, et plus particulièrement dans le domaine des médias et des communications¹. Ce qui semble curieux, par comparaison avec le déferlement de livres indiquant « comment animer une analyse du contenu », ou « comment mener un groupe de discussion », dans lesquels chaque étape du cheminement, chaque conseil utile de recherche est discuté et partagé. En outre, rares sont les responsables de projets comparatifs qui donnent des détails sur leur processus de recherche dans le

¹ Les problèmes inhérents à la démarche comparative en sciences sociales ont été débattus depuis longtemps – et scrupuleusement –, mais le plus souvent dans des ouvrages spécialisés. Les seuls ouvrages généralistes traitant ces thèmes se trouvent en sociologie (Szalai, Petrella, 1977 ; Kohn, 1989), et en anthropologie (Clifford, Marcus, 1986 ; Hammersley, Atkinson, 1983).

compte rendu final. Qui plus est, ceux qui le font évoquent des difficultés non négligeables. Par exemple, Cohen, Adoni et Batz (1990 : 13) indiquent dans la préface de leur ouvrage sur la couverture journalistique des conflits sociaux que « cette tentative de collaboration internationale n'a pas été facile ». Wasko et al. (2001 : 342) terminent leur livre sur Disney en déclarant : « Nous nous rendons compte que la collaboration en recherche interculturelle est truffée de difficultés ». Sreberny-Mohammadi et al. (1985) mettent en évidence le fossé qui peut exister entre une ambition de départ et son résultat quand, au sujet de leur projet comparatif sur les informations étrangères, ils observent non sans regret qu'« en pratique, il s'est avéré impossible de définir des lignes directrices consensuelles pour une entreprise aussi ambitieuse [à savoir qualitative et quantitative]. Finalement, n'a été tentée qu'une analyse plus restreinte de quelques récits majeurs dans chaque système médiatique ». On peut se demander ce qui se cache derrière des commentaires aussi sincères, mais elliptiques. Souvent, semble-t-il, le résultat de ces « difficultés » est que la recherche comparative n'est ni achevée, ni publiée, ou que la publication est très retardée (ce qui est très frustrant dans un environnement médiatique en perpétuel changement) et quelque peu décevante.

Pourquoi de telles déceptions ? Øyen (1990) remarque que l'impulsion pour une recherche comparative internationale est plus souvent externe qu'interne, motivée par des considérations politiques, des impératifs financiers, la disponibilité de sources secondaires comparables, etc. Pour cette raison, sans doute, la justification interne d'un projet comparatif reste souvent indigente. De façon significative, le thème de la recherche est beaucoup plus justifié que les comparaisons menées, ce qui pourrait laisser imaginer, avec quelque cynisme, qu'un groupe d'amis de différents pays a simplement tiré les marrons du feu de la recherche comparative ; même si ceux qui s'y engagent ont plutôt l'impression de s'y brûler les doigts. Alors que des recherches nationales sont produites et débouchent sur des conclusions larges ou « universelles », l'effort interprétatif dévolu à la comparaison est plus qu'insuffisant, surtout dans les ouvrages traitant un pays par chapitre. Sans doute, le silence entourant les problèmes de la recherche comparative s'explique-t-il, en partie, par un souci d'autoprotection de la part des chercheurs. Mais pour ne pas avoir à discuter des compromis, efforts, polémiques et autres échecs, est-il envisageable de sacrifier tout ou partie d'une recherche ?

Un point de départ personnel

Afin de reconstituer « ce qui se passe vraiment » dans la recherche comparative, je suis devenue une lectrice assidue des remerciements et des notes de bas de page, et j'ai également contacté des collègues impliqués dans des projets comparatifs pour leur demander « comment cela se passe à l'intérieur ». La principale source d'inspiration de cet article réside toutefois dans ma propre expérience : comparaison des *soap operas* à travers l'Europe (Liebes, Livingstone, 1998), comparaison des médias criminels et de leurs publics dans une perspective historique (Livingstone et al ; 2001) et, plus

récemment, comparaison des usages des médias chez les enfants et les adolescents en Europe (Livingstone, Bovill, 2001), projet impliquant douze équipes de recherche nationales qui ont sondé et interviewé plus de 15 000 enfants et adolescents. Je présenterai quelques réflexions personnelles avant de dégager les principes théoriques ici en jeu.

