

Souchon (Michel)

Céline Ségur

► **To cite this version:**

Céline Ségur. Souchon (Michel). 2020, <http://publictionnaire.huma-num.fr/notice/souchon-michel/hal-02960197>

HAL Id: hal-02960197

<https://hal.univ-lorraine.fr/hal-02960197>

Submitted on 8 Oct 2020

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Publictionnaire

Dictionnaire encyclopédique et critique des Publics

Souchon (Michel)

Céline Ségur

Référence électronique

Céline Ségur, Souchon (Michel). *Publictionnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics*. Mis en ligne le 05 mars 2020. Accès : <http://publictionnaire.humanum.fr/notice/souchon-michel/>

Le Publictionnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics est un dictionnaire collaboratif en ligne sous la responsabilité du Centre de recherche sur les médiations (Crem, Université de Lorraine) ayant pour ambition de clarifier la terminologie et le profit heuristique des concepts relatifs à la notion de public et aux méthodes d'analyse des publics pour en proposer une cartographie critique et encyclopédique.

Accès : <http://publictionnaire.humanum.fr>

Cette notice est mise à disposition selon les termes de la licence Creative Commons Attribution - Pas d'utilisation commerciale - Pas de modification 3.0 France. Pour voir une copie de cette licence, visitez <http://creativecommons.org/licenses/by-ncnd/3.0/fr/> ou écrivez à Creative Commons, PO Box 1866, Mountain View, CA 94042, USA.



Souchon (Michel)

Une approche sociologique de l'audience de la télévision

Michel Souchon (1929-2020), jésuite de formation, a été ordonné prêtre en 1961. De la fin des années 1960 aux années 1990, M. Souchon a concilié une carrière de responsable d'études dans les services de recherche de la télévision en France avec une activité d'expertise et de publication dans le champ scientifique. En effet, s'il a débuté sa carrière comme secrétaire de rédaction de la revue catholique *Études* (pour laquelle il a écrit un grand nombre d'articles sur la télévision et ses publics tous au long de sa carrière, voir <https://www.cairn.info/publications-de-Michel-Souchon-39469.htm>) ; il s'est ensuite dirigé vers un doctorat en sociologie (1969) sur la réception de la télévision par les adolescents, avant de devenir responsable d'études pour le Service des études d'opinion de l'Office de radiodiffusion-télévision française entre 1970 et 1975 (le Service s'est nommé Centre d'étude d'opinion [CEO], à partir de 1974). Puis il a dirigé le Groupe d'études des systèmes de communication de l'Institut national de l'audiovisuel (INA, 1975-1985), avant d'être directeur des études à TF1 (1985-1987), Antenne 2 puis France Télévisions (1990-1995). En parallèle, il a conservé des liens avec le champ académique : d'abord avec les membres du Centre d'étude des communications de masse (Cecmas) ; puis avec le Groupe de recherche (GDR) communication qu'il avait intégré. Ce GDR a constitué un réseau créé en 1988 à l'initiative de chercheurs du Centre national d'étude des télécommunications (notamment son directeur du laboratoire de sociologie Patrice Flichy) et du Centre national de la recherche scientifique. Il avait vocation à rassembler des chercheurs et des professionnels pour des travaux de recherche sur la thématique des médias, peu nombreux à ce moment-là. Dans ce cadre, le sociologue a rédigé plusieurs articles qui ont permis de faire connaître les outils de mesure de l'audience, leur utilisation et utilité ainsi que les comportements des publics de télévision. Plusieurs de ces textes sont devenus des références, notamment parce qu'ils étaient destinés à des dictionnaires, des manuels, des dossiers fondateurs, etc. Ainsi, en 1993, M. Souchon a-t-il rédigé la notice « Public/publics de télévision » pour le *Dictionnaire critique de la communication* coordonné par Lucien Sfez (1937-2018). Il a également produit un des textes essentiels des *Sciences de l'information et de la communication* (Bougnoux, dir., 1993). En 1997, son article « L'audience de la télévision », publié initialement dans la revue *Réseaux* en 1991, est repris pour le *Reader Sociologie de la communication* édité par le Centre national d'étude des télécommunications. Un article, sous la forme d'un entretien (Souchon, Veyrat-Masson, 2004), est consacré à son parcours et ses apports dans la livraison de la revue *Le Temps des Médias* consacré au thème « Public, cher inconnu ! ». Signalons également que M. Souchon a enseigné en tant que vacataire à l'Institut français de presse et à l'Institut catholique de Paris. Après ces expériences, il a poursuivi des activités éditoriales en exerçant notamment la fonction de rédacteur en chef pour le magazine bimensuelle *Croire aujourd'hui*. Puis, il s'est consacré pleinement à ses activités ecclésiastiques ; il était notamment le délégué diocésain pour la pastorale des nouvelles croyances et des sectes dans le diocèse de Saint-Denis de 2002 à 2012.



