

Recherches sociographiques



Asghar FATHI, *Canadian Studies in Mass Communication*

Roger De La Garde

Volume 34, Number 3, 1993

Montréal Laboratoire d'urbanité

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/056819ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/056819ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Département de sociologie, Faculté des sciences sociales, Université Laval

ISSN

0034-1282 (print)

1705-6225 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this review

De La Garde, R. (1993). Review of [Asghar FATHI, *Canadian Studies in Mass Communication*]. *Recherches sociographiques*, 34(3), 555–558.
<https://doi.org/10.7202/056819ar>

Asghar FATHI, *Canadian Studies in Mass Communication*, Canadian Scholars' Press Inc., Toronto, 1990, 117 p.

Pour quelqu'un qui suit l'évolution sinon l'explosion depuis les années 1970 des études canadiennes sur les communications de masse, le titre de cet ouvrage ne peut que susciter un vif intérêt. Il annonce soit une anthologie, soit une chronologie ou, mieux encore, une édition critique des études «classiques» tirées de la littérature scientifique canadienne. Il ne s'agit ni de l'une ni de l'autre mais plutôt de la réédition de quatre articles et de la première publication de trois communications d'un même auteur. Une anthologie critique des travaux canadiens se fait encore attendre.

La question se pose alors : pourquoi cette publication ? L'auteur offre deux raisons. La première est que

[...] some of these papers have special features. A few are unique in the sociological literature on Canadian mass communications, and fill some gaps in our knowledge of that subject (p. vii).

Ainsi le lecteur tient-il là sa grille de lecture : le caractère «unique» de cette contribution à une sociologie canadienne des communications de masse. Nous y reviendrons. La seconde raison invoque le fait que trois des articles reproduits furent publiés dans des «non-Canadian periodicals» et, par conséquent, «have seldom come to the attention of Canadian scholars» (p. vii).

Examinons d'abord cette prétention d'un accès limité à ces «non-Canadian periodicals». De fait, trois des quatre articles en question ont été publiés dans une seule revue américaine : le très réputé, très vénérable et très accessible *Journalism Quarterly*, une véritable institution dans le domaine. Que ses articles «have seldom come to the attention of Canadian scholars» ne peut être redevable à la piètre qualité du messager. Petit détail, d'ailleurs, mais qui laisse croire que depuis 25 ans la communauté de chercheurs canadiens en communications ont systématiquement ignoré les publications américaines dans le domaine.

Dernière remarque préliminaire. L'auteur écrit : «The seven papers in this volume report on sociological studies of mass communication conducted in Canada during the last twenty years», c'est-à-dire entre 1970 et 1990. Or les quatre articles reproduits ont été publiés en 1973-1974 et les trois communications savantes datent, respectivement, de 1969, 1976 et 1988. Quand six des sept contributions sont concentrées sur une période de sept ans (1969-1976), il est difficile de prétendre ici faire la revue des vingt dernières années. Ou bien c'est grossièrement sous-estimer les études canadiennes en communications, ou alors c'est témoigner de la pauvreté des études sociologiques en la matière. En effet, il s'agit du bilan des études de l'auteur depuis 1969, ce qui rend ce critère de la «contribution unique» si centrale à l'évaluation de cet ouvrage.

Fathi a regroupé ses articles et communications dans trois sections. La première intitulée «Predecessors to modern media» est, à mon avis, la plus intéressante et renferme des pièces vraiment uniques. L'auteur remet en question le modèle dominant de l'époque (années 1960-1970) en sociologie du développement (Daniel LERNER, *The Passing of Traditional Society*, 1958) qui affirmait que les moyens de diffusion collective (mass médias) sont nécessaires au passage d'une société «sous-développée» à la modernité. Le modèle postulait que les communications dans une société préindustrielle sont surtout caractérisées par l'oralité. De plus, toute communication rapportée au statut social du locuteur et non à sa compétence professionnelle de communicateur, son contenu est normatif et non informatif et s'adresse à

une communauté homogène dont les membres sont en situation de face à face. Bref, cette forme de communication est à l'opposé de celle qui prévaut dans toute société moderne. Or, Asghar Fathi montre que le rôle du prédicateur (catholique au Bas-Canada et protestant non anglican dans les colonies britanniques d'avant la Révolution américaine) renferme plusieurs des caractéristiques des systèmes « modernes » de communication. Il suggère fortement que le clergé, de par sa formation et de par son rôle de communicateur public, doit être vu comme un précurseur des communications de masse plutôt qu'un représentant des « anciennes » cultures orales. Au-delà des résultats empiriques, ses deux études exploratoires remettent en question la vision technologique de la modernité en repérant certains indices de « massmédiation » dans les pratiques sociales de communication des sociétés dites préindustrielles. C'est dire que le rôle historique du système de communication dans l'avènement de la modernité dépend moins de son support techno-industriel que de la lutte des pouvoirs en place pour étendre leur autorité sur les populations en monopolisant l'accès aux médias.

