



HAL
open science

Les recherches sur les téléspectateurs en France : émergence et ramifications d'un objet scientifique (1964-2004)

Céline Ségur

► To cite this version:

Céline Ségur. Les recherches sur les téléspectateurs en France : émergence et ramifications d'un objet scientifique (1964-2004). Sciences de l'information et de la communication. Université Paul Verlaine - Metz, 2006. Français. NNT : 2006METZ024L . tel-01752377

HAL Id: tel-01752377

<https://hal.univ-lorraine.fr/tel-01752377>

Submitted on 29 Mar 2018

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.



AVERTISSEMENT

Ce document est le fruit d'un long travail approuvé par le jury de soutenance et mis à disposition de l'ensemble de la communauté universitaire élargie.

Il est soumis à la propriété intellectuelle de l'auteur. Ceci implique une obligation de citation et de référencement lors de l'utilisation de ce document.

D'autre part, toute contrefaçon, plagiat, reproduction illicite encourt une poursuite pénale.

Contact : ddoc-theses-contact@univ-lorraine.fr

LIENS

Code de la Propriété Intellectuelle. articles L 122. 4

Code de la Propriété Intellectuelle. articles L 335.2- L 335.10

http://www.cfcopies.com/V2/leg/leg_droi.php

<http://www.culture.gouv.fr/culture/infos-pratiques/droits/protection.htm>

UNIVERSITÉ PAUL VERLAINE-METZ

École doctorale Perspectives interculturelles :

Écrits, Médias, Espaces, Sociétés (ÉD 411)

Centre de recherche sur les médiations (ÉA 3476)

LES RECHERCHES SUR LES TÉLÉSPECTATEURS EN FRANCE

**ÉMERGENCE ET RAMIFICATIONS D'UN OBJET
SCIENTIFIQUE (1964-2004)**

Volume 1

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

présentée et soutenue

par

Céline Ségur

Directeur de recherche : M. le Professeur Jacques Walter

Décembre 2006

UNIVERSITÉ PAUL VERLAINE-METZ
École doctorale Perspectives interculturelles :
écrits, médias, espaces, sociétés (ÉD 411)
Centre de recherche sur les médiations (ÉA 3476)

LES RECHERCHES SUR LES TÉLÉSPECTATEURS EN FRANCE

**ÉMERGENCE ET RAMIFICATIONS
D'UN OBJET SCIENTIFIQUE (1964-2004)**

Volume 1

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

présentée et soutenue
par
Céline Ségur

devant le jury composé de :

M^{me} Marlène COULOMB-GULLY, Professeur en sciences de l'information et de la communication à l'Université de Toulouse-Le Mirail, Rapporteur

M. Emmanuel ETHIS, Professeur en sciences de l'information et de la communication à l'Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse, Rapporteur

M^{me} Brigitte LE GRIGNOU, Professeur en science politique à l'Université Paris-Dauphine

M. Vincent MEYER, Professeur en sciences de l'information et de la communication à l'Université Paul Verlaine-Metz

M. Jacques WALTER, Professeur en sciences de l'information et de la communication à l'Université Paul Verlaine-Metz, Directeur de thèse

REMERCIEMENTS

Je remercie mes parents, Élisabeth et Daniel Ségur : leur soutien régulier, leur confiance et leur fierté m'ont encouragée et rassurée dans mes choix tant professionnels que personnels. Cette recherche est un hommage à mon père, disparu bien trop tôt de nos vies.

Je remercie Sébastien Guerrée pour son amour et son soutien constant dénué de naïveté. Son attention, sa patience, son réconfort sont une source d'équilibre et d'épanouissement.

Merci à mes amies Carole Erard et Stéphanie Pierson, qui ont eu à supporter mes interrogations et discours interminables sur l'intérêt de... le choix de... la nécessité de..., et ont partagé de nombreux moments, d'euphorie et autres.

Je remercie Jacques Walter, mon directeur de recherche, pour son attention, ses critiques et conseils, également pour la confiance accordée en acceptant de diriger mes recherches. Nos séances de travail ont considérablement augmenté la rigueur et la qualité de ce travail. Jacques m'a encouragée à développer mes réflexions et les affirmer ; je le remercie également pour sa disponibilité, tant pour l'expertise de mes écrits que pour ses conseils.

Le Centre de recherche sur les médiations a constitué pour moi le lieu d'une formation intellectuelle et du développement de mes activités scientifiques, encadrées et soutenues par ses membres, que je remercie pour l'intérêt porté à mon travail.

Merci aux enseignants-chercheurs du département information-communication de l'université Paul Verlaine-Metz qui m'ont aidée dans la préparation et l'exercice de mes enseignements.

Merci à Vincent Meyer pour m'avoir initiée à quelques *habitus* des pratiques scientifiques et pour m'avoir donné l'occasion de « chercher » et « réfléchir » lors de l'expérimentation EARS.

Je remercie Isabelle Gavillet et Catherine Kellner pour leur bienveillance, leurs conseils amicaux et professionnels, ainsi que Béatrice Fleury pour son soutien et la lecture de quelques textes.

Merci aux membres du « Cric », pour les échanges suscités à l'occasion de mes interventions, les premières du genre.

J'adresse mes remerciements aux acteurs des recherches sur les téléspectateurs qui ont accepté de répondre à mes questions, de livrer leur témoignage et partager avec moi quelques réflexions sur cet objet.

Enfin, je remercie toutes les personnes qui ont participé au bon déroulement de ce travail, par leur intérêt, leur sollicitude, leur présence, tout simplement leur soutien ; en particulier, je pense aux membres de ma famille, à la famille Guerrée, aux amis.

REMERCIEMENTS	3
---------------------	---

SOMMAIRE.....	5
---------------	---

INTRODUCTION.....	6
-------------------	---

SECTION I. LES TELESPECTATEURS. LA NAISSANCE D'UN OBJET SCIENTIFIQUE

.....	66
-------	----

Chapitre 1. Les racines des recherches.....	67
---	----

Chapitre 2. Premiers textes dans le champ académique.....	88
---	----

Chapitre 3. Ajournement des recherches académiques	117
--	-----

Chapitre 4. Les interventions des praticiens dans le champ académique.	148
---	-----

Chapitre 5. Le retour des téléspectateurs sur la scène académique française	185
--	-----

SECTION 2. RAMIFICATIONS DE L'OBJET « TELESPECTATEURS » DANS LE

CHAMP ACADEMIQUE FRANÇAIS	222
---------------------------------	-----

Chapitre 6. Daniel Dayan : théoricien de la réception et production d'une boîte noire	223
--	-----

Chapitre 7. Développement réticulaire des recherches. L'ethnographie de la réception française	257
---	-----

Chapitre 8. Élargissement du réseau et des approches.....	295
---	-----

Chapitre 9. L'heure des définitions ?.....	331
--	-----

CONCLUSION	357
------------------	-----

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES	369
-----------------------------------	-----

TABLE DES FIGURES	393
-------------------------	-----

TABLE DES TABLEAUX.....	396
-------------------------	-----

INDEX DES AUTEURS CITES.....	397
------------------------------	-----

TABLE DES MATIERES	401
--------------------------	-----

INTRODUCTION

Dans nombre de pays industrialisés, il est communément admis que l'audience de la télévision détermine la survie des programmes (voir Risser, 2004). Les téléspectateurs existent, et sont un chaînon du fonctionnement de l'industrie télévisuelle. Si la possession d'un poste était un privilège dans les années 50-60, « regarder la télé » est aujourd'hui une pratique quotidienne pour une majorité d'entre nous¹ : « La diffusion du multiéquipement, qui a coïncidé avec une diversification considérable de l'offre de programmes, a permis une présence encore plus forte de la télévision dans l'univers quotidien des français : 77 % des français la regardent tous les jours ou presque contre 73 % en 1989 et la durée moyenne d'écoute hebdomadaire se situe désormais à plus de 21 heures par semaine, soit deux heures de plus qu'en 1989 » (Donnat, 1998 : 61-62). En 2005, les français ont regardé la télévision en moyenne 3 heures et 39 minutes par jour, soit environ 25 heures par semaine² : la consommation télévisuelle ne cesse d'augmenter, même sensiblement, depuis la diffusion de la première émission publique de télévision en 1935 (Bourdon *et al.*, 1997). Depuis 1987, 94 % des foyers sont équipés au moins d'un téléviseur, affirment Régine Chaniac et Jean-Pierre Jézéquel (2005 : 3), qui ajoutent que « sans doute, les personnes vivant dans un foyer non équipé [...] ne sont-elles pas entièrement coupées de la télévision, tant il est difficile d'y échapper tout à fait : écoute chez les parents, chez des amis ». En corrélation avec un équipement rapide, généralisé et multiple, l'industrie télévisuelle a développé une offre considérable en matière de programmes, *via* le câble, le satellite, la diffusion numérique³ : il est aujourd'hui possible de recevoir, à domicile et pour une somme relativement peu élevée, plusieurs centaines de chaînes françaises et étrangères⁴. Aussi la télévision peut-elle être considérée comme un référent commun (pour certains, les archives

¹ Voir les travaux de S. Calbo, 1998, 2002. À titre d'illustration, le lecteur se référera aussi aux photographies présentées à l'occasion de l'exposition « Viens chez moi, y a la télé », organisée en 2002 à l'Écomusée de Fresnes, en collaboration avec l'Ina (Delarge, Spire, 2002) : elles mettent en scène des individus, familles et collectifs avec un ou plusieurs écrans de télévision, l'objectif étant d'exposer l'importance du média « dans la vie des habitants depuis les années 30 jusqu'à nos jours, la façon dont on se la réapproprie », afin de « comprendre le point de vue de l'utilisateur » (Delarge, 2002 : 9-10).

² Il s'agit de données officielles livrées par l'institut Médiamétrie, disponibles sur le site www.mediametrie.fr. Selon les tranches d'âge et/ou les catégories socio-professionnelles, l'écoute moyenne pour 2005 varie sensiblement : individus de 15 ans et + : 3h39, individus 15-34 ans : 2h48, individus 15-49 ans : 3h06, enfants 4-14 ans : 2h11, individus de CSP+ : 2h46.

³ Sur la « multiplication des canaux et l'introduction de la télévision payante », voir Chaniac, Jézéquel, 2005 : 47-67.

⁴ En parallèle, les fonctionnalités du poste de télévision – associées à celles d'une ligne téléphonique – se multiplient : il est possible d'acheter des programmes (souvent des séances de cinéma), de jouer en direct (Française des jeux, Pari mutuel urbain), etc. De même, la réception des programmes télévisuels est possible *via* d'autres canaux, tels l'écran d'ordinateur (de nombreuses chaînes de télévision proposent l'accès aux images en direct ou en différé par le biais de leur site internet) ou celui de son téléphone portable (3^e génération dite UMTS).

télévisuelles constituent une partie du patrimoine culturel, social, etc. d'une nation), dans les pays dits industrialisés pour le moins, ce qui conduit Dominique Boullier (2003 : 25) à affirmer : « La télévision fait parti d'un "patrimoine" commun à un tel point qu'on peut lui donner le statut du "temps qu'il fait" ». Pour Dominique Wolton (1990 : 3), elle est un symbole de la démocratie et doit être l'outil de communication privilégié des acteurs sociaux : « Là réside le génie de la télévision : faire participer chacun librement, gratuitement à cette activité de communication et constituer ainsi un intermédiaire entre l'individu et la société. [...] Là réside la profonde unité théorique de la télévision adaptée en cela à la démocratie de masse car elle est la seule activité de masse égalitaire et partagée par tous. Du haut en bas de l'échelle sociale, chez les riches comme les pauvres, les jeunes et les vieux... tout le monde regarde la télévision, et en parle, faisant de celle-ci le principal facteur de communication de nos sociétés ».