C'est évidemment un plaisir et un privilège que de rencontrer des collègues étrangers qui partagent nos idées, dans des lieux agréables choisis avec soin, avec des notes de restaurants payées et les enfants à la maison. Ce que l'on peut apprendre en travaillant avec des collègues de cultures et de contextes différents est incommensurable, de même que ce à quoi on peut parvenir, compte tenu de l'efficacité d'un groupe de réflexion hétérogène, mais centré sur un thème, où toutes les capacités intellectuelles et les énergies sont mises en commun. Lorsqu'ils entendent parler du moindre projet de recherche internationale, beaucoup de collègues regrettent de ne pas avoir été invités à y participer. De *Big Brother* aux *Teletubbies*, des *chats* aux transformations des salles de rédaction, tout nouveau produit médiatique international est une incitation à créer un projet comparatif supplémentaire.

Comme Øyen le fait remarquer, il semblerait que la recherche internationale soit particulièrement sensible aux exigences et aux risques de la recherche en général. D'après mon expérience, la recherche comparative internationale est difficile parce qu'elle transgresse constamment la distinction invisible, mais primordiale, entre le professionnel et le privé. J'irai jusqu'à dire que peu de projets comparatifs peuvent aboutir si les chercheurs concernés ne deviennent pas, dans une certaine mesure, amis². Ils se rencontrent dans différents pays et passent de longues soirées, à discuter de sujets touchant aussi bien leurs activités professionnelles que la vie de tous les jours. Ils doivent, à distance et sur une période considérable, maintenir de bonnes relations de travail. De fait, ils doivent logiquement rester très amicaux dans leurs mails, car des messages purement fonctionnels n'entraînent pas toujours la réaction requise, même si, en soi, ce nouveau média favorise à la fois un dévoilement de soi et des trahisons de confiance apparentes ou avérées. Les chercheurs se confient leurs difficultés d'écriture, leurs doutes sur le travail, les frustrations qu'engendrent la recherche d'un financement ou le recueil des données³. De même, les chercheurs – et plus particulièrement les coordonnateurs ou les directeurs du projet (là encore réside une distinction intéressante) – se retrouvent à essayer de réparer des scissions, affronter des jalousies et tisser des liens au sein de l'équipe de recherche. Alors que la plupart de ces aspects sont rarement discutés sur le papier, Sreberny-Mohammadi *et al.* (1985) offrent un compte rendu inhabituellement sincère – et donc précieux par les détails fournis – sur les considérations pratiques et les compromis inhérents à la recherche comparative. Par

² Le fait que les chercheurs se connaissent avant de se lancer dans ces projets facilite la communication et le consensus, au détriment toutefois (mais pas nécessairement) de la diversité interdisciplinaire et méthodologique (Haddon, 1998).

³ Est ici soulevé le problème de la propriété intellectuelle et les questions corrélatives de propriété et de droit de publication des données d'un projet comparatif (à la différence d'une accumulation de projets nationaux distincts).

exemple, les auteurs traitent des problèmes causés par des différences de financement entre équipes, qui ont influencé l'aspect final et les conclusions de la recherche (voir également Haddon, 1998).