C'est surtout la comparaison du rôle du prêche et du sermon et l'analyse de la chaire comme lieu de diffusion collective, dans deux contextes de luttes politico-militaires différents, qui contribuent à la pertinence de son analyse historique des massmédias. L'analyse comparative permet de mieux comprendre le rôle des médias à travers l'histoire et les rapports de force qui peuvent s'y établir. Dans cette perspective, on peut regretter que l'auteur n'ait pas reproduit ses études sur le rôle du prêche islamique afin de faire ressortir « the surprising amount of similarity between the Catholic pulpit in pre-confederation Québec and the Islamic pulpit in the history of the Muslim lands » (p. 29, note 78).

Il est, par ailleurs, surprenant de lire le reproche que l'auteur lance à la sociologie canadienne d'ignorer « the types of public communication which in the past have helped sustain empires, assisted in the emergence of values and group cohesion, or facilitated concerted action between various segments of society ». Ce jugement est d'autant plus étonnant qu'à l'époque où l'auteur écrivait ces lignes l'un des « pères » de l'École canadienne de communication, l'historien et économiste Harold A. INNIS, recevait la reconnaissance posthume de ses pairs tant au Canada qu'aux États-Unis pour ses travaux remarquables sur les liens systémiques entre l'évolution des médias de communication et l'établissement des nouveaux monopoles du pouvoir et du savoir dans les grandes civilisations. Cela semble indiquer un état d'incommunicabilité entre la sociologie et les autres sciences humaines, dont celle des communications.

Les sections II et III offrent, par contre, moins d'intérêt. Non pas que la qualité soit moindre mais les études présentées sont trop liées à des modèles statiques.

Il est bien connu que les premiers travaux en communications de masse ont été largement influencés par la sociologie américaine — bien que l'influence de la psychologie américaine fut autant sinon plus déterminante. Parmi ces influences, il faut mentionner les écrits de Robert K. MERTON sur le fonctionnalisme et ceux de Kurt LEWIN sur les petits groupes. La deuxième section de l'ouvrage d'Asghar Fathi intitulée « Mass media and social control » renferme deux études. La première est une analyse fonctionnaliste de l'usage des médias arabes et canadiens par une communauté libanaise musulmane récemment immigrée dans les provinces de l'Ouest canadien (« Mass media and a Moslem immigrant community in Canada », p. 45-56). Il s'agit de l'application intégrale du modèle développé par Charles R. WRIGHT qui, à son tour, s'était largement inspiré des travaux du politologue Harold LASSWELL et du sociologue MERTON. Comme dans la plupart des études de ce genre, Fathi n'échappe pas aux contradictions inhérentes au fonctionnalisme. Ainsi arrive-t-il à la

conclusion que l'écoute par la communauté libanaise des émissions sur ondes courtes en provenance de son pays d'origine est *à la fois fonctionnelle* (renforcement du sentiment communautaire, développement d'un point de vue plus objectif parce que alimenté par des sources d'information plus diversifiées) et *dysfonctionnelle* — ce nouveau citoyen canadien mieux informé sur l'actualité internationale et bien intégré dans sa communauté se marginalise parce qu'il s'identifie moins et garde une certaine distance critique vis-à-vis elle, à cause de sa meilleure information.

Cette étude, comme celles qui suivent, ne répondent pas au vœu de l'auteur «[to] fill some gaps in our knowledge of that subject [Canadian mass communications]». Non pas que la recherche soit défectueuse mais le modèle et les résultats sont datés. Les résultats ne sont plus fiables parce que non valides, et non valides parce que le modèle qui les a produits avait commencé à atteindre les limites de sa capacité d'explication avant la fin des années 1960. À partir des années 1970, il a dû céder sa place à des modèles plus généraux dont les capacités d'explication sont plus larges, tel le modèle dit des «uses and gratifications» d'Elihu KATZ.

La seconde étude, sur les «goûts musicaux des étudiants universitaires» («Group influence, mass media and musical taste among Canadian students», p. 73-78), fait directement référence au modèle d'analyse du «personal influence» développé dans les années 1950 par le sociologue Paul LAZARFELD et ses collègues. Ici encore les travaux d'Asghar Fathi ne sont pas récupérables parce que le modèle et la théorie qui le sous-tend n'ont plus cours aujourd'hui. À titre d'exemples, non seulement les catégories «high culture» et «mass culture music» ne sont plus utilisées dans les recherches contemporaines, mais il ne viendrait jamais à l'esprit d'un chercheur d'opérationnaliser de tels concepts à partir d'un *Listener's Guide*, comme le fait Fathi.