En tant que dispositif technologique fabriqué par et pour des acteurs sociaux, la télé. est l'objet d'usages, d'appropriations voire de détournements qui ne lui sont pas forcément spécifiques mais qui la caractérisent et la singularisent par rapport aux autres médias de masse. Par exemple, le *zapping*, c'est-à-dire « la circulation de public entre les programmes et les chaînes » (Perin, 1992)⁵, est une pratique presque naturellement attribuée uniquement à la télévision alors que les automobilistes auditeurs de radio sont également adeptes du changement frénétique de station⁶. L'étude de l'activité du téléspectateur face au poste a mis en évidence l'existence de liens construits au sein de la relation et la nature de ceux-ci. D'une part, les sondages ont renseigné sur la multiplication des fonctions attribuées au média – source d'information, de divertissement, de culture – et la diversité des usages que l'on en fait – il peut être un « bruit de fond », une présence (un tiers des téléspectateurs déclarent allumer la télévision dès leur arrivée au domicile, la même proportion affirme que la télévision est « généralement allumée dans la soirée, que quelqu'un la regarde ou non » ; le documentaire *Une histoire simple du téléspectateur* (2003) présente des téléspectateurs pour qui la télévision, est une « présence », parfois allumée en continu du lever au

⁵ P. Perin (1992) précise qu'il existe une variété de définitions du *zapping*, du « possesseur d'une télécommande » au « passage d'une chaîne à l'autre de façon répétée » ; le terme désigne, pour M. Vernet (1990 : 34) « toute pratique impatiente qui n'attend pas les changements d'émissions pour aller voir ailleurs ».

⁶ Au sujet des sens attribués au *zapping*, voir les textes de D. Chateau (1990), P. Perin (1992) et M. Vernet (1990).

coucher). D'autre part, après avoir fourni le modèle d'un téléspectateur actif et sélectif (Katz, 1956a), susceptible de développer une variété de réponses et de stratégies face aux messages audiovisuels, puis après avoir montré le travail d'interprétation et de « décodage » des messages audiovisuels (Hall, 1994), les recherches sur les téléspectateurs ont défini de manière empirique les manières : dont les spectateurs négocient leur participation à l'univers médiatique (Liebes, Katz, 1993) ; dont ils se constituent en communauté(s) de réception (Dayan, 1999) ; dont les contenus médiatiques deviennent des médiations « de la façon dont des personnes perçoivent leurs activités, envisagent leur profession, entretiennent des interactions, se rapportent à leur réalité » (Chalvon-Demersay, 2003 : 504) ; dont la télévision est une « expérience commune probable qui va opérer comme intermédiaire, comme espace de transition entre des univers différents [quotidiens, personnels, professionnels, sociaux] » (Boullier, 2003 : 58). Autrement dit, il s'est agi de considérer la pratique télévisuelle non pas seulement en terme d'usages, et d'effets, mais aussi en tant qu'expérience, à la fois individuelle voire identitaire, sociale, familiale, professionnelle, etc. (Dayan, 1993 : 18). Ceci peut-être dans l'objectif de répondre aux questions posées au début des années 80 par Jean-Louis Missika et Dominique Wolton (1983) : « Pourquoi la télévision est-elle si familière ? Comment s'est-elle imposée comme le grand moyen de communication à la fin du XX^e siècle ? ».

Cet intérêt particulier accordé à la réception de la télévision par rapport à celle des autres médias, manifeste dans les discours scientifiques sur le sujet⁷, nous conduit à envisager de manière spécifique les recherches sur les téléspectateurs. On pourrait ajouter, à la liste des argumentaires traduisant l'importance de la place de la télévision dans le quotidien des sociétés démocratiques, le fait que le média est parfois considéré comme un outil et/ou un vecteur de présentation et de représentation du Monde, de la réalité, des sociétés, etc. : il est le « média par excellence de la diversité culturelle, [...] reflet, parfois déformant, de notre société » (Delarge, 2002 : 8). Des travaux, notamment sur le thème des représentations médiatiques de l'immigration, ont attesté que, quelle que soit la thématique abordée, mais sans doute davantage face à celle de

⁷ Ainsi D. Dayan (2003b : 453) souligne-t-il que les recherches sur la réception « sont généralement focalisées sur la télévision ». De même, D. Wolton (1993 : 12) lie les notions de « public », « téléspectateurs » et « société » : « Toute théorie du public implique une théorie de la télévision, et finalement une représentation de la société ».

l'immigration, « les médias construisent et reconstruisent les phénomènes sociaux, et de ce fait, participent à la construction de la réalité sociale » (Windich, 2002 : 257), qu'elle soit positive, négative, ou neutre. Dans le même ordre d'idées, Josiane Jouët et Dominique Pasquier (2001 : 10) considèrent que les médias audiovisuels sont « un espace où se jouent la place et la reconnaissance des différentes composantes de la société » rien que par « la simple présence à l'écran de personnes appartenant à une autre culture et/ou à une autre race que la population majoritaire, à leur représentation plus affirmée *via* des reportages ou émissions dédiés à leur culture d'appartenance initiale, ou encore à leur participation dans les débats publics ». Qu'elle en soit le miroir ou non (Mehl, 1996 ; Gandonnière, 2003), la télévision existe sans doute par et pour ceux qui la regardent et ceux-ci peuvent être un objet de recherche.

L'étude des recherches sur les téléspectateurs dans le champ académique français

Choix du terrain de recherche

Dans l'Hexagone, les chercheurs se sont intéressés à la télévision de manière spécifique par rapport aux autres médias comme la radio et la presse à partir des années 50 (par exemple, voir Benoist, 1953 ; Bazin, 1954 ; Cassirer, 1954). On peut considérer que le manuel *Sociologie de la radio-télévision*, écrit par le sociologue Jean Cazeneuve en 1962 et publié dans la collection « Que sais-je » des Presses universitaires de France, inaugure officiellement les recherches sur cet objet en France. Depuis lors, celles-ci se sont organisées autour de trois pôles souvent distincts : la production, les acteurs et la réception. Autrement dit, soit on travaille sur des professionnels, *i. e.* ceux qui interviennent dans la chaîne de fabrication des programmes, notamment les journalistes (voir Lemieux, 2000), soit on analyse des contenus (*e.g.* sur les *talk-show*, voir Lochard, Soulages, 1997), ou bien on étudie leur réception (Boullier, 1987). Cette nomenclature se retrouve parfois dans le chapitrage de manuels et de dossiers de revue, où l'on distingue « les professionnels » de « l'audience et public » (Rieffel, 2001), « les professionnels » des « programmes » et de « la réception » (Beaud, Flichy, 1993), et

dans l'intitulé d'ouvrages (e.g. Charaudeau P., 1988, *La presse : produit, production, réception*).

Dès les premiers écrits, la question du troisième pôle, les téléspectateurs, est présente : d'une part, on s'interroge sur les usages de ce nouveau média – par exemple, l'activité des « télé-clubs » est l'objet d'une enquête, *Télévision et éducation populaire. Les télé-clubs en France*, financée par l'Unesco et réalisée par le sociologue Joffre Dumazedier (1955). D'autre part, la problématique s'inscrit dans une tradition d'étude des effets des médias, importée des États-Unis – notamment les enquêtes dirigées par Paul Lazarsfeld et Elihu Katz (1956) à l'École de Columbia. Par la suite, l'objet connaît un traitement contrasté dans le champ scientifique français : si des enquêtes et réflexions sont produites et diffusées dans le champ académique dès les années 60, ce n'est qu'à partir du début des années 90 que les publics de télévision s'installent véritablement comme un objet de recherche. Les saccades de l'histoire des travaux dans ce domaine ont attiré notre regard, de fait circonscrit au cas de la France. En effet, cet aspect constitue une spécificité hexagonale, comme le souligne la sociologue des médias Dominique Pasquier (2003b) : les recherches sur la télévision « se distinguent à bien des égards des recherches étrangères ». C'est pourquoi notre investigation a porté sur les recherches produites et mises en circulation en France, *i. e.* conduites dans le pays, le plus souvent par des chercheurs français. Elle inclut les discours étrangers, traduits ou non, mais mis à la disposition de ceux-ci *via* des procédés d'éditions. Autrement dit, nous considérons que l'ensemble des savoirs sur un objet dans un lieu circonscrit, en l'occurrence un pays, se constitue des connaissances qui y sont produites et diffusées. Par exemple, un ouvrage étranger non traduit et non publié en France peut être lu par certains chercheurs, mais il ne fait pas parti des ressources disponibles. En revanche, si un extrait en est publié, *e. g.* dans une revue scientifique française, il devient accessible, d'autant plus s'il est traduit.

En ce sens, la littérature étrangère sur le sujet n'a pas été explorée : un état des lieux aurait dépassé les frontières de notre champ d'investigation, il aurait été « hors sujet ». À l'issue de notre travail, une perspective comparative de la constitution de l'objet en France et dans les pays anglo-saxons pourra être esquissée ; mais son traitement serait l'objet d'une autre investigation. Signalons qu'à l'étranger, ces dernières années, des synthèses de l'objet ont été réalisées, par le chercheur danois Kim Christian Schroder

(2003) dans l'ouvrage *Resarching Audiences*, ainsi que dans le cadre d'un séminaire sur la réception médiatique organisé par le Groupe d'étude sur les pratiques novatrices en communication publique de l'université Laval au Canada (Proulx, 2005⁸). Ces exemples témoignent d'un dessein de consolidation théorique de l'objet que l'on retrouve, à un degré moindre, en France (voir *infra*) où l'ouvrage mentionné n'a pas été traduit – et ne semble pas mis en circulation si l'on en juge les récentes bibliographies des textes publiés où il n'en est pas fait mention. En quelque sorte, notre projet s'inscrit dans cette perspective ; mais, plutôt qu'une synthèse, nous proposons un questionnement sur l'organisation des recherches et le rôle des différents acteurs impliqués (voir *infra*).

En outre, nous avons choisi comme terrain d'enquête le champ académique français. En référence à la théorisation du concept de « champ » proposée par Pierre Bourdieu (1980, 1997, 2001), notre projet a consisté à étudier un espace de production, de reproduction et de diffusion de la science, dont les frontières sont définies. Pour le sociologue français, il existe parmi les scientifiques une opposition entre ceux qui trouvent dans les textes tout ce qu'il y a à comprendre d'une discipline donnée, et ceux qui souhaitent « rapporter le texte au contexte » (Bourdieu, 1997 : 13). Dans un cas, on parle « d'interprétations internalistes ou internes » (*ibid.*), dans l'autre, il s'agit d'envisager ce qui entoure le texte, soit le contexte de production, pour comprendre le contenu de ce même texte. Selon Pierre Bourdieu ces deux positions ne suffisent pas : il existe entre le texte et son contexte « un univers intermédiaire » qu'il nomme « champ littéraire, artistique, juridique ou scientifique » (*id.* : 14). Il s'agit d'un espace composé d'agents de différentes natures (institutions, influences extérieures et scientifiques), qui fonctionne selon des règles particulières. Autrement dit, c'est « l'univers dans lequel sont insérés les agents et les institutions qui produisent, reproduisent ou diffusent l'art, la littérature ou la science ».

En ce qui concerne l'activité des chercheurs, Pierre Bourdieu évoque un champ scientifique. Nous avons préféré limiter l'investigation à un espace plus restreint, dont les « agents » partagent des règles communes : par « champ académique », nous

⁸ Le document en question – « Survol du champ de la réception médiatique. Problématiques, théories et concepts clés » – est un *working paper* [document de travail] préparé par G. Proulx, étudiante en maîtrise en communication publique à l'université Laval, mis à notre disposition par F. Demers, professeur en sciences de l'information et de la communication, que nous remercions.

signifions les universités ainsi que les écoles (*e. g.* l'École des hautes études en sciences sociales, EHESS) ; en résumé ce qui est du domaine de l'enseignement et de la recherche. Nous excluons les instituts de recherche privés, dont les *habitus*⁹ et intérêts peuvent être différents de ceux des chercheurs académiques. Cela nous permet ainsi de saisir le « fonctionnement d'une partie du monde social » (Martin, 2000 : 39), voire d'en étudier les formes spécifiques. Envisager la production des savoirs dans le champ académique nous conduit également à étudier de quelles manières les activités des chercheurs qui le composent et leurs interactions participent à la formation des savoirs (nous y reviendrons *infra*). Ce choix ne signifie pas que nous ayons occulté les travaux produits dans d'autres sphères, comme celle de l'industrie médiatique. En effet, en parallèle des interrogations posées par les chercheurs universitaires, les praticiens se sont également intéressés aux téléspectateurs, pour des raisons commerciales évidemment, mais pas seulement. Une tradition d'étude qualitative des comportements spectatoriels s'est installée dès les années 50, d'abord dans le cadre des activités de l'Office de radiodiffusion et télévision française (ORTF) et du Centre d'étude de l'opinion (CEO), puis, à partir de 1974, dans celles de l'Institut national de l'audiovisuel, de Médiamétrie (en 1985), également du Centre national d'étude des télécommunications (Cnet). Il s'agit de travaux en rapport avec les études de l'audience, mais pas uniquement : ceux-ci ont nourri les réflexions des universitaires. Aussi, ils ne font pas parti de notre terrain d'investigation en tant que tels, puisque produits hors du champ académique, mais ils participent à la constitution de l'objet « téléspectateurs » lorsque ces praticiens interviennent dans ce lieu. Par exemple, nous verrons que les articles écrits par des praticiens dans des revues scientifiques ont intégré notre corpus. Notre recherche a porté sur un objet qualifié de « scientifique » dans la mesure où les savoirs sont nourris par plusieurs acteurs de ce domaine (chercheurs universitaires et praticiens) ; mais, notre domaine d'investigation est limité au champ académique français, afin de mieux saisir les conditions de constitution de l'objet en rapport avec le fonctionnement de ce dernier.