En somme, la recherche comparative ne réclame pas seulement du temps, de l'argent et un intérêt réciproque, mais aussi de la bonne volonté, de la confiance et ce que Hochschild (1983) appelle du « travail émotionnel » ou de la « gestion des sentiments ». Quand les impératifs d'un tel travail émotionnel sont négligés dans la recherche comparative internationale, le prix à payer est considérable. En s'efforçant d'accomplir ce qui revient souvent à des négociations délicates, les chercheurs se rendent compte qu'ils doivent comparer non seulement leurs découvertes, mais aussi leurs cultures de recherche, théories canoniques, infrastructures académiques, postulats méthodologiques, styles d'écriture, capacités linguistiques, stratégies de publication⁴. Ces comparaisons révèlent des différences d'appréciations personnelles, d'appartenances disciplinaires en sciences sociales, mais aussi de cultures académiques sur des sujets aussi éclectiques et néanmoins primordiaux que le grade dans la hiérarchie professionnelle, le sexisme académique, la mise à contribution des étudiants dans la recherche, la charge d'enseignement, le soutien administratif, les préjugés pour ou contre le travail qualitatif ou quantitatif, les bonnes relations avec l'industrie des médias, les règles d'évaluation de la recherche, l'accès aux statistiques nationales, la pression qui incite à publier, l'évolution de carrière, etc. Sachant que l'importance de toutes ces distinctions n'est jamais prévisible : des réactions aussi banales que le fait d'apprécier ou de déplorer des différences nationales de nourriture ou de climat ne marquent souvent que les prémisses des problèmes relationnels complexes inhérents à la recherche comparative.

Justifier la recherche comparative sur les médias

L'essence de la comparaison réside dans l'identification des points communs et des différences. Pour certains, la recherche devrait passer outre les ressemblances entre différents pays, car c'est par les différences que se révèlent les thèmes nationaux ou les facteurs contextuels intéressants, sociologiques ou culturels notamment (Peschar, 1984). Pour d'autres, la recherche des différences sert à exacerber des stéréotypes nationaux, en sorte qu'on devrait plutôt enquêter sur les ressemblances. Non pas tant du fait que ces stéréotypes puissent être directement remis en cause par la recherche, mais parce qu'on peut partir du principe que les ressemblances réclament, elles aussi, une explication (l'universalité de la nature humaine n'étant pas satisfaisante à ce titre). Les ressemblances, avance-t-on, orientent plus la recherche vers la prise en compte des processus sous-jacents que vers les variations superficielles (Sarana, 1975 : 13). Et pourtant, dans notre projet comparatif européen sur les usages des médias chez les enfants, il ne nous a pas paru enthousiasmant de conclure que les enfants et les médias étaient

⁴ La généralisation de l'anglais comme langue commune de comparaison est également problématique, puisqu'elle crée des inégalités entre les participants, favorisant la contribution des uns au détriment de celle des autres.

grosso modo les mêmes partout, et que toute variation observée était négligeable (Livingstone, Bovill, 2001). Différences, contrastes et autres surprises construisent de meilleurs récits de recherche. Mais les différences, il est vrai, sont trop souvent décrites en des termes stéréotypés, surévaluant l'homogénéité ou le typique au détriment des phénomènes de différenciation, d'ambiguïté et de frontières. De quelle façon aurions-nous dû contrebalancer la découverte du fait que les jeunes gens de toute l'Europe calquent leur vie quotidienne sur le même schéma (partageant leur temps entre l'école, la famille, les amis et, bien sûr, les médias) avec la mise au jour de différences.

Examinons quelles justifications se sont données d'autres entreprises comparatives sur les médias. À la lecture de plusieurs de ces projets, il apparaît immédiatement que la question – purement pratique en apparence – des pays à inclure est en réalité déterminante dans le processus comparatif. Parfois – mais peut-être suis-je médisante envers la recherche – on élabore des justifications *a posteriori* pour des décisions commodes ou nées du hasard. Est-ce que de nombreux projets comparatifs internationaux ne sont pas lancés parce que l'on fait un voyage en Allemagne, parce qu'on a un ami aux États-Unis ou parce qu'on rencontre un collègue italien pendant une conférence, et qu'ensuite on déniche un collaborateur espagnol pour pouvoir prétendre à un financement de l'Union européenne. Par exemple, Cohen *et al.* (1990) introduisent leur étude internationale sur le traitement des conflits sociaux dans les journaux télévisés en racontant comment ils ont d'abord présenté des résultats nationaux, lors d'une conférence internationale, puis lancé, au terme de cette dernière, une invitation à élargir ces travaux par une approche comparative internationale. Dans leur cas, cette démarche était justifiée à condition d'inclure, selon une réelle stratégie, des pays présentant des différences par rapport aux critères que les chercheurs avaient *a priori* jugés pertinents dans leur modèle. Or – et cela est excusable, compte tenu des difficultés pratiques à trouver des collaborateurs –, Cohen *et al.* doivent conclure leur ouvrage en soupçonnant que les cinq pays traités manquent en fait de diversité, car la dimension universelle qu'ils supposaient importante dans leur hypothèse de départ s'est révélée, dans leurs résultats, moins éclairante que les facteurs spécifiquement nationaux.