Portrait de Michel Souchon. Source : [Compagnie de Jésus Province d'Europe Occidentale Francophone](#).

Ainsi, durant sa carrière d'*audience researcher*, M. Souchon a-t-il conservé une appétence pour une approche sociologique des publics de télévision. Il a bénéficié d'une certaine reconnaissance dans le champ académique – aussi tardive qu'a pu l'être la reconnaissance de la réception télévisuelle comme objet académique légitime (Séguir, 2010). Il est aussi l'un des acteurs du développement accru de l'intérêt du monde religieux à l'égard des médias et des communications de masse : il a contribué, aux côtés d'universitaires et de journalistes, à plusieurs rencontres (comme le colloque sur « Le fait religieux et sa diffusion médiatique », organisé à Paris en 1991 par l'Association des journalistes et informateurs religieux). Qu'en est-il exactement de son apport pour la recherche sur les publics ?

La première étude de réception de la télévision en France

De 1965 à 1970, M. Souchon était un membre du Cecmas qui constitue le premier foyer français de réflexions scientifiques sur les communications de masse. Fondé à l'initiative du sociologue Georges Friedmann (1902-1977) en 1960, au sein de l'École pratique des hautes études (EPHE), le Cecmas rassemblait plusieurs sociologues et sémiologues intéressés par l'étude des communications de masse (dont Edgar Morin, Christian Metz – 1931-1993 – et Roland Barthes – 1915-1980) et a constitué un lieu d'épanouissement pour la conduite d'enquêtes sur les médias de masse. Dans un contexte idéologique académique dominé d'une part, par les analyses sémiologiques de contenu et, d'autre part, par les thèses de l'École de Francfort, avec un grand mépris pour la télévision, M. Souchon a fait le choix audacieux d'un sujet de thèse qui l'a conduit à enquêter directement auprès de téléspectateurs. Il a souhaité connaître et comprendre la diversité des réceptions des messages médiatiques, à un moment où l'activité même de réception n'allait pas de soi :

« J'avais dans la tête un vieil adage de la philosophie scolastique : *Quid recipitur ad modum recipientis recipitur*, ce qui veut dire – je prononce le latin d'Église naturellement – “Ce qui est reçu est reçu avec la capacité de réception, la manière de recevoir du récepteur”. Donc cela m'intéressait de voir comment les contenus de ce

que l'on appelait encore la culture de masse étaient reçus par des gens dans des conditions différentes. C'est un peu cette hypothèse que j'ai appliquée, en fait cela n'était pas d'une originalité fulgurante, cela me paraissait en tout cas une évidence : ce que les gens reçoivent, ils le reçoivent selon leurs attentes, leurs capacités, leurs désirs, leurs goûts, tout ce qui fait de chacun une personnalité singulière ou marquée par des conditions sociales x et y. Le fait d'aller voir ce qui se passe chez les gens me semblait tout à fait indispensable » (Entretien de l'autrice avec M. Souchon, 2 février 2005 ; Ségur, 2006).

Par la suite, le sociologue a souvent repris cet adage pour argumenter au sujet de l'hétérogénéité des réceptions (Souchon, 1990a : 72 ; Souchon, Veyrat-Masson, 2004 : 196). La thèse a été soutenue à l'automne 1968 devant un jury composé du sociologue Edgar Morin, du démographe Alain Girard (1914-1996) et de Jean Cazeneuve (1915-2005), qui remplaçait Paul Lazarsfeld (1901-1976) – qui devait être présent à la soutenance initialement prévue au mois de mai de la même année. Elle a été publiée en 1969 aux éditions Ouvrières sous le titre *La Télévision des adolescents*. M. Souchon y mettait notamment en évidence la diversité de modes de réception travaillés d'adolescents : humour, distance critique, scepticisme, sélectivité, réinterprétation, recomposition. De plus, il annonçait l'importance de l'influence des ressources socioculturelles sur les capacités de compréhension des messages télévisuels, ainsi que cela était souligné par Jules Gritti (1924-1998), ancien prêtre et professeur de sociologie et de sémiologie, dans une recension réalisée en 1970.