⁹ Les *habitus* sont des « dispositions acquises, les manières durables d'être ou de faire qui s'incarnent dans des corps » (Bourdieu, 1980 : 29). Considérant le champ scientifique tel « un espace de jeu proposant certains enjeux », le sociologue (*ibid.* : 34) explique que les *habitus* constituent « un système de dispositions ajusté à ce jeu », ils sont à la fois source et produit du fonctionnement, des pratiques. Autrement dit, (Bourdieu, 2001 : 86) ce sont des « principes de production de pratiques différenciés selon des variables de genre, d'origine sociale, sans doute de nation (à travers la formation scolaire) » ; l'auteur précise que « la notion d'*habitus* peut être entendue à la fois comme un principe général de la théorie de l'action [...] et comme un principe spécifique, différencié et différenciant, d'orientation des actions d'une catégorie particulière d'agents, lié à des conditions particulières de formation ».

D'ores et déjà, l'exploration, d'une part, des connaissances produites et diffusées hors du champ académique français, et d'autre part, des discours sociaux sur les téléspectateurs circulant dans l'espace public constituent les limites ainsi que des ouvertures possibles de notre travail. Par exemple, les origines des représentations sur l'influence de la télévision qui peuvent être relayées par les médias eux-mêmes pourraient être étudiées, à l'instar de Jean-Matthieu Méon (2004).

Choix d'un objet

Notre objet de recherche n'est pas la réception télévisuelle, mais bien les recherches sur cet objet, produites et diffusées dans le champ académique français. Le projet d'une enquête en réception a rapidement été écarté, en raison de l'état des savoirs existants dans ce domaine et des limites méthodologiques que les protocoles entraînent. Par exemple, nous aurions pu envisager une étude de réception d'un type de programme (préparation de la situation de réception, sens de l'expérience dans la vie quotidienne, sensations et émotions qui en sont issues) ou une analyse d'éventuelles transformations des représentations *via* l'exposition à des messages télévisuels (comment la réception d'une image modifie-t-elle la perception de... ?). Après avoir exploré les principaux travaux de recherche sur le sujet dans le cadre de mémoires de maîtrise et DEA (Séгур, 2001, 2002), nous avons mesuré les caractéristiques d'une telle entreprise : d'abord, des enquêtes empiriques ont d'ores et déjà été conduites en France et ont abouti à des résultats intéressants, notamment sur les manifestations comportementales des téléspectateurs face à l'écran et l'expérience affective qu'elle suscite – voir la thèse soutenue en 1996 par Stéphane Calbo¹⁰, *Six rituels de la consommation télévisuelle : une approche ethnographique de la réception en tant que processus affectif conditionné par l'appartenance sociale, la logique sérielle de l'institution télévisuelle et le monde du programme* –, sur les manières dont le programme de télévision participe de la constitution du rapport du téléspectateur à la société, au monde qui l'entoure – voir les travaux menés par Dominique Pasquier (1999) sur la réception de la série télévisée *Hélène et les garçons* par de jeunes adolescents et ceux de Sabine Chalvon-Demersay

¹⁰ Tous les acteurs des recherches sur les téléspectateurs dont il est fait mention dans ce texte sont présentés en annexe 7b.

(1999) conduits auprès d'individus (malades et personnel hospitalier, enfants et enseignants) face à une série télévisée (respectivement *Urgences* et *L'Instit*) – ; d'autres travaux ont été menés, sous la direction de Claude Chabrol (1991), sur l'interprétation, l'attitude et le jugement d'individus face à un programme donné (l'émission littéraire *Apostrophes*), selon leur degré de familiarité avec ledit document, la télévision, la nature de la séquence diffusée et de la stratégie discursive de l'animateur ; des thèses en sciences de l'information et de la communication et dans le domaine voisin de la sociologie de la communication/des médias, en cours ou récemment soutenues, ont pour objet « Les publics et la reconnaissance des genres télévisés : étude en réception des *talks-shows* » (Nicolas Desquinabo, Paris 3), « La télé-réalité : la formation d'un genre littéraire novateur à travers l'ambivalence d'une expérience téléspectatorielle multipolaire » (Nathalie Nadaud-Albertini, Centre d'étude des mouvements sociaux, Paris, étude de réception de deux émissions de télé-réalité *Marjolaine et les millionnaires* et *Première Compagnie*), « Les enjeux de la réception dans la communication de prévention » (Cécile Poncin, Grenoble).

De plus, la mise en place de telles enquêtes est problématique sur le plan méthodologique, que l'on emprunte une approche ethnographique ou expérimentale (voir Jouët, 2005) : les outils de recueil de données (questionnaire, entretien, observation, médiation technique) sont soumis à la sincérité des personnes interrogées et (ne) traduisent (que) l'expression, *i.e.* une mise en scène verbale et/ou comportementale en situation d'enquête, d'une opinion ou d'un ressenti et non ces opinions ou ressentis eux-mêmes ; *de facto*, on attribue une caractéristique spécifique à un individu (*fan*, enfant, profane/savant des programmes télévisuels, acteur social...), dès lors qu'on interprète ses réactions en fonction de critères sociodémographiques (lieu de résidence, situation familiale, profession, nationalité, etc.) ou autres (appartenance politique, etc.) ; en questionnant des individus que l'on suppose être des téléspectateurs, on construit des artefacts de publics, comme l'ont expliqué Daniel Dayan (1992, 1998a) et Serge Proulx (1998 : 10) : « Le téléspectateur est construit à travers le regard de celui qui l'observe ». Certes, certains de ces biais peuvent être contournés (*e.g.* enquêter sur « des publics particulièrement concernés » comme l'a fait Sabine Chalvon-Demersay, 2003), on peut croiser plusieurs modes de recueils d'informations afin d'être le plus précis possible, on peut éprouver de nouveaux outils ; la rigueur nécessaire à l'organisation d'un mode opératoire permettant d'intégrer les biais tout en interrogeant

l'une ou l'autre dimension de la réception peut être l'ambition d'une recherche doctorale.

Des discours ambivalents sur l'objet

Mais, plusieurs éléments observés à l'issue de nos travaux liminaires¹¹ nous ont amenée à enquêter sur les conditions, les acteurs et les facteurs de production des enquêtes et de leur évolution. D'abord, nous avons remarqué une ambivalence au niveau des discours scientifiques sur la réception. Ceux-ci soulignent à la fois l'existant – « Poser explicitement la question de la réception, c'est aussitôt voir que toutes les traditions de recherche y avaient implicitement répondu » (Dayan, 1993b : 15) – et des manques dans le traitement du sujet, *i. e.* « un certain vide à propos de thèmes qui touchent à des enjeux non dénués d'importance : la composition socio-démographique du public des médias, la manière dont se comporte le récepteur des médias écrits et audiovisuels et donc les méthodes d'étude utilisées pour mieux connaître ce dernier » (Albert P. *et al.*, 2003 : 9-10). Mais surtout, au-delà de ce « vide », c'est l'impression de ne posséder aucune connaissance sur l'objet qui domine certains énoncés : ainsi Cécile Méadel (2004b : 6) affirmait-elle récemment : « La notion [de public] est à la fois familière, immédiate, mais aussi aléatoire et instable. Premier constat massif, quasi brutal : après tant d'années de recherche, nous n'en savons encore guère sur les publics ; nous nageons dans les conjectures, nous traquons les définitions, les traces. Lui redonner l'épaisseur de la chronologie, retrouver les étapes de sa mise en scène, le prendre en quelque sorte par l'histoire, c'est s'interroger sur les "fables" (au sens de Michel de Certeau) qui le constituent, sur les injonctions qu'il produit en nombre. C'est tenter d'appréhender ces mille voix par lesquelles le public, les publics parlent, tant et si haut, de ce qu'il veut, ou ne veut pas, de ce qu'il fait, de ce qui est bon ou mauvais, pour lui, de ce qu'il aime... ».

¹¹ Dans le cadre d'une maîtrise et d'un DEA en Sciences de l'information et de la communication réalisés à l'université Paul Verlaine-Metz, nous avons rédigé deux mémoires de recherche sur l'objet, l'un consistait en un état des lieux (Séguir, 2001), le second portait spécifiquement sur le « tournant » des années 90 (Séguir, 2002).

Au-delà de cette ambivalence, l'évocation de limites méthodologiques est récurrente, comme le souligne Serge Proulx (1998 : 10) : « Les recherches sur les usages des médias en de multiples contextes de réception ont proliféré depuis une quinzaine d'années. Pourtant les chercheurs font encore face à de nombreuses difficultés – d'ordre méthodologique et épistémologique – lorsque vient le temps de mettre au point une stratégie d'observation et des modèles d'analyse satisfaisants pour approcher ces phénomènes de réception ». Elle est parfois énoncée telle une impasse ; ainsi peut-on lire (Taranger, 2002 : 330) : « Comment étudier la réception de la télévision et en connaître les effets ? Alors que cette direction de travail est de plus en plus fréquemment évoquée, notamment à partir de la référence déjà ancienne à "l'esthétique de la réception" de Jauss, le développement effectif des recherches dans ce domaine semble encore limité, en partie sans doute à cause des limites des sources utilisées, qui se réduisent le plus souvent aux données les plus accessibles : "l'audimat", la critique, parfois le "courrier des lecteurs". Peut-on imaginer d'autres sources ? Quelles procédures mettre en place pour connaître et comprendre ce que les téléspectateurs font de la télévision ? Quelles méthodes utiliser pour recueillir les données ? Quelles catégories employer pour les analyser ? ». En effet, la situation de réception est de l'ordre du quotidien, du familier, puisqu'elle a lieu le plus souvent à domicile, or l'enquêteur cherche à rendre publique cette activité privée. La démarche semble ambivalente par sa nature même.

Enfin, certains propos introductifs de dossiers de revue et d'ouvrages, témoignent d'incertitudes au niveau de l'évolution des recherches sur les téléspectateurs : « Tout laisse penser qu'aujourd'hui les études de réception sont à un tournant de leur histoire. [...] Il est en réalité difficile de savoir aujourd'hui si les études de réception parviendront à trouver un second souffle qui puisse leur permettre de surmonter la phase descendante qu'elles traversent depuis le début des années 90 » (Pasquier, 1997a : 744-745). Ils s'ajoutent aux interrogations dubitatives exprimées par certains : en 1996, Louis Quéré interroge « Faut-il abandonner l'étude de la réception ? », c'est ensuite Dominique Pasquier (1997a : 744) qui conclut un texte avec cet intertitre « L'impasse de la réception ? », et quelques années plus tard, Brigitte Le Grignou (2001), à son tour, questionne « La réception des médias : un mauvais objet ? ». On peut penser que ces craintes fonctionnent comme des avertissements, et traduisent une nécessité de structuration des recherches, ou la définition d'un objet aux contours si polyphoniques.