Pour en revenir à mon expérience, j'ai remarqué que, lors de la mise en place du projet comparatif sur les usages des médias chez les enfants, j'ai été confrontée à plusieurs demandes de participation de pays très différents comme Taïwan, l'Inde ou le Canada, comme de pays semblables à ceux qui étaient inclus dans l'enquête (e.g. Norvège ou Grèce), qui se sentaient mis à l'écart d'une comparaison « européenne ». Cela nous a obligé à formaliser, non sans controverses, les critères de sélection des pays participants, selon trois paramètres :

- pertinence politique (e.g. mener une comparaison européenne pour contribuer à des politiques audiovisuelle et d'information spécifiquement européennes) ;
- aspect pratique (l'augmentation du nombre de pays participants entraîne une croissance exponentielle, si j'ose dire, des difficultés à gérer un projet) ;

– « valeur ajoutée », un terme impopulaire – très à la mode dans les milieux politiques britanniques –, mais qui traduit bien l'idée suivante : l'augmentation du nombre de pays membres de l'Union européenne apporterait d'autres informations nationales, mais elle n'ajouterait rien au résultat global d'un projet multinational, la diversité des usages des médias chez les enfants européens étant de toutes les façons un constat.

Quatre grandes stratégies peuvent dicter le choix des pays, chacune d'entre elles servant des objectifs spécifiques et traçant une voie particulière à un projet de recherche comparative :

– Stratégie 1 : comparer des pays semblables. Coleman et Rollet (1997 : 5) justifient leur ouvrage comparatif sur la télévision en Europe en déclarant que « la télévision est inséparable du développement de l'Europe depuis la Seconde Guerre mondiale ». L'organisation de leur ouvrage, dont chaque chapitre est centré sur un pays, suggère que la télévision, en tant que force sociale, doit être étudiée à deux niveaux : celui de chaque pays, pour montrer des spécificités nationales ; mais aussi au niveau général de l'Europe, où des similitudes régionales, provenant d'une histoire et – récemment du moins – d'une politique audiovisuelle communes, font l'objet d'investigations. Du point de vue méthodologique, l'existence d'éléments comparables est garantie, car « afin de rendre le livre le plus utile possible, tous les auteurs se sont confrontés à un certain nombre de thèmes communs » (*ibid.* : 15). Toutefois, cette conséquence est décevante : c'est le lecteur qui doit entreprendre la comparaison directe, par une lecture transversale des sections de chapitres consacrées à « la publicité », au « financement » ou à « la réglementation ». La principale contribution des auteurs consiste à fournir les éléments nécessaires à une telle analyse. Leur propre ambivalence par rapport à ce choix d'« un pays par chapitre » se manifeste quand ils signalent que « il est paradoxal que ce livre soit fondé sur un classement par États-nations à une époque où l'État-nation est sapé non seulement par les mêmes instances qui façonnent la télévision européenne, mais également par la télévision elle-même » (Coleman, Rollet, 1997 : 19).