Par la suite, le chercheur a proposé un « modèle pour l'étude des moyens de communication de masse » dans le cadre d'une recherche collective sur la production et la réception d'un feuilleton télévisé, *François Gaillard* (Souchon, dir., 1973). La recherche a été menée par un groupe d'étudiants et de diplômés de l'EPHE, sous l'égide du service « Information » de la Ligue française de l'enseignement et de l'éducation permanente. Rapidement oublié, ce texte avait pourtant une valeur programmatique, puisqu'il représente un modèle pour les études de réception menées depuis lors. Il y est question de « filtres de production » et de « filtres de réception » qui sont à étudier si l'on veut comprendre ce qui se joue au moment de la rencontre entre le programme et ses spectateurs. Les premiers concernent la valeur sémiologique du contenu du programme, les conditions juridiques de sa production, l'histoire socio-culturelle de ceux qui ont fabriqué le programme, les censures, réglementaires ou non (e.g. celles qui relèvent de la psychologie individuelle). Les filtres de réception se composent des influences personnelles existant au sein des groupes primaires, des codes individuels de réception, des censures plus ou moins conscientes. M. Souchon indiquait que ces filtres se manifestent dans les occasions de restitution de l'expérience médiatique, comme l'écriture de courriers, la réponse à un sondage ou un questionnaire.

Les études d'audience au service de la définition des publics

De près (CEO, TF1, Antenne 2) ou d'un peu plus loin (INA), le sociologue a assisté à la professionnalisation des mesures de l'audience. En effet, depuis un ensemble d'enquêtes destinées à connaître les comportements, l'étude des spectateurs par les chaînes de télévision a évolué vers la professionnalisation d'un système de mesures, réalisées à partir de 1985 par l'institut officiel Médiamétrie. Les résultats des enquêtes devaient initialement aider aux politiques de programmation, mais ils ont progressivement été utilisés dans des perspectives plus économiques, comme le calcul du tarif des écrans publicitaires (Méadel, 2010 ; Ségur,

2015). Dans ce contexte, M. Souchon est devenu un expert des mesures d'audience, des représentations du public produites par les données recueillies par les audimètres et de leur utilisation par les services de programmation de chaînes. Il a notamment produit des synthèses éclairantes et critiques des différents indicateurs et de leur rôle au sein de l'industrie médiatique (Souchon, 1991b, 1998).

S'il a exercé des missions comme le « calcul des chiffres qui intervenaient dans l'équation de répartition de la redevance » au CEO, M. Souchon a surtout mobilisé les données quantitatives d'audience pour la conduite d'études sur les comportements des publics de télévision. Ses travaux ont ouvert la voie à une analyse qualitative et sophistiquée de l'écoute de la télévision, parce qu'il a introduit des variables qui n'étaient pas prises en compte jusqu'alors (Souchon, 1980 ; 1985a). Il a ainsi établi une typologie spectatorielle, en fonction de trois critères : l'âge, le niveau d'instruction et le sexe. Cette typologie a permis de mettre clairement en évidence l'hétérogénéité de l'écoute du média.

En s'intéressant à la « structure du temps des téléspectateurs », M. Souchon a invité à penser autrement le problème de « la dictature de l'audience » qui se posait à partir des années 1980. Il a discuté la représentation péjorative du « grand public de télévision » déjà bien installée tout en déconstruisant le mythe d'un public élitiste et sélectif : d'une part, il a démontré que ceux qui composent ce « grand public », c'est-à-dire les téléspectateurs qui ont une forte fréquentation des images, sont ceux qui regardent la plus grande diversité de programmes, des programmes dits populaires comme les variétés aux émissions dites de culture et connaissance. D'autre part, ceux qui consomment le moins la télévision ont tendance à regarder les programmes les plus populaires et consensuels lorsqu'ils allument leur poste :

« Le public des émissions à petit public n'est pas un public restreint, minoritaire, exigeant, une élite d'*happy few* qui n'ouvrirait la télévision que pour voir les documentaires. Le public des émissions à petit public est constitué pour l'essentiel, par les gens qui regardent beaucoup la télévision. Le public des émissions spécifiques n'est pas le public spécifique visé par ces émissions, mais les gros consommateurs de télévision » (Souchon, 1990a : 74-75).