Au début des années 90, Daniel Dayan (1993b : 20) annonçait qu'il était l'heure d'« esquisser le champ où ces savoirs entrent en débat », une perspective relayée par Serge Proulx peu de temps après lorsque celui-ci organise un séminaire à Montréal, avec l'objectif « de susciter échanges et confrontations entre chercheurs sur la question des publics et des usages médiatiques » (Proulx, 1998 : 9). Une décennie plus tard, des pôles de recherche semblent se dessiner *via* la publication de dossiers de revue dont les thèmes portent sur des versants spécifiques de la problématique téléspectatorielle : « l'audience » dans la revue *Hermès* (Chaniac, 2003a), les « publics » dans *Le Temps des médias* (Méadel, 2004a) et *Réseaux* (Mehl, Pasquier, 2004). De la même manière, des problématiques précisées peuvent être lues comme l'amorce de programmes de recherche : « Pour réfléchir sur les publics médiatiques, il faut quitter les inventaires comptables et aborder d'autres questions. Il faut dépasser la mesure des actes de consommation pour s'intéresser aux processus de réception et comprendre en quoi ils se fondent sur la mobilisation de ressources individuelles. Il faut analyser la circulation des interprétations dans les interactions de la vie quotidienne et à travers tous les lieux et moments où les expériences singulières se transforment en engagements collectifs. Il faut restituer les publics médiatiques en d'autres activités culturelles et environnements spécifiques qui formatent et contraignent les expériences d'être "un public" » (Cefaï, Pasquier, 2003b : 35). Qu'en est-il de la structuration des recherches sur la réception ? Doit-on parler de la recherche ou des recherches ? Quelles sont les différentes approches dans ce domaine, sont-elles complémentaires ou concurrentes ?

Choix d'une terminologie : les « téléspectateurs »

Depuis les premiers écrits, plusieurs terminologies sont employées par les chercheurs pour désigner l'objet de recherche correspondant aux téléspectateurs. « Téléspectateur(s) », « récepteur(s) », « public(s) », « auditoire(s) », « usager(s) » sont utilisés pour désigner celui ou ceux que l'on étudie, dont la caractéristique principale est d'avoir été ou d'être en contact avec le média télévision. Le plus souvent, le recours à l'un ou l'autre terme n'a pas de signification particulière : les noms sont employés en tant que synonymes. Une exception peut être « l'audience », qui renvoie à une réalité technologique, voire économique, mais pas toujours. Si des tendances se profilent quant à l'utilisation plus fréquente d'une terminologie à un moment ou à un autre de l'histoire

des recherches (voir le chapitre 8), elles semblent davantage relever d'un effet de rhétorique que d'un déplacement de focale. Cependant, à la lecture des travaux, des distinctions peuvent être faites, et méritent d'être approfondies (voir le chapitre 9) : les études ayant recours à des méthodes d'observation ethnographiques, dont celles menées en sociologie de la réception, portent sur des réceptions et des récepteurs – ici, des « sujet[s] socia[ux] » (Le Grignou, 2003 : 56) : il s'agit d'étudier la capacité individuelle, sociale et culturelle à identifier, traiter ou encore traduire un produit médiatique, puis à produire des significations, opinions, représentations, mais aussi éprouver, lier. Les approches psychosociales s'attachent à déterminer l'impact d'un produit médiatique (notamment les messages) à partir des processus d'activation des connaissances pouvant être mis en œuvre par le récepteur – notamment, « l'attention, la compréhension, l'acceptation, la mémorisation, l'action » (Ghiglione, 1993 : 253). Les mesures de l'audience médiatique fournissent une quantité importante de données relatives à la consommation des médias et aux comportements de ces consommateurs (qui regarde quoi, à quelle moment, avec qui, pendant combien de temps) ; des chercheurs et praticiens engagés dans des tentatives de définition des usages et des pratiques liés spécifiquement au média renseignent sur les usages et usagers de ceux-ci. Enfin, la production, la constitution et la manifestation de collectifs nommés publics sont étudiés par les tenants d'une sociologie des publics, plus récente – « analyser les interactions qui s'élaborent à partir des pratiques de réception » (Cefai, Pasquier, 2003b : 43). Ainsi pourrait-on, en suivant les modélisations proposées dans différents manuels sur la communication et les médias (Breton, Proulx, 2002 ; Maigret, 2003a ; Rieffel, 2001), distinguer trois pôles de recherche : l'audience, la réception et le public.

Mais, nous avons choisi de mettre à plat les nomenclatures existantes et réunir les appellations sous celle qui nous semble la plus générique : les « téléspectateurs ». Par définition, la possession d'un poste de télévision (en état de fonctionnement et de réception de programmes par la voie hertzienne, le câble et/ou le satellite, depuis peu la ligne téléphonique) confère la qualité de téléspectateur à un individu, *i.e.* à 95 % des français. D'autres supports (par exemple, l'internet), d'autres lieux et moments (réseaux amicaux, professionnels, etc.) permettent l'accès aux images. Dès lors, cet attribut est partagé par une large majorité de la population sans qu'il n'induisse d'*a priori* sur les

pratiques, les profils sociodémographiques, la relation de l'utilisateur au média, etc¹². Dans le discours des chercheurs (voir les entretiens que nous avons menés, annexes 8a à 8i), l'emploi du terme « réception » revient fréquemment. Or, quelques intitulés de dossiers de revue sur cet objet traduisent une diversité : « Télévision. La mesure de l'audience » (Chaniac, 1988) ; « La réception des médias. L'invention du téléspectateur » (Beaud, Flichy, 1990) ; « Les approches du téléspectateur » (Bertrand, 1993) ; « À la recherche du public » (Dayan, 1993a)¹³. C'est pourquoi, nous nous référons dans ce travail aux « recherches sur les téléspectateurs » – elles incluent tous les travaux portant sur la nature et les effets de la pratique téléspectatorielle, au sens large – sans omettre de questionner l'existence de définitions différenciées de cet objet. Ce qui nous conduit à interroger les ramifications de cet objet scientifique : quelles sont-elles ? Comment se sont-elles développées ? Correspondent-elles à des axes, des approches, des périodes, des méthodologies ? Quels en sont les représentants ? S'agit-il de points de vue controversés ou complémentaires sur l'objet ?

Retour aux racines des recherches

Les éléments présentés ont suscité des interrogations sur les approches de l'objet, leurs origines, leurs représentants et leurs interactions ; surtout, la question de la genèse – ou des conditions d'émergence – de l'objet dans le champ académique français s'est imposée. Ce, d'autant plus que la constitution des savoirs ne semble pas toujours fonctionner sur le mode de l'accumulation : certains sont repris, mobilisés par les chercheurs, d'autres, pourtant parfois programmatiques, sont oubliés. En 1973, Michel Souchon proposait 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*. Jamais cité, ce texte a pourtant une valeur programmatique puisqu'il contient l'essentiel des angles adoptés par les chercheurs depuis lors pour étudier la réception télévisuelle. Le sociologue y explique que les conditions d'influence des messages télévisuels s'organisent autour de deux éléments : le filtre d'émission et celui de réception. Le premier se constitue du contenu du produit – pouvant être soumis

¹² Par exemple, parler des études sur l'influence des médias contient un *a priori* sur l'idée que la télévision peut exercer un effet sur les opinions.

¹³ Pour un aperçu de tous les dossiers de revue publiés sur ce thème en France, voir l'annexe 1f.

à une lecture sémiologique par exemple –, des conditions juridiques de sa production (les statuts économiques, idéologiques et organisationnels de l'industrie culturelle), des parcours de ses fabricants (l'origine socioculturelle des hommes, leur éducation, leur milieu social d'appartenance, etc.) et de censures, réglementaires (*e.g.* l'action du Conseil supérieur de l'audiovisuel aujourd'hui) et celles qui relèvent de la psychologie individuelle (*e.g.* les tabous incorporés dans le produit).

Le filtre de réception, qui nous intéresse plus particulièrement ici, est construit à partir des influences personnelles existant au sein des groupes primaires (la famille, les groupes d'appartenance), des codes individuels de réception (les héritages familiaux, formation scolaire et valeurs socioculturelles qui définissent les manières de regarder la télévision et d'interpréter les images) et de censures, conscientes (l'auto-interdiction) ou non (à nouveau, celles qui relèvent de la psychologie individuelle). Le filtre se manifeste dans différentes occasions de restitution de l'expérience, comme l'écriture de courriers ou le renseignement d'un sondage, la réponse à un questionnaire, un entretien.

Les modalités de ce schéma sont mises en œuvre par les membres de l'équipe de recherche constituée autour de Michel Souchon : on trouve, dans l'ouvrage présentant les résultats de l'étude, une enquête sur les conditions de production du feuilleton menée auprès des auteurs, une analyse structurale de contenu du programme, la restitution de discussions de groupe menées auprès de différents groupes sociaux, un commentaire sur les scores d'audience, une investigation des courriers de téléspectateurs écrits sur le sujet et le compte rendu de la réception du programme par des journalistes. L'énoncé de ce sommaire revient à dérouler l'histoire des recherches sur les téléspectateurs menées depuis lors : les chercheurs ont mobilisé les différents outils d'analyse des manifestations du filtre de réception décrit par Michel Souchon. Pour ne citer que quelques exemples, l'analyse de contenu est mobilisée par Jean-Pierre Esquenazi (2002b) qui met en rapport les caractéristiques de la série télévisée *Friends* avec les commentaires livrés par des étudiants dans un questionnaire ; Dominique Boullier (1987) a mené une série d'entretiens avec des téléspectateurs afin de déterminer leur style de relation au média ; pour Sabine Chalvon-Demersay (2003), les discussions avaient pour objectif d'identifier la place de l'expérience télévisuelle dans la vie des gens ; les chiffres d'audience et les comportements spectatoriels qu'ils indiquent sont la spécialité de Michel Souchon (1991) ; Dominique Pasquier (1999), Dominique

Mehl (2004) et Guillaume Soulez (2004) ont exploité différents courriers d'usagers : respectivement ceux de *fans*, ceux reçus au service de la médiation d'une chaîne de télévision et ceux adressés à un hebdomadaire spécialisé ; la réception intermédiaire, celle de journalistes critiques, a été étudiée par Pierre Beylot (2002) et Jacques Walter (1998).

De même, les caractéristiques du filtre de réception ont constitué des angles des recherches. L'influence des relations interpersonnelles dans des groupes définis, en l'occurrence des collègues en situation professionnelle, est analysée par Dominique Boullier (1987). La définition des codes de réception est étudiée par Gisèle Bertrand (1999), qui s'est intéressée aux processus de décisions, en lien avec la télévision, à l'œuvre au sein de familles, ainsi que par Dominique Pasquier (1999), qui élucide les modalités de déclaration de soi comme *fan* ou non d'une *sitcom*. Les effets des censures non conscientes sont examinées par Didier Courbet (2003) qui expose des individus à différents messages et images afin d'évaluer leur perception.

D'autres perspectives ont motivé les recherches. Par exemple, des observations des usages et de l'appropriation du média ont été réalisées par Gisèle Bertrand, Chantal de Gournay et Pierre-Alain Mercier (1988a) au sujet des pratiques de *zapping*, par Nicole Arnal et Alain Busson (1993) pour l'utilisation du magnétoscope. De même, les manifestations du filtre ont été relevées directement au niveau des comportements des téléspectateurs en situation domestique de réception, par Stéphane Calbo (1998) et Véronique Le Goaziou (1999). Mais, il est intéressant de remarquer que les recherches sur les téléspectateurs sont un approfondissement de méthodes et de problématiques énoncées dès les années 70 ici, et même avant. Elles ne sont pas une innovation des années 90, comme cela est parfois affirmé. Notre projet a consisté à retrouver les racines des recherches et à montrer les conditions de leur évolution.