– Stratégie 2 : maximiser la diversité. Allen (1995) offre une justification tout à fait différente à son travail comparatif sur le *soap opera*. Ce genre est en soi un phénomène planétaire, au double sens du terme : d'une part, quel que soit leur pays d'origine, tous les *soap operas* obéissent à une même structure narrative sérielle ; d'autre part, les publics du monde entier suivent à la fois leurs propres *soap operas* et ceux des autres pays. Par une approche ethnographique synthétique qui contraste avec ces ouvrages comparatifs sur les *soap operas* adoptant une approche du haut vers le bas et vérifiant la validité de la thèse de l'impérialisme culturel (Silj, 1998 ; Liebes, Katz, 1990), Allen se sert d'une analyse des « flux » culturels à l'échelle mondiale pour explorer la diversité du genre. Ainsi, cherche-t-il à rendre visibles d'autres traditions narratives : au premier chef, les productions latino-américaines, au succès énorme, s'exportant beaucoup plus que les séries américaines qui ont suscité tant d'inquiétudes en Europe. Cet ouvrage obéit, lui aussi, au plan « un pays par chapitre », invitant le lecteur à compléter par lui-même l'analyse comparative, mais les différents chapitres ne sont pas soumis au traitement de thèmes communs, car l'objectif n'est pas d'assurer une comparaison

directe. Au contraire, afin d'assurer une mise en perspective contextuelle des spécificités nationales, le choix des pays traités est fondé sur la volonté de maximiser « l'étendue et la diversité ». De façon analogue, dans *Dazzled by Disney*, Wasko et al. (2001) adoptent, eux aussi, une grille planétaire pour montrer l'impact d'une marque particulière sur des publics locaux (c'est-à-dire nationaux), tout en retraçant la nature et le degré de la moindre réticence, voire résistance, rencontrée localement.

– Stratégie 3 : assurer l'exhaustivité. Les projets les plus ambitieux du point de vue méthodologique, mais pas nécessairement théorique, sont ceux qui visent une couverture étendue, si ce n'est planétaire, via le choix des pays abordés. Sreberny-Mohammadi et al. (1985 : 9) ont mené « une étude sur l'image des pays étrangers » dans le contexte de l'aspiration, soutenue par l'UNESCO dans les années 1970, à un Nouvel ordre mondial de l'information et de la communication. Cet « inventaire international des nouvelles sur l'étranger » trouvait donc sa justification dans la démonstration du décalage entre les représentations concrètes et les représentations idéales des pays étrangers dans chacun des vingt-neuf pays sélectionnés à travers le monde. Les représentations concrètes concernaient les conditions politiques ou économiques nationales. Les représentations idéales répondaient, quant à elles, aux principes de vérité et d'absence de préjugés, dans l'intérêt de l'humanité tout entière. Bien que sa portée soit limitée à l'Europe de l'Ouest, le projet d'O'Donnell (1999) sur le *soap opera* en Europe vise également l'exhaustivité. Son livre « analyse tous les nouveaux *soaps* et *telenovelas* nationaux qui sont apparus en Europe depuis 1990 » (1999 : 2) afin les différentes manières dont les *soaps* nationaux reflètent leur culture d'origine ou, plus exactement, les raisons pour lesquelles certains genres de feuilletons quotidiens « marchent » dans tel ou tel pays.

– Stratégie 4 : assurer la diversité à l'intérieur d'un cadre commun. Examinant les « flux de communication à travers les frontières nationales », Jensen revendique dans son *News of the World* (1998 : 2) l'objectif suivant : « Le but était d'envisager une gamme étendue de catégories de nouvelles et de contextes culturels pour permettre une diversité maximale qui faciliterait en retour l'élaboration théorique ». Dans cette perspective, la diversité est recherchée mais, dans un second temps, par l'application d'une méthodologie standardisée, coulée dans un cadre théorique commun, la théorie étant implicitement comprise comme quasi universelle (rattachée, en l'occurrence, à des notions telles que la citoyenneté, le pouvoir ou l'identité). Traitant du cas de sept pays – un par chapitre – Jensen développe une comparaison thématique mêlant volontairement des approches du haut vers le bas et du bas vers le haut, pour saisir la disparité des positionnements des publics de différents pays par rapport à l'actualité internationale. Dans une étude assez semblable, Cohen et al. (1990 : 42) expriment d'abord un certain agacement devant l'importance exagérée que l'on accorde aux conclusions des recherches centrées sur un seul pays : « Cette littérature dégage des propriétés des contenus des journaux télévisés comme des fonctions sociales qu'ils manifestent, sans la moindre référence aux conditions culturelles, comme si ces propriétés pouvaient s'appliquer partout ». Afin de mettre une telle ambition universaliste à l'épreuve des faits, l'étude de Cohen et al.