Operationally, high culture music was defined as any reported composition written by a composer listed in the chronology of musicians in *Listener's Guide to Musical Understanding*. Mass culture music was defined as any reported composer or music by a composer not listed in the Guide (p. 73).

Les trois études de la dernière section s'inscrivent dans une tradition de recherche américaine connue sous le vocable des «news diffusion studies». L'objectif vise à mesurer le temps de diffusion et les points de relais d'une nouvelle, le plus souvent dramatique telle que l'assassinat du Président Kennedy ou encore l'annonce d'une catastrophe aérienne. À partir de deux «news diffusion studies» menées de façon exemplaire, l'une retraçant la diffusion d'une «mauvaise» nouvelle (la mort du Gouverneur général Vanier) et l'autre celle d'une «bonne» nouvelle (le mariage du Premier ministre Pierre Trudeau), Asghar Fathi nous livre un dernier texte très court (*Problems in developing indices of news value*, p. 110-114) mais perspicace.

Les études classiques sur la diffusion des nouvelles avaient amené les chercheurs américains à proposer une définition opératoire de la nouvelle (*news value*). Plus une information était diffusée rapidement à travers l'espace grâce aux médias et plus elle s'intégrait dans les réseaux de relations interpersonnelles (par voie de commentaires, de demandes de précision, etc.), plus elle avait valeur de nouvelle. Les observations empiriques d'Asghar Fathi lui suggèrent que cette «valeur» dépend moins des facteurs de diffusion et davantage du contexte social et psychologique de sa réception. L'auteur s'associe par ce texte à un mouvement de réflexion qui a pris naissance en Grande-Bretagne et qui insuffla un renouveau théorique et méthodologique dans l'enseignement et dans la recherche en communications de masse, à partir des années 1970-1980.

La contribution d'Asghar Fathi à la sociologie canadienne des communications de masse est sans doute relativement importante eu égard au peu de travaux dans ce domaine, mais en regard des travaux réalisés par la communauté des chercheurs canadiens en communications, elle perd beaucoup de cette importance relative. Pour ma part, je vois davantage un lien de parenté intellectuelle entre lui et son contemporain, Harold A. INNIS, historien et économiste.

En refermant ce livre, j'ai un peu le sentiment de sortir d'une visite muséale. C'est un sentiment à la fois de respect pour des travaux d'un temps passé réalisés selon les règles de l'art mais aussi de regret parce que ces travaux ne sont plus exemplaires dorénavant. Sauf ses analyses à caractère historique, les études d'Asghar Fathi se sont appuyées sur des modèles que l'usage a relégués au musée de la science. Peut-être ce sentiment de regret traduit-il un sentiment plus profond : à savoir, la science produirait, comme la société de consommation, des savoirs jetables (ou stockables) et pas encore suffisamment recyclables.

Roger DE LA GARDE

*Département d'information et de communication,
Université Laval.*

(NOTES)

1. «The catholic pulpit as a medium of public communication in pre-Confederation Quebec, Canada», une communication présentée à la Conférence biennale de la International Association for Mass Communication Research, à Barcelone, juillet 1988; et «The pulpit as a medium of public communication during the American Revolution», une communication présentée à la Conférence annuelle du Pacific Sociological Association, à San Diego, avril 1976.

2. «The Islamic pulpit as a medium of political communication», *Journal for the Scientific Study of Religion*, 1981, 20,2: 163-172; «Communication and tradition in revolution: The role of the Islamic pulpit», *Journal of Communication*, 1979, 29: 102-106.

3. Voir aussi le modèle du «two-step flow» de Paul LAZARSFELD et d'Elihu KATZ (1955) et le modèle «psychodynamique» des sociologues J.W. RILEY et M.W. RILEY (1959).

Claire CHABOT, *Une passion : la science. Portraits de pionniers québécois*, Saint-Nicolas, Les Éditions Multimondes, 1990, 149 p.

L'auteure, journaliste scientifique et collaboratrice assidue de *Québec Science*, nous offre ici une galerie de quinze portraits de pionniers de la recherche scientifique au Québec au XX^e siècle.

La sélection est assez réussie : pour illustrer le domaine des sciences naturelles, on a retenu, outre la figure du Frère Marie-Victorin, «incontournable» pourrait-on dire, le mycologue René Pomerleau, l'ethnobotaniste Jacques Rousseau et l'écologiste Pierre Dansereau. Dans le domaine de la recherche médicale, où le Québec a toujours été très fort, on rappelle la carrière de Wilder Penfield, le créateur de l'Institut neurologique de Montréal, de Hans Selye, théoricien du stress, et du microbiologiste Armand Frappier. Deux portraits de femmes de science, toutes deux psychologues, enrichissent la collection : il s'agit de Brenda Milner, célèbre pour ses travaux sur le cerveau, et de Thérèse Gouin Décarie, disciple