Penser la fabrication des savoirs dans le champ académique

Position des chercheurs et pratiques académiques

Nous avons précisé *supra* que nous mobilisons le cadre conceptuel proposé par Pierre Bourdieu afin de définir notre espace d'investigation : le champ académique. Ceci implique que l'on considère ses propriétés spécifiques et ses règles de fonctionnement. Autrement dit, les « agents » du champ académique ont pour intérêt fondamental l'existence de ce dernier (Bourdieu, 1980 : 115) ; mais, ils poursuivent aussi des fins qui leur sont propres, reliées à leur propre évolution au sein de ce cadre. En l'occurrence, il s'agit des chercheurs, qui occupent des positions dans l'organisation de la structure du champ en fonction d'une part, de leur statut académique, et, d'autre part, de leur notoriété scientifique. Pierre Bourdieu (2001 : 70) parle d'un « capital », celui-ci détermine le « poids » de l'agent dans l'ensemble, et, de fait, son « degré d'autonomie » : « Le capital scientifique est une espèce particulière de capital symbolique, capital fondé sur la connaissance et la reconnaissance. Pouvoir qui fonctionne comme une forme de crédit, il suppose la confiance ou la croyance de ceux qui le subissent parce qu'ils sont disposés (par leur formation et par le fait même de l'appartenance au champ) à accorder crédit, croyance. La structure de la distribution du capital détermine la structure du champ, c'est-à-dire les rapports de force entre les agents scientifiques : la maîtrise d'une quantité (donc d'une part) importante de capital confère un pouvoir sur le champ, donc sur les agents moins dotés (relativement) en capital (et sur le droit d'entrée dans le champ) et commande la distribution des chances de profit ». Le « capital » se compose aussi d'autres éléments comme le lieu d'exercice (laboratoire, université, institut, etc.), les conditions d'entrée dans le champ (thèse, premières publications, directeur de thèse, etc.), la formation intellectuelle (parcours, directeur de thèse, laboratoire, référents théoriques et méthodologiques), le parcours social (inscription dans des réseaux à l'intérieur et à l'extérieur du champ), la notoriété scientifique, la capacité de production¹⁴.

¹⁴ C'est-à-dire les outils dont le chercheur dispose pour contribuer à l'activité scientifique (la charge de cours permet la transmission d'un savoir, la participation à la fabrication d'une revue permet la diffusion des connaissances, etc.).

Les « agents » sont aussi les institutions (laboratoires, universités, écoles, sociétés savantes) et les organes de production et de diffusion des savoirs, comme les revues scientifiques ; ceux-ci participent à la distribution du capital, ils en possèdent une partie définie par leur connaissance et reconnaissance dans le champ. En ce sens, l'activité des agents peut être pensée en fonction de cette quête de capital qui les anime. Les chercheurs poursuivent des intérêts à la fois individuels (quête de légitimité, avancement dans les carrières, etc.) et collectifs (évolution des connaissances) : comment ceux-ci sont-ils conciliés dans les différentes formes de l'activité scientifique ? « Les savants ont en commun des choses qui sous un certain rapport les unissent et sous un autre rapport les séparent, les divisent, les opposent » (Bourdieu, 2001 : 93). Comment les mécanismes en lien avec le fonctionnement du champ exercent-ils une influence sur les agents, c'est-à-dire « comment la contrainte structurale que fait peser ce champ [...] modifie plus ou moins profondément les rapports de force [...] affectant ce que l'on y fait et ce qui s'y produit » (Bourdieu, 1994 : 3) ?

Nous proposons d'articuler ce cadre théorique avec celui développé par les sociologues des sciences¹⁵. En effet, la notion de « capital » rejoint celle de « pouvoir » formulée par Bruno Latour (1995). Ce dernier en distingue également deux formes : le « pouvoir institutionnel ou temporel » (par exemple, la qualification conférée par le Conseil national des universités ou l'attribution d'un poste) et le « pouvoir spécifique » (attribué par la reconnaissance des pairs). La sociologie des sciences considère que la science se fabrique *via* la circulation des idées et les échanges qui peuvent l'accompagner. Pour être connues, puis réfutées, citées en référence..., c'est-à-dire « exister », les réflexions doivent être publicisées ou devenir « des faits scientifiques » explique Bruno Latour (1989 : 60). Autrement dit, l'existence dans le champ est soumise à une règle – ou est une des lois générales de son fonctionnement évoquées par Pierre Bourdieu. Ce dernier (2001 : 77) mentionne le « métier du savant », défini par les *habitus* de la pratique, ce qui rejoint, dans une perspective pragmatique, la définition du « bon scientifique » (Latour, 1995 : 35) : celui-ci doit publier, demander des subventions, participer aux controverses, traduire et diffuser sa pensée, notamment à l'intérieur d'un réseau, s'il veut exister et faire évoluer sa position dans le champ.

¹⁵ Pour une présentation de la sociologie des sciences, voir Martin, 2000 ; Vinck, 1995.

Les sociologues des sciences observent la science « en train de se faire » (Latour, 1995 : 12) dans ses différents lieux de fabrication, par exemple les laboratoires, les échanges oraux et scripturaires, dans l'objectif d'identifier, à partir du quotidien du chercheur et de ses « incertitudes », les étapes successives de la transformation d'une pensée, d'un résultat en un fait scientifique – « Un énoncé contestable, largement diffusé et que personne ne conteste plus [...] » (Callon, 1989 : 9). Celles-ci sont au nombre de trois, précise Michel Callon (*ibid.*) : la « production » – c'est-à-dire la mise en forme scientifique d'une opinion, de résultats de travaux de recherche, etc. (par exemple : l'écriture d'une thèse, d'un rapport) –, la « circulation » – *i. e.* la diffusion à tout ou partie de la communauté scientifique, *via* la publication d'un article, d'un ouvrage, la présentation d'une communication lors d'un colloque – et la « reconnaissance » (ou acquisition) – délivrée par les pairs, celle-ci se traduit dans les textes par des citations¹⁶, et dans les activités quotidiennes et les relations interpersonnelles par des invitations à des congrès, des propositions de participation à des jurys, etc. Aussi, ces trois moments de l'activité scientifique constituent différents terrains de la « science en train de se faire », le fait scientifique, ainsi produit, diffusé et reconnu, constituant ce que Bruno Latour nomme la « science faite ». La sociologie des sciences opère une distinction paradigmatique entre cette dernière, objet de l'épistémologie, et la « science en train de se faire », objet d'étude de la sociologie des sciences (Latour, 1995 : 12). D'une part, on définit le fait comme « ce qui n'est pas discuté », il est du domaine de la certitude et il s'agit de théoriser sur la pratique scientifique ; d'autre part, on étudie les « recherches », les faits en tant que « ce qui est construit », on s'intéresse aux pratiques scientifiques en tant que telles et au vécu quotidien du chercheur. En ce sens, notre recherche est du domaine de la « science faite » dans la mesure où nous analysons un corpus de

¹⁶ Pour les sociologues des sciences, la citation occupe une fonction double dans la scientification des énoncés : d'une part, « l'appel à des alliés » (Latour, 1989 : 50) est un moyen de légitimer son propre discours, la crédibilité d'une opinion individuelle s'accroît en fonction de la valeur des référents cités ; à ce sujet, B. Latour (1989 : 52, 59) précise : « Un document devient scientifique lorsque ce qu'il dit cesse d'être isolé et lorsque ceux qui sont engagés dans sa publication sont nombreux et explicitement indiqués dans le texte. [...] Faites subir tout ce que vous pouvez à la littérature qui vous précède afin qu'elle se prêle du mieux possible à ce que vous avez l'intention de soutenir ». D'autre part, le comptage des citations est un outil de mesure de la diffusion d'un énoncé et surtout de sa reconnaissance : « Pour survivre, ou pour acquérir le statut de fait, un énoncé a besoin de la *génération suivante* d'articles » (*ibid.* : 60). Il arrive, précise l'auteur, que certaines citations ont un traitement de faveur dès lors qu'elles ont été diffusées et reproduites à maintes reprises et par plusieurs générations de textes : parfois elles ne sont plus signalées sur le plan typographique (elles perdent leurs guillemets) ou l'auteur original n'est pas mentionné, non pas par volonté d'appropriation, mais parce que de « découverte originale » elle devient une « connaissance tacite ».

publications (voir *infra*). Mais, dans la mesure où nous nous efforçons de reconstituer les processus de constitution de l'objet, *via* les récits de chercheurs, l'identification de facteurs favorisant ou non la conduite d'enquêtes, etc., nous travaillons aussi sur des pratiques. Il s'agit d'explicitier comment des idées, des résultats d'enquêtes sont devenus des faits scientifiques, *via* les procédés de production, diffusion et reconnaissance à l'œuvre dans le domaine étudié. Cette opération est ici effectuée *a posteriori*, puisque nous observons des savoirs « faits » ; pour reprendre la distinction opérée par Lorenza Mondada (1995), nous étudions bien les « discours » des acteurs scientifiques et non « ce qui se passe dans le laboratoire » comme le feraient des sociologues des sciences engagés dans une approche ethnographique d'observation des pratiques. Ainsi nous interrogerons-nous sur la mise en circulation des connaissances : par quel(s) support(s) ? Au sein de quel(s) réseau(x) ? Pour quel(s) objectif(s) ?

Penser des interactions dans le cadre de configurations

À partir de cette articulation, nous avons composé notre recherche autour de l'identification des acteurs¹⁷ du champ et des manières dont leurs activités s'organisent. Des chercheurs aux revues, en passant par les instances de financement de projets de recherche, plusieurs intervenants participent à l'entreprise de fabrication des connaissances. Certains d'entre eux privilégient des fonctions de production de faits scientifiques : les individus réfléchissent, modélisent, discutent – qu'ils soient doctorants ou chercheurs confirmés ; les laboratoires encouragent, favorisent, influencent la conduite d'études ; des organismes et institutions publiques et privées (co)financent des projets, lancent des appels d'offres. D'autres en assurent la diffusion : les maisons d'édition, les revues – papier ou en ligne –, les manifestations scientifiques (séminaire, colloque...). Ces acteurs interagissent, parfois avec des objectifs différents, mais leurs activités et échanges concourent à une activité commune (la fabrication de la science). Les rôles de l'un ou l'autre peuvent varier en fonction de l'objet étudié : des chercheurs sont les spécialistes d'un domaine, des revues privilégient une approche ou un objet, un laboratoire se dote d'un axe de recherches, etc. Leurs fonctions peuvent être

¹⁷ À celle d'« agent » employée par P. Bourdieu, nous préférons la terminologie « acteur » des sociologues des sciences, afin de considérer leurs activités et non pas seulement leur qualité de membre de cet espace.

multiples ; par exemple, les revues scientifiques œuvrent à la production de connaissances parce qu'elles sont le média *via* lequel les individus font de la recherche (la publication d'articles est non seulement un signe de reconnaissance, mais aussi un passage obligé pour celui qui veut intégrer la communauté de chercheurs), et elles les encouragent à réfléchir et améliorer leurs contributions par le travail d'expertise qui peut être fait. En outre, elles rendent publics des résultats d'enquêtes, des problématisations ; elles sont aussi des « lieu(x) de débat scientifique et d'échanges » (Hert, Meyer, 2002 : 122).

Les rôles de ces intervenants ont été esquissés par les tenants d'une sociologie des sciences, affirmés par certains autres (notamment en ce qui concerne la place des revues scientifiques, voir Bougnoux, Rasse, 2002 ; Boure, 1993 ; Laurens, 1992). Mais, ils méritent d'être illustrés, voire précisés par l'étude d'espaces circonscrits et de cas concrets. Nous l'avons dit, les enquêtes réalisées par les sociologues des sciences ont souvent consisté à observer empiriquement et de manière ethnographique la science en train de se faire, dans le domaine des sciences dures (voir Callon, 1986 ; Coutouzis, Latour, 1986 ; Latour, Woolgar, 1979 ; Shinn, 2000). Ce type d'exercice se prête moins au cas des sciences humaines et sociales où il est plus difficile de suivre la formation d'une pensée pas à pas, dans la mesure où les chercheurs passent moins de temps en laboratoire à tester, mesurer, comparer. Il faut donc partir d'un matériau constitué de science faite. En ce sens, le recours à la théorie des champs offre un cadre spatial et temporel pour l'examen des origines de la formation d'une pensée. Nous ambitionnons d'éclairer l'étude des pratiques scientifiques par le recours à un cadre théorique original nous permettant de penser la fabrication des savoirs sur les téléspectateurs en fonction des propriétés spécifiques du champ académique – comme les procédés d'attribution de reconnaissance scientifique (citations en référence, sollicitations, invitations). En outre, nous mobilisons la théorisation de la « configuration » proposée par le sociologue Norbert Elias (1991) : ceci nous permet d'envisager les activités de fabrication de la science non pas seulement en rapport avec l'évolution des positions des « agents » et les procédés de circulation des savoirs et d'attribution de reconnaissance, mais aussi dans leurs interactions : comment ces différents éléments s'enchaînent-ils ou non et constituent-ils les définitions d'un objet scientifique ? Il s'agit véritablement de rendre compte de l'état du champ dans lequel une pensée émerge, ou une enquête est mise en œuvre.