Les interventions du sociologue en faveur de la nécessité d'un examen plus sophistiqué des comportements des publics ont eu lieu au moment où d'autres voix du champ académique s'élevaient pour appeler à une meilleure connaissance des pratiques réelles (Beaud, 1984 ; Mattelart, Mattelart, 1986 ; Chambat, Ehrenberg, 1988 ; Wolton, 1990). M. Souchon n'est pas le seul praticien de l'industrie médiatique à avoir mené de front une carrière professionnelle et une activité scientifique de réflexion et de publication ; mais il en est l'un des principaux représentants. À ses côtés, des personnes comme Jacques Durand (1993, 2004), Gisèle Bertrand (dir., 1993), ou encore Régine Chaniac (dir., 1988 ; dir., 2003) ont, elles aussi, participé au développement d'une approche socio-économique des publics médiatiques : à travers une meilleure connaissance et reconnaissance des pratiques télévisuelles et des outils de mesure de l'audience dans le monde de la recherche.

M. Souchon fait véritablement partie de ceux qui ont posé les jalons d'une approche sociologique de la réception médiatique, dans un champ académique alors encore peu enclin à s'emparer de cette problématique (Séguir, 2010). Il a notamment partagé avec le jésuite Michel de Certeau (1925-1986), sans doute rencontré pour la revue *Études*, et le prêtre sulpicien Jules Gritti – qui était au Cecmas, et a rédigé une recension élogieuse de l'ouvrage *La Télévision des adolescents*

pour la *Revue française de pédagogie* (Gritti, 1970) – un intérêt spirituel et intellectuel pour la diversité des réceptions, et la place que la télévision commençait à tenir dans la vie des gens (Lits, 1999 ; Monnier, 2017). Un intérêt qui ne l’a jamais quitté, puisqu’il (ré)affirmait la difficulté à évaluer l’influence des images médiatiques et dénonçait la banalisation de la violence à la télévision dans le dernier texte académique qu’il a publié (Souchon, Veyrat-Masson, 2004).

Bibliographie

- Beaud P., 1984, *La Société de connivence. Médias, médiations et classes sociales*, Paris, Aubier.
- Bertrand G., dir., 1993, « Les approches du Téléspectateur », *Les Dossiers de l’audiovisuel*, 51.
- Bougnoux, dir., 1993, *Sciences de l’information et de la communication*, Paris, Larousse.
- Chambat P., Ehrenberg A., 1988, « De la télévision à la culture de l’écran. Sur quelques transformations de la consommation », *Le Débat. Histoire, politique, société*, 52, pp. 107-132.
- Chaniac R., dir., 1988, « Télévision. La mesure de l’audience », *Les Dossiers de l’audiovisuel*, 22.
- Chaniac R., dir., 2003, « L’audience. Presse, radio, télévision, internet », *Hermès. La Revue*, 37.
- Durand J., 1993, « Audience – Définition et méthodes de mesure », pp. 1034-1037, in : Sfez L., dir., 1993, *Dictionnaire critique de la communication. Tome 2*, Paris, Presses universitaires de France.
- Durand J., 2004, « Rencontre avec Jean Oulif (1909-1987) », *Le Temps des Médias*, 3, pp. 138-141.
- Gritti J., 1970, « Souchon (Michel). La télévision des adolescents », *Revue française de pédagogie*, 11, pp. 48-49. Accès : https://www.persee.fr/doc/rfp_0556-7807_1970_num_11_1_1992_t1_0048_0000_2.
- Lits M., 1999, « Hommage. Jules Gritti (1924-1998) », *Hermès. La Revue*, 25, pp. 261-262.
- Mattelart A., Mattelart M., 1986, *Penser les médias*, Paris, Éd. La Découverte, 1991.
- Méadel C., 2010, *Quantifier le public. Histoire des mesures d’audience de la radio et de la télévision*, Paris, Éd. Economica.
- Monnier A., 2017, « Certeau (Michel de) », *Publictionnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics*. Mis en ligne le 9 mai 2017. Dernière modification le 14 mars 2019. Accès : <http://publictionnaire.huma-num.fr/notice/certeau-michel-de>.
- Séгур C., 2006, *Les recherches sur les téléspectateurs en France. Émergence et ramifications d’un objet scientifique. Volume 2 : Annexes*, thèse en sciences de l’information et de la communication, Université de Metz, pp. 120-127.
- Séгур C., 2010, *Les Recherches sur les téléspectateurs. Trajectoires académiques*, Paris, Hermès/Lavoisier.