examine, dans cinq pays, les revendications transnationales concernant les valeurs journalistiques, la récurrence des conflits sociaux et les types de reportages sur ces derniers. Reconnaisant des différences entre pays et entre systèmes télévisuels, les auteurs font l'hypothèse que ces différences manifestent des variations systématiques par rapport à des paramètres fondamentaux. Ainsi proposent-ils un modèle permettant d'identifier la différence (résultant d'influences extraprofessionnelles spécifiquement culturelles) à l'intérieur d'un schéma général commun (correspondant à une culture professionnelle universelle). Le modèle proposé par Jensen est similaire, fondé sur des paramètres universels auxquels chaque pays apporte des déclinaisons. Mais, dans ce dernier cas, le modèle général apparaît comme le résultat du travail de comparaison, et non comme un *a priori*.

De la confrontation de ces quatre stratégies de recherche comparative, offrant chacune des critères différents de choix des pays, il ressort clairement qu'il est capital de définir, *a priori*, l'objectif de la comparaison. On l'a vu, une sélection visant à maximiser les différences permet d'examiner l'étendue ou l'universalité d'un phénomène : par exemple, comparer l'Inde et le Royaume-Uni en ce qui concerne la diffusion des nouveaux médias – même si la notion de « nouveau » est toute relative – permet de vérifier les limites de la théorie de la diffusion et, du même coup, la portée analytique du concept. Par ailleurs, si l'objectif est de préparer une politique, choisir des pays sur la base de leur ressemblance peut s'avérer plus productif : « Deux pays qui se ressemblent se copieront plus volontiers, même si cette ressemblance repose sur l'illusion de faire mieux dans un secteur donné » (Teune, 1990 : 58).

Où cette réflexion nous mène-t-elle par rapport à mon dilemme initial, à savoir que les ressemblances semblent « plus sûres », mais les différences « plus excitantes » ? Qui, parmi les chercheurs comparatistes, n'a pas été un jour accusé de comparer des objets ou des catégories dissemblables ? Après tout, la sagesse populaire nous met bien en garde contre le fait de comparer des pommes et des oranges, préconisant que les pommes ne doivent être comparées qu'avec des pommes. Cependant, Beniger (1992) constate, non sans exaspération, que cette attitude aboutit à un regrettable rétrécissement des potentialités imaginatives que l'analyse comparative peut et doit susciter. Hofstede (1998 : 17) abonde dans le même sens, déclarant que, contrairement à la sagesse populaire, la recherche scientifique trouve précisément sa raison d'être dans la comparaison entre les pommes et les oranges. Mais, il reconnaît ensuite que cette opération est moins facile que l'exercice qui consiste à comparer des éléments semblables, simple travail descriptif plus souvent dicté par la disponibilité avantageuse de données analogues que par la curiosité intellectuelle. Pour Hofstede, la comparaison entre les pommes et les oranges ne vaut que si l'on « possède une fructologie, une théorie des fruits ». En effet, et sans vouloir filer la métaphore trop avant, tout travail prétendant se passer de cette théorie peut se révéler « infructueux ».

Finalement, lorsque des pays semblables sont comparés, tout se passe, en gros, comme si l'on comparait des pommes avec des pommes. Lorsque le choix des pays étudiés vise à maximiser la diversité, les pommes sont, pour ainsi dire, comparées avec des oranges. Quand c'est l'exhaustivité que l'on

veut atteindre, on étudie un fruit de chaque sorte, tous plus différents les uns que les autres. Et lorsque la diversité est envisagée à l'intérieur d'un cadre commun, les chercheurs postulent explicitement une fructologie, en identifiant les variables universelles (taille, couleur, goût, etc.) dont chaque fruit apporte une déclinaison. Même si une fructologie n'est pas nécessairement souhaitable, ni même possible, le but de la recherche, dans presque tous les cas, réside, à n'en pas douter, en une avancée théorique⁵.