En référence à la pensée élaborée par Norbert Elias (1991), nous affirmons que l'activité du chercheur s'inscrit à l'intérieur d'une configuration ou « système d'interactions » : elle est en relation avec les actions d'autres praticiens de la recherche et cela se traduit dans les énoncés *via* les citations en référence, réfutations, etc. Les réflexions interagissent dans la mesure où une connaissance à un moment « m » est le fruit de la lecture des réflexions menées au préalable, auxquelles le savant fait subir toute une série d'opérations (il réfute, applique, enrichit). *De facto* il s'inscrit au sein d'un réseau de savoirs. L'enjeu d'une démarche fondée sur ce concept consiste à interroger la nature de la configuration, les traductions ou manifestations de ces réseaux d'interactions ainsi que leur produit (ici la constitution d'un objet de recherche).

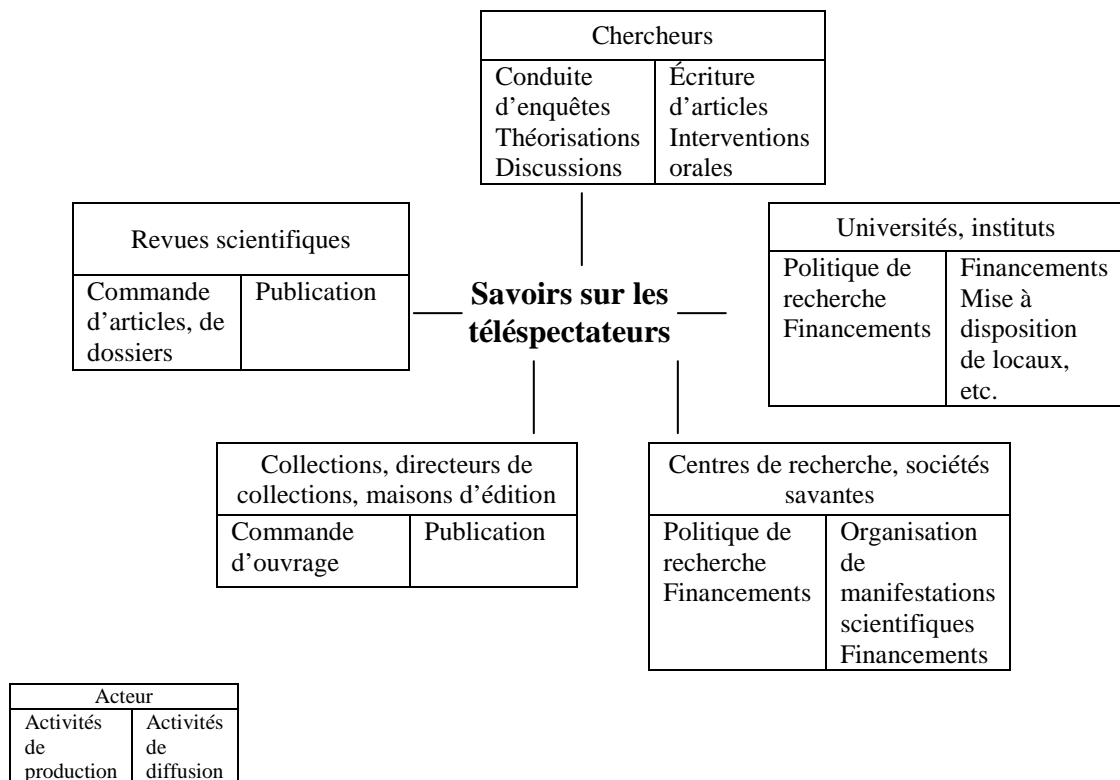
À la manière de l'auteur qui propose de « penser le monde social comme un tissu de relations » (*ibid.* : 12), nous envisageons de penser l'espace scientifique comme un « tissu de relations » et reprenons de fait le lien établi par Nathalie Heinich (1997 : 91) entre le champ bourdieusien et la configuration éliasiennne. « Un filet est fait de multiples fils reliés entre eux. Toutefois ni l'ensemble de ce réseau ni la forme qu'y prend chacun des différents fils ne s'expliquent à partir d'un seul de ces fils, ni de tous les différents fils en eux-mêmes ; ils s'expliquent uniquement par leur association, leur relation entre eux. Cette relation crée un champ de forces dont l'ordre se communique à chacun des fils, et se communique de façon plus ou moins différente selon la position et la fonction de chaque fil dans l'ensemble du filet. La forme de chaque fil se modifie lorsque se modifient la tension et la structure de l'ensemble du réseau. Et pourtant ce filet n'est rien d'autre que la réunion de différents fils ; et en même temps chaque fil forme à l'intérieur de ce tout une unité en soi ; il y occupe une place particulière et prend une forme spécifique » : avec cette image du filet (Elias, 1991 : 70-71), on comprend l'ambivalence des actions menées au sein d'un groupe pensé comme « configuration », articulée autour des notions de positions individuelles et d'interactions et d'interdépendances. Selon le sociologue, l'idée de « configuration » permet de caractériser un groupe, dans la mesure où le système d'interactions est à la fois un produit du groupe (au sens de : résultat) et ce qui lui permet de « produire » (ou : fonctionner, exister).

La « configuration » recouvre deux ensembles : d'une part, la position des acteurs les uns envers les autres, et, d'autre part, l'interdépendance des relations. Finalement, la position des acteurs peut ne pas se définir tant par rapport à des notions de capital ou à des titres, fonctions, reconnaissances comme dans la pensée bourdieusienne, mais en terme de rapport d'un acteur à celui qu'il côtoie, au nous qui l'entoure ; la notion est pensée en rapport avec celle de hiérarchie (« qui est qui par rapport à qui »). Ceci ne signifie pas que les individus ou groupes évoluent à forces « égales », le pouvoir se répartit au sein d'un ensemble en fonction de la position sociale, professionnelle, des personnalités et forces de caractère, etc. ; l'idée est ici de mettre l'accent sur la définition des forces en lien avec celles des autres acteurs : « L'individu est – globalement et point par point – lié par la répartition du pouvoir, la structure des rapports de dépendance et des tensions au sein de son groupe » (*ibid.* : 95). En effet, Norbert Elias considère que les relations entre les acteurs ne doivent pas être envisagées dans une optique déterministe, *i. e.* « de cause à effet », mais au sein d'un système d'interdépendances : une action s'insère au sein d'une chaîne d'actions. Le produit de l'interaction est lié à la fois à l'intentionnalité qui en est à l'origine et au croisement entre plusieurs actions dont les « effets » sont déterminés au moment de celle-ci. Pour que l'on comprenne bien, on peut citer cette image empruntée à l'auteur : « Chacun des êtres qui se croisent ainsi dans la rue [...] est lié par une foule de chaînes invisibles à d'autres êtres [...]. Des fonctions de l'ordre le plus divers le rendent, ou l'ont rendu, dépendant des autres et rendent, ou ont rendu, les autres dépendants de lui [...]. Cette interdépendance fonctionnelle revêt dans chaque groupe humain une structure très spécifique » (*ibid.* : 50). En ce sens, l'action d'un individu est conditionnée, d'une part, par la nature des relations entretenues avec les autres acteurs du groupe, celles-ci pouvant être antérieures, simultanées ou envisagées ; d'autre part, elle est déterminée par le produit des (inter)relations existantes entre ces autres acteurs : « Il faut que les actes d'une foule d'individus isolés se réunissent inlassablement en longues chaînes pour que l'action de chaque individu prenne tout sens » (*id.* : 51-52).

Appliqué au champ académique, ce modèle nous permet de penser les interactions des acteurs comme le produit de la rencontre entre (1) des actions plus ou moins individuelles et (2) des réseaux de relations pré-existants, en cours de construction ou envisagés. Ceci implique de penser l'émergence d'une idée en rapport avec celles qui l'ont précédée, mais aussi avec d'autres facteurs concomitants : les recherches sur les

télespectateurs doivent être rapportées à celles sur les médias, à l'évolution de l'industrie télévisuelle et à celle des pratiques académiques. En outre, différents acteurs prennent part à la configuration au sein de laquelle le domaine des recherches sur les télespectateurs se constitue (voir la figure 1) ; par exemple, les choix éditoriaux des revues peuvent être liés à des « politiques éditoriales » mais aussi à la « réalité de la recherche », comme en témoigne le directeur de *Réseaux* : « Quand on décide de faire un dossier, c'est une sorte moins de commande que de dispositif d'interaction entre le milieu scientifique et la revue » (entretien avec Patrice Flichy, 20 sept. 2006).

Figure 1. Une configuration d'acteurs.



Notre projet de recherche nous invite à aborder l'objet étudié dans une perspective épistémologique : nous travaillons sur des savoirs scientifiques qui sont les objets d'étude de l'épistémologie définie dans le *Trésor de la langue française* comme l'« étude de la connaissance scientifique en général »¹⁸. Dans cette perspective, il

¹⁸ Une définition plus précise de l'épistémologie est : « Partie de la philosophie qui a pour objet l'étude critique des postulats, conclusions et méthodes d'une science particulière, considérée du point de vue de

conviendrait de poser les « trois grandes questions » fondamentales de l'épistémologie telles qu'elles ont été définies par Jean-Louis Le Moigne (1999 : 4) : « Qu'est ce que la connaissance (la question gnoséologique) ? Comment est-elle constituée ou engendrée (la question méthodologique) ? Comment apprécier sa valeur ou sa validité (la question éthique) ? ». Cependant, l'objectif de cette réflexion n'est pas tant de dresser l'épistémologie des recherches sur les téléspectateurs que de s'interroger sur la constitution d'un objet scientifique *via* l'examen de celles-ci. C'est pourquoi nous nous sommes davantage focalisée sur des enquêtes auprès des acteurs (chercheurs et outils de publicisation), que sur une analyse de contenu des textes. S'agissant de considérer le « caractère "construit" (ou artificiel) de la connaissance scientifique produite par l'homme » (*ibid.* : 39), nous nous inscrivons dans une démarche épistémologique constructiviste¹⁹ (*id.*). Les savoirs sont envisagés comme des construits issus d'un réseau d'activités animé par les acteurs de la recherche scientifique.

Un questionnement original

Ces questionnements n'avaient pas été posés auparavant au sujet des recherches sur les téléspectateurs. Dans ce domaine, une synthèse a été réalisée en 2003 par la chercheur en science politique Brigitte Le Grignou. Son ouvrage, *Du côté du public. Usages et réceptions de la télévision*, est, en France, le premier panorama des courants de recherche, disciplines et auteurs des recherches sur les téléspectateurs. Non seulement l'auteur donne à lire un état des lieux, mais elle s'efforce de tisser les liens entre chacune des approches mentionnées et d'ouvrir à la formation de problématiques. Des présentations des différents courants de recherche sur la réception ont été livrées auparavant par la sociologue Dominique Pasquier (1997a, 2003b) en introduction au chapitre 6 « Les travaux sur la réception » du *Reader Sociologie de la communication* édité par le Cnet, lors d'un colloque organisé par la Société française des sciences de l'information et de la communication (SFSIC) (« La télévision : mauvais objet de la

son évolution, afin d'en déterminer l'origine logique, la valeur et la portée scientifique et philosophique » (*Trésor de la langue française*, <http://atilf.atilf.fr>).