Séguir C., 2015, « Audience », *Publictionnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics*. Mis en ligne le 20 septembre 2015. Dernière modification le 20 mars 2019. Accès : <http://publictionnaire.huma-num.fr/notice/audience>.

Wolton D., 1990, *Éloge du grand public*, Paris, Flammarion.

Publications de Michel Souchon

Caron A., Souchon M., Thoveron G., 1981, « Trois semaines – Sept pays – Vingt-six chaînes de télévision », *Les Cahiers de la Communication*, 1 (1), pp. 37-50.

Souchon M., 1969, *La Télévision des adolescents*, Paris, Éd. ouvrières.

Souchon M., dir., 1973, *Anatomie d'un feuilleton : François Gaillard*, Paris, Téma-éd.

Souchon M., 1980, *Petit écran, grand public*, Paris, La Documentation française.

Souchon M., 1985a, « Petit écran, grand public : des nouvelles récentes », *Réseaux. Communication, technologie, société*, 11, pp. 57-75.

Souchon M. (avec Grandcoing C., Delecour B., Chaniac R.), dirs, 1988, « Sondages et programmes », *Les Dossiers de l'audiovisuel*, 22.

Souchon M., 1990a, « Un public ou des publics ? », *Communications*, 51, pp. 71-77.

Souchon M., 1990b, « Les programmeurs et leurs représentations du public », *Réseaux. Communication, technologie, société*, 39, pp. 93-108.

Souchon M., 1991a, « Où va la télévision française ? », *Médiapouvoirs*, 21, pp. 144-153.

Souchon M., 1991b, « Audience cumulée, audience moyenne, audience totale », *Médiapouvoirs*, 21, pp. 154-158.

Souchon M., 1991c, « L'audience de la télévision », *Réseaux. Communication, technologie, société*, 49, pp. 129-134.

Souchon M., 1993, « “Le vieux canon de 75”. L'apport des méthodes quantitatives à la connaissance du public de la télévision », *Hermès. La Revue*, 11-12, pp. 233-246.

Souchon M., 1993, « Public/publics de la télévision », in : Sfez L., dir., *Dictionnaire critique de la communication. Tome 2*, Paris, Presses universitaires de France.

Souchon M., 1997, « L'audience de la télévision », pp. 907-913, in : Beaud P. et al., dirs, *Sociologie de la communication*, Issy-les-Moulineaux, Centre national d'étude des télécommunications.

Souchon M., 1998a, « Histoire des indicateurs de l'audience », *Quaderni. La revue de la communication*, 35, pp. 93-106.

Souchon M., 1998b, « Les recherches sur l'audience au service de la programmation », pp. 47-66, in : Proulx S., dir., *Accusé de réception. Le téléspectateur construit par les sciences sociales*, Sainte-Foy/Paris, Presses de l'université de Laval/Éd. L'Harmattan.

Souchon M., 2000, « Bien que l'audimat ne nous apprenne pas grand chose sur le public des émissions religieuses... », pp. 205-215, in : Brechon P., Willaime J.-P., dirs, *Médias et religions en miroir*, Paris, Presses universitaires de France.

Souchon M., 2003, « Pour une utilisation complexe de l'audimétrie », *Hermès. La Revue*, 37,

pp. 157-166.

Souchon M., Veyrat-Masson I., 2004, « Michel Souchon, du CECMAS à France Télévision, un itinéraire », entretien, *Le Temps des Médias*, 3, pp. 195-205.