Traduction : Jamil Dakhli, GRICP, université Nancy 2

Références

- Alasuutari P., 1995, *Researching Culture : Qualitative Method and Cultural studies*, London, Sage.
- Allen R. C., ed., 1995, *To Be Continued... : Soap operas around the world*, London, Routledge.
- Appadurai A., 1996, *Modernity at large : Cultural dimensions of globalization*, Minneapolis, University of Minnesota Press.
- Beniger J. R., 1992, « Comparison, Yes, But – The Case of Technological and Cultural Change », pp. 35-50, in : J. G. Blumler, J. M. McLeod ; K. E. Rosengren, eds., *Comparatively Speaking : Communication and Culture Across Space and Time*, London, Sage.
- Berting F., Geyer F., Jurkovich R., 1979, eds., *Problems in international comparative research in the social sciences*, Oxford, Pergamon.
- Blumler J. G., McLeod J. M., Rosengren K. E., 1992, « An introduction to comparative communication research », pp. 3-18, in : J. G. Blumler, J. M. McLeod, K. E. Rosengren, eds., *Comparatively Speaking : Communication and Culture across Space and Time*, Newbury Park, Sage.
- Bohman J., 1991, *New Philosophy of Social Science: Problems of Indeterminacy*, Cambridge, Polity.
- Chisholm L., 1995, « European youth research: Tour de Force or Turmbau zu Babel ? », pp. 21-32, in : L. Chisholm, P. Buchner, H.-H. Kruger, M. Bois-Reymond, eds., *Growing up in Europe : Contemporary Horizons in childhood and youth Studies*, Berlin, Walter de Gruyter.
- Clifford J., 1997, *Routes : Travel and Translation in the late Twentieth Century*, Cambridge, Harvard University Press.
- Clifford J., Marcus C. E., eds., 1986, *Writing culture : The Poetics and Politics of Ethnography*, Chicago, Chicago University Press.
- Cohen A. A., Adoni H., Bantz C. R., 1990, *Social Conflict and Television News*, Newbury Park, Sage.

⁵ J'ai discuté des idées de cet article avec un certain nombre d'amis et de collègues du même domaine, dont la plupart d'entre eux avaient de l'expérience dans les études comparatives internationales. Je voudrais exprimer une reconnaissance particulière envers J. Blumler, M. Blovill, M. Buonanno, L. Haddon, K. Bruhn Jensen, D. Lemish, R. Livingstone, P. Lunt, D. Paré, D. Pasquier et K. Schroeder.