¹⁹ « Constructiviste » est ici employé au sens d'une « pensée réfléchie », *i. e.* « une attention à la construction sociale, scientifique et médiatique de la connaissance » (Gavillet, 2004 : 135). En l'occurrence notre propos porte sur la construction scientifique d'un domaine de connaissances au sein du champ académique.

sociologie de la culture »), ainsi que dans une introduction, co-écrite avec Daniel Cefaï (2003b), à l'ouvrage *Les sens du public. Publics politiques, publics médiatiques*. Les auteurs y font un point détaillé et riche sur l'histoire des recherches et la conceptualisation de « public ». Les chercheurs en sciences de l'information et de la communication (Sic) Éric Maigret (2003b, 2003c) et Jean-Pierre Esquenazi (2003) ont proposé un aperçu des principaux questionnements dans ce domaine pour le premier – voir les textes « Existe-t-il des effets des médias de masse ? » et « Les publics : sociologie de la réception et *Cultural Studies* » dans le manuel *Communication et médias*, édité par La Documentation française (Maigret, 2003a). Le second présente des repères théoriques sur l'analyse des réceptions des médias, de l'art, du livre... dans le manuel *Sociologie des publics*. L'auteur passe en revue des types de définitions sociologiques du public ; la question du téléspectateur apparaît seulement en filigrane dans le texte.

Ainsi, par notre approche, nous nous inscrivons, en sciences de l'information et de la communication (Sic), dans une lignée de travaux assez récents sur la constitution des disciplines et des objets. Nous pouvons citer les cartographies établies par Isabelle Pailliar (1999), Thierry Lancien *et al.* (2001), la question de l'évolution des approches posée par Yolla Politi (2000), le bilan sur la recherche sur les discours télévisuels réalisé par Guy Lochard (2002), des questionnements sur les fonctions des revues scientifiques (Bougnoux, Rasse, 2002), ainsi que la publication d'une livraison de la revue *Hermès* consacrée aux « savoirs et pouvoirs » des Sic (Jeanneret, Ollivier, 2004). En 2006, Stéphane Olivesi a dirigé un ouvrage collectif intitulé simplement *Sciences de l'information et de la communication* et destiné à « éclairer les principaux domaines de compétences » de la discipline²⁰. Un groupe de travail de la société savante des Sic (Société française des sciences de l'information et de la communication, SFSIC), intitulé Théories et pratiques scientifique (TPS), s'intéresse à la question de l'histoire des sciences de l'information et de la communication. Ses membres réfléchissent aux méthodologies, emprunts conceptuels, outils de circulation des savoirs comme les revues, à la composition de la communauté scientifique des Sic, etc., dans une démarche le plus souvent épistémologique. Surtout, nos interrogations se rapprochent de celles formulées récemment par Nicolas Pélissier dans le cadre de son habilitation à diriger

²⁰ Signalons que les travaux sur les publics médiatiques figurent parmi ceux-ci (voir le texte de J.-P. Esquenazi, « Les médias et leurs publics. Le processus de l'interprétation »).

des recherches soutenue en décembre 2005. Le chercheur a étudié la constitution des études sur le journalisme en France. Notre projet rejoint le sien, mais dans des domaines différents, lorsqu'il en questionne les aspects épistémologiques et socio-historiques : « Comment s'est donc construite, dans le temps et dans l'espace académique national, une recherche sur le journalisme ? Comment les chercheurs spécialisés ont-ils conceptualisé les notions-clés de ce domaine ? À quelles disciplines scientifiques ont-ils emprunté leur savoir-faire ? Quels cadres théoriques et épistémologiques ont-ils produits et mobilisés ? [...] Comment expliquer le développement de la recherche sur le journalisme dans certains lieux plutôt que d'autres ? Quel a été le rôle de certaines figures marquantes du monde académique ? [...] Quels ont été les lieux et moyens mis en place (laboratoires, revues, séminaires, colloques et autres lieux de réflexion et de discussion ? ». La lecture de ce texte, mis à notre disposition par notre directeur de thèse – membre du jury de l'habilitation de Nicolas Péliissier – au début de l'année 2006, soit pendant la dernière phase de notre travail, a eu comme un effet d'écho par rapport à nos propres interrogations, que nous ne pouvons que formuler de manière identique.

Un recueil de publications scientifiques

Conditions et limites de la sélection

À partir de ce cadre théorique original, nous avons constitué un matériau de « science faite », c'est-à-dire les savoirs disponibles sur les téléspectateurs. Rapidement, nous avons choisi de sélectionner les textes produits et diffusés dans le champ académique : comme le souligne Lorenza Mondada (1995)²¹, les textes scientifiques sont le lieu de la traduction et de la gestion des hétérogénéités manipulées par le chercheur au cours de ses activités : ils rendent compte, de manière intelligible, de pratiques scientifiques mises en discours par les chercheurs eux-mêmes : « L'organisation textuelle ordonne un réseau d'acteurs par rapport aux faits ainsi relatés – elle impose par exemple un certain nombre de références bibliographiques comme constituant l'état de la recherche, elle exhibe les auteurs de l'article comme des figures importantes du champ considéré, elle

²¹ Pour L. Mondada (1995), « le texte donne une structure aux faits scientifiques et impose un ordre à l'histoire et à l'institution de la science ».

lie les faits aux institutions et aux fonds qui en ont permis la découverte, elle prévoit et incorpore des figures de destinataire. [...] Le texte [...] est la forme sous laquelle la découverte circulera, sera retenue, citée, discutée, sanctionnée » (*ibid.*). Il s'agissait de recueillir les connaissances sur les téléspectateurs mises en circulation dans le champ académique français²², *i.e.* les ouvrages scientifiques et les articles publiés dans des revues scientifiques. Pour être précise, nous avons limité l'investigation aux sciences humaines et sociales puisqu'il s'agissait d'envisager l'objet « téléspectateurs » dans son acception « humaine » (les individus qui sont en contact avec le média)²³ et non sur un plan technique ou technologique (*e. g.* le récepteur en tant que support permettant la diffusion d'images et de sons). Puis, nous avons eu recours à l'interrogation de catalogues de bibliothèques, nous avons exploré les bibliographies d'ouvrages et articles à notre disposition en lien avec notre formation universitaire préalable (manuels de théories et méthodes en sciences de l'information et de la communication, ouvrages et articles consultés dans le cadre de nos travaux de maîtrise et de DEA...), nous avons consulté les références proposées par le réseau Internet lorsque l'on tape les entrées « téléspectateurs », « réception télévisuelle », « publics de télévision » dans des moteurs de recherche (notamment www.google.fr et <http://scholar.google.fr>). Surtout, ce sont les références bibliographiques mentionnées dans les différents textes recueillis qui ont permis un recensement assez large. Par ailleurs, ce dernier procédé offre l'avantage de collecter les publications effectivement mises en circulation *via* les discours des chercheurs (celles qui ont été lues, reprises, commentées, discutées ou simplement citées). Certains éléments ont également été mis à notre disposition par notre directeur de recherche.

Comment s'est opérée la sélection ? D'une part, nous avons mis en œuvre un mode opératoire rigoureux, *i. e.* une sélection par mots clés proches de la notion de « téléspectateur » : récepteur/réception (télévisuelle), public (de télévision), spectateur, audience (audimètre/auditoire). Celle-ci a été enrichie par les terminologies voisines et/ou qui sont utilisées dans le domaine : pratique (et les formes avérées de pratiques téléspectatorielles comme le *zapping*), usage, message, médiamat, impact, effets,

²² L'énoncé écrit permet une meilleure circulation que l'intervention orale, lors d'un colloque. C'est pourquoi nous n'avons pas cherché à recueillir les enseignements et communications sur le sujet, d'autant plus qu'ils sont moins accessibles au chercheur (les acteurs n'en conservent pas toujours les traces).

²³ C'est-à-dire, selon la définition de « téléspectateur » proposée par le *Trésor de la langue française informatisé* : « Personne qui regarde et écoute la télévision » (<http://atilf.atilf.fr>).

influence, consommation. Partant de l'idée selon laquelle un titre traduit, annonce et/ou résume un contenu, ceci semblait pertinent pour le recueil de textes sur l'objet. Mais, le choix des termes constitue un premier biais méthodologique, auquel d'autres se sont ajoutés. D'autre part, nous avons peu à peu développé une démarche incluant d'autres paramètres, à mesure des limites auxquelles nous avons été confrontée. En effet, que faire des ouvrages collectifs dont le titre comporte un des mots clés sélectionnés ? Faut-il collecter toutes les contributions qu'il contient, bien que celles-ci ne portent pas toutes directement sur les téléspectateurs ? Le cas est identique pour les chapitres d'ouvrages, de manuels et les dossiers de revue²⁴. Par exemple, citons *Les sens du public. Publics politiques, publics médiatiques*, dirigé par Daniel Cefaï et Dominique Pasquier en 2003 : l'intitulé comporte une entrée retenue (« publics »), est-ce que cela signifie que tous les textes rassemblés doivent intégrer notre corpus, alors que certains ne traitent absolument pas de l'objet téléspectateurs (mais d'espaces publics par exemple) ? Dans ce cas de figure, nous avons retenu uniquement ceux qui traitaient directement des téléspectateurs.

Une deuxième limite est le cas des textes dont le titre ne comporte aucune des entrées retenues, mais qui traitent des téléspectateurs : pour exemples, l'enquête sur les « conversations télé » menée par Dominique Boullier (1987), celle de Sabine Chalvon-Demersay (1999) sur la réception d'une série télévisée, présentée dans l'article « La confusion des conditions. Une enquête sur la série télévisée *Urgences* ». Nous savons que ces publications portent sur l'objet par connaissance des travaux et parce qu'ils sont signalés comme tels par leurs pairs. Un autre exemple est celui du texte de François Jost (1997), « La promesse des genres » : l'auteur s'interroge sur les genres et traite des contenus télévisuels. Dans cet ordre d'idées, on y trouve un vocabulaire de type « programmation, loi du genre, document audiovisuel, film ». *A priori*, le texte ne correspond pas aux critères définis pour intégrer notre corpus. Sauf que, si nous lisons l'intégralité du texte, nous nous apercevons que l'auteur met en rapport la notion de genre avec celles de pacte de communication, d'interprétation ; il fait intervenir la question du téléspectateur et tient un discours sur l'objet, avec des assertions comme : « Outre le genre "émissions pour la jeunesse" qui se définit par le public qu'il vise, de

²⁴ À certains moments, le rubriquage proposé par les directeurs de revue, collection, etc. a pu entraîner des confusions, lorsqu'un texte était déplacé d'une rubrique « réception » à une autre lors d'une réédition (voir le chapitre 5).

nombreux titres impliquent le téléspectateur », « [...] facilitant la sérialisation générique de la réception », « le genre comme catégorie de réception ». Par ailleurs, certains chercheurs que nous avons rencontrés évoquent le nom de François Jost lorsqu'ils parlent des chercheurs sur la réception (voir l'entretien mené avec Dominique Boullier, annexe 8h). Le cas de figure inverse est également sujet à questionnement : que faire d'un article dont le titre contient un des mots clefs retenus mais dont le contenu ne traite pas la question de la réception ? Par exemple, l'article d'Éric Macé (1994b), « La programmation de la réception. Une sémiologie critique des contenus ». L'auteur précise lui-même dans l'article que « puisqu'il s'agit de proposer une sociologie des contenus, cet article n'est pas le compte rendu d'une étude de réception mais l'analyse des contenus d'une émission à partir de catégories analytiques ».

Compte tenu du caractère restreint de l'élément sur lequel la sélection repose (les titres)²⁵, le mode opératoire est vite devenu insuffisant. La constitution du corpus a pu être influencée par notre propre définition de l'objet²⁶ et par celle que certains chercheurs proposent. En effet, les choix que nous avons dû opérer orientent la constitution du corpus, que ce soit au niveau des mots clés qu'à celui de l'interprétation des contenus : ce faisant, nous sommes amenée à définir ce qui est ou n'est pas de l'ordre du domaine de recherches sur les téléspectateurs, malgré l'emploi de précautions méthodologiques. De même, l'intérêt accordé aux mêmes définitions proposées par les acteurs du domaine peut conduire à en adopter une plutôt qu'une autre et exclure une approche de notre corpus. Pour davantage de lisibilité, nous répertorions les problématiques en lien avec la constitution (puis l'exploitation) d'un corpus de textes scientifiques, en fonction de modes opératoires possibles et des interrogations qu'ils suscitent (voir le tableau 1).