- Coleman J. A., Rollet B., eds., 1997, *Television in Europe*, Exeter, Intellect.
- Couldry N., 2000, *Inside culture : Re-imagining the method of cultural studies*, London, Sage.
- Dahlström E., 1989, « Theories and ideologies of family functions, gender relations and human reproduction », pp. 31-52, in : K. Boh, M. Bak, C. Clason, M. Pankratova, J. Qvortrup, G. B. Sgritta, K. Waerness, eds., *Changing Patterns of European Family Life*, London, Routledge.
- Edelstein A. S., 1982, *Comparative Communication Research*, Beverly Hills, Sage.
- Giddens A., 1985, « Time, space and regionalisation », pp. 265-295, in : D. Gregory, J. Urry, eds., *Social Relations and spacial Structures*, Basingstoke, Macmillan.
- Gillespie M., 1995, *Television, Ethnicity and Cultural Change*, London, New York, Routledge.
- Haddon L., 1998, *Locating the virtual community in the households of Europe : (1) The international report ; (2) Methodological observations*, comptes rendus pour les services financiers du NCR, déc.
- Hammersley M., Atkinson P., 1983, *Ethnography : Principles in Practice*, London, Tavistock.
- Hochschild A. R., 1983, *The Managed Heart : Commercialization of human Feeling*, Berkeley, University of California Press.
- Hofstede G., 1998, « A case for comparing apples with oranges : International differences in values », pp. 16-31, in : M. Sasaki, ed., *Values and attitudes across nations and time*, Leiden, Brill.
- Jensen K. B., ed., 1998, *News of the world : World cultures look at television news*, London, Routledge.
- Kohn M. L., ed., 1989, *Cross-national research in sociology*, Newbury Park, Sage.
- Lazarsfeld P. F., 1941, « Remarks on administrative and critical communications research », *Studies in Philosophy and Science*, 9, pp. 3-16.
- Liebes T., Katz E., 1990, *The Export of Meaning : Cross-Cultural Readings of Dallas*, New York, Oxford University Press.
- Liebes T., Livingstone S., 1998, « European Soap Operas : the Diversification of a Genre », *European Journal of Communication*, 13(2), pp. 147-180
- Lievrouw L., Livingstone S., eds., 2002, *Handbook of new Media : Social Shaping and social Consequences*, London, Sage.
- Livingstone S., Allen J., Reiner R., 2001, « The audience for crime media 1946-91 : A historical approach to reception studies », *Communication Review*, 4(2), pp. 165-192.
- Livingstone S., Bovill M., 2001, eds., *Children and Their Changing Media Environment : A European Comparative Study*, Mahwah, Lawrence Erlbaum Associates.
- McNeill P., 1985, *Research Methods*, London, Tavistock.
- Morley D., Robins K., 1995, *Spaces of identity : Global Media, electronic Landscapes and cultural Boundaries*, London, Routledge.
- Morrow R. A., Brown D. D., 1994, *Critical Theory and Methodology*, (Vol. 3), Thousand Oaks, Sage.
- O'Donnell H., 1999, *Good Times, Bad Times : Soap Operas and Society in Western Europe*, London, Leicester University Press.

- Øyen E., 1990, « The imperfection of comparisons », pp. 1-18, in : E. Øyen, ed., *Comparative methodology : Theory and Practice in international social Research*, London, Sage.
- Peschar J., 1984, « Recent developments in comparative research on social structure and stratification », pp. 3-12, in : M. Niessen, J. Peschar, C. Kourilsky, eds., *International comparative Research : Social Structures and public Institutions in Eastern and Western Europe*, Oxford, Pergamon.
- Radway J., 1988, « Reception study: ethnography and the problems of dispersed audiences and nomadic subjects », *Cultural Studies*, 2(3), pp. 359-76.
- Sarana G., 1975, *The methodology of anthropological comparisons : An Analysis of comparative Methods in social and cultural Anthropology*, Tucson, The University of Arizona Press.
- Schramm W., 1982, *Comparative Communication Research*, Beverly Hills, Sage.
- Silj A., 1988, *East of Dallas : The European Challenge to American Television*, London, British Film Institute.
- Sreberny-Mohammadi A., Nordenstreng K., Stevenson R., Ugboajah F., 1985, *Foreign News in the media : International Reporting in 29 countries*, Paris, Unesco.
- Steier F., 1991, « Reflexivity and methodology », pp. 163-185, in : F. Steier, ed., *Research and Reflexivity*, London, Sage.
- Swanson D., 1992, « Managing theoretical diversity in cross-national studies of political communication », pp. 19-34, in : J. G. Blumler ; J. M. McLeod ; K. E. Rosengren, eds., *Comparatively speaking : Communication and Culture across Space and Time*, Newbury Park, Sage.
- Szalai A., Petrella R., eds., 1977, *Cross-national comparative survey Research : Theory and Practice*, Oxford, Pergamon Press.
- Teune H., 1990, « Comparing countries : Lessons learned », pp. 38-62, in : Øyen, E., ed., *Comparative Methodology : Theory and Practice in international social Research*, London, Sage.
- Tomlinson J., 1999, *Globalisation and culture*, Chicago, University of Chicago Press.
- Wasko J., Phillips M., Meehan E. R., 2001, eds., *Dazzled by Disney ? The global Disney Audiences Project*, London, Leicester University Press.
- Wieten J., Murdock G., Dahlgren P., eds., 2000, *Television across Europe : A comparative introduction*, London, Sage.