²⁵ À notre connaissance, il n'existe pas de norme scientifique pour la définition des titres. Le plus souvent, ceux-ci contiennent l'objet ou terrain étudié ainsi que l'approche choisie, mais ils peuvent aussi emprunter à d'autres registres (énigmatique, métaphorique, descriptif...). Pour exemples : « Le programme global » (Bertrand, de Gournay, Mercier, 1988a) ; « Télévision et démocratie culturelle » (Friedmann, 1967) ; « Une nouvelle amie. Le héros télévisuel comme promesse d'amour » (Pasquier, 2002) ; « La télévision cérémonielle » (Dayan, Katz, 1996).

²⁶ « Notre » définition est fondée essentiellement sur le terrain de recherches des travaux concernés. Nous avons choisi d'intégrer au corpus ceux qui étudient l'individu dont la caractéristique principale est d'avoir été ou être en contact avec le média télévision. En revanche, ceux qui analysaient des contenus (médiatiques) ou des chiffres ont été écartés s'ils ne répondaient à aucun critère.

Tableau 1. La constitution d'un corpus de textes scientifiques. Interrogations et problématiques.

Mode opératoire de sélection	Interrogations suscitées	Problématiques
Sélection par mots clefs	<ul style="list-style-type: none"> - Quels mots clés ? - Où situer les mots clés ? 	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Le choix définit un cadre pour l'objet ; il borne l'objet de recherches ⇒ Mots clefs dans le titre : étude restreinte. Problème des pratiques de titrage des articles scientifiques. ⇒ Mots clefs dans les « mots clefs » : leur choix inscrit ou non le texte par rapport à des objets, d'où un double biais lié à une double caractérisation. De plus, les mots clefs peuvent être définis par l'auteur (qui souhaite s'inscrire dans telle ou telle problématique de recherche) ou par le comité éditorial de la revue (codes déjà existants ?). ⇒ Mots clefs dans le texte : étude large, problème de sa pertinence.
Exploration du contenu	<ul style="list-style-type: none"> - Quelle méthode ? Quelle grille de lecture ? - Y a-t-il une définition « reconnue », « validée » de l'objet ? - Quelle quantité de textes à explorer - Quelle prise en compte du projet annoncé de l'auteur ? 	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Conduit à proposer une définition de l'objet, qui n'est pas « la » définition. ⇒ Problème de la faisabilité de l'étude. ⇒ Interroge la place du chercheur par rapport au terrain d'enquête.
Examen de la structure meta-textuelle	<ul style="list-style-type: none"> - Que faire des articles intégrés dans un dossier sélectionnable/dont le titre est en rupture avec le contenu ? 	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Interroge la nature des pratiques professionnelles (ici scientifiques). ⇒ Interroge la place du chercheur par rapport aux pratiques professionnelles du terrain d'enquête.

Ceci dit, nous pensons que l'association de ces éléments (mots clés, reconnaissance par les pairs et lecture du contenu) peut constituer un mode opératoire qui permet non pas

d'annuler, mais d'intégrer ces biais dans une logique de recueil de publications scientifiques. En ce sens, notre sélection comporte différents éléments : des publications répondant aux critères définis en amont (majoritaires dans l'ensemble), celles considérées comme « étant » de la réception par leurs pairs²⁷, celles dont le contenu porte, selon nous, sur les téléspectateurs, etc. La méthode comportait le risque d'inclure des textes dont le titre mentionnait l'un des mots clés retenus, mais dont le contenu ne portait pas directement sur l'objet téléspectateurs. Ainsi, ne saurait-elle prétendre à l'exhaustivité²⁸ ; de plus, elle ne constitue pas l'ensemble du domaine de recherches, mais en est une présentation, à défaut d'une définition précise, affirmée et validée de celui-ci. En effet, il n'en existe pas, à notre connaissance, d'écrit faisant autorité en France, *i. e.* un texte qui proposerait une définition de ce qu'est, ou non, une recherche sur les téléspectateurs²⁹.

Au-delà de ces limites, qui sont autant heuristiques que méthodologiques, il en est une qui a trait aux réseaux de circulation des savoirs. Lorsque nous exploitons la bibliographie d'un texte pour en recueillir d'autres, nous activons un ou plusieurs réseaux de pensée et/ou de chercheurs. À suivre les écrits des sociologues des sciences, les citations en référence traduisent des filiations et des circuits de diffusion des connaissances, que nous avons parfois empruntés. On doit faire l'hypothèse suivante : une approche qui apparaîtrait quantitativement dominante dans notre sélection ne l'est en réalité que par un effet d'enchâssement de références. Notre position adoptée de lectrice des recherches suggère que nous ayons eu affaire à un état des savoirs disponibles dans le champ académique ; ceci dit, ce sont aussi nos intérêts et nos

²⁷ Citons à nouveau l'exemple du texte « La promesse des genres » écrit par F. Jost (1997) : celui-ci ne correspond pas tout à fait à notre définition (il s'agit de proposer des interprétations possibles des messages médiatiques *via* une lecture fine des contenus), le titre ne comporte aucun des mots clés retenus ; pourtant l'auteur est un des tenants des « théories de la réception idéale » présentées par G. Lochard et J.-Cl. Soulages (1998) et est cité comme un des représentants des travaux sur les téléspectateurs (Boullier, entretien, 3 mars 2005).

²⁸ Une difficulté logistique de ce travail a été de déterminer à quel moment clore le corpus : nous avons eu connaissance encore récemment de textes publiés sur l'objet (plus ou moins anciens) qui auraient pu l'intégrer. Par exemple, les ouvrages de J. Dumazedier (*Télévision et éducation populaire*, 1966), de R. Chaniac et M. Roman (*Vers une nouvelle pratique de la télévision ?*, 1988). Mais, une stabilisation définitive a été nécessaire, afin de permettre l'exploitation statistique de l'ensemble. Celle-ci doit donner des tendances ; nous citerons parfois des éléments comme étant des publications sur les téléspectateurs, mais qui ne figurent pas dans le corpus.

²⁹ On peut signaler l'ouvrage écrit par B. Le Grignou (2003), *Du côté du public. Usages et réceptions de la télévision*, qui remplit quelque peu cette fonction. Mais, malgré la qualité et le panorama proposé par l'auteur, nous n'y avons pas trouvé ni modélisation ni définition permettant de présider à la sélection de notre corpus.

affinités scientifiques pour l'une ou l'autre approche qui ont pu favoriser certaines lectures plutôt que d'autres. Par exemple, nous verrons *infra* que le premier acteur des recherches que nous avons rencontré a été Daniel Dayan, d'une part suite à une recommandation de notre directeur de thèse ; d'autre part, nous étions d'ores et déjà très intéressée – influencée ? – par les travaux de ce chercheur. Quels effets cette rencontre a-t-elle eu sur la poursuite de nos recherches ainsi que sur notre perception du domaine des recherches sur les téléspectateurs ? Jusqu'où le point de vue de cet acteur a-t-il orienté le nôtre ?

359 éléments ont été sélectionnés³⁰. Le plus ancien texte recensé est daté de 1964, il s'agit d'un article écrit par le sociologue français Georges Friedmann, « La télévision vécue », publié dans la revue *Communications*. La même année, ce même texte est aussi édité dans l'ouvrage *Ces merveilleux instruments* écrit par l'auteur. De fait, il inaugure un corpus stabilisé en 2004 afin d'en permettre l'exploitation. Mais, des chercheurs posent la question des comportements des téléspectateurs dès les années 50, notamment sous l'impulsion d'instituts professionnels ou d'organismes comme l'Unesco, *e.g.* l'enquête menée par Joffre Dumazedier (1955) sur le rôle de la télévision en tant qu'outil éducatif (voir les chapitres 1 et 2). En ce qui concerne les éléments produits et diffusés dans le champ académique, l'article de Georges Friedmann nous est apparu comme étant le premier au moment de la stabilisation du corpus. En réalité, le texte inaugural aurait pu être un article écrit par les sociologues Pierre Bourdieu et Jean-Claude Passeron en 1963, intitulé « Sociologues des mythologies ou mythologie des sociologues » et publié dans la revue *Les temps modernes*. Dans celui-ci, les auteurs traitent des études sur les médias de masse, ils abordent la question de l'activité de leurs usagers – et dénoncent les lacunes des réflexions conduites par les sociologues du Centre d'étude des communications de masse (nous revenons sur ce point dans le chapitre 2). D'une part, il ne nous intéressait pas *a priori* puisque ni son titre, ni les travaux que nous connaissions de ses auteurs ne laissaient présager un écrit sur les téléspectateurs. D'autre part, nous l'avons exploré après avoir stabilisé, et exploité le corpus.

³⁰ Le lecteur trouvera la liste des éléments du corpus sous la forme de références bibliographiques (de A à Z) en annexe 1a, puis classées par année de publication en annexe 1c. Pour plus de précision, les articles de revue scientifique (annexe 1d), les contributions à un ouvrage collectif (annexe 1e) les dossiers de revue (1f), les ouvrages (1g) ainsi que les ouvrages collectifs (1h) font l'objet de catalogues chronologiques.

Ainsi les publications sélectionnées sont-elles réparties dans le temps entre 1964 et 2004 (voir la figure 2). D'emblée, nous observons une accélération de la quantité de textes à partir de 1988. Nous verrons que ce moment correspond à un croisement entre l'évolution des pratiques académiques (plusieurs revues sont créées au cours des années 80 et offrent ainsi des espaces d'écriture à des chercheurs dont le nombre augmente également) et le retour de l'objet « téléspectateurs » sur la scène académique. Mais, il ne signifie pas une distinction entre deux périodes, un « avant » et un « après 88 ». Dans une perspective diachronique, nous proposons de caractériser l'évolution des recherches en cinq périodes (la distribution quantitative des éléments du corpus pour chacune des périodes est indiquée en annexe 1b) :

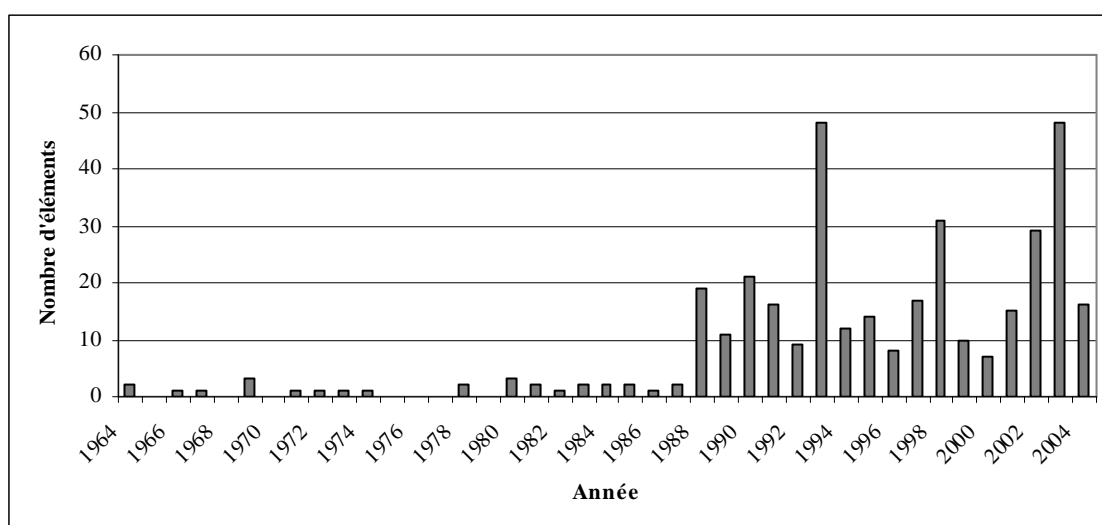
- La première (1964-1973) est celle des premiers travaux et réflexions produits et diffusés dans le champ académique.
- Une seconde lui succède, où l'objet est absent des débats : entre 1974 et 1987, nous ne recensons que peu de textes, alors que l'on pourrait s'attendre à un développement d'enquêtes faisant suite aux énoncés inauguraux des années 60. Le Centre d'étude des communications de masse, lieu de l'émergence académique des écrits abandonne symboliquement l'étude des communications de masse en changeant de nom (il devient le Centre d'études transdisciplinaires Sociologie, anthropologie, sémiologie en 1973). Cela signifie-t-il que les téléspectateurs n'intéressent pas les chercheurs ?
- La période entre 1988 et 1992 marque le retour de l'objet : 1988 est l'année de publication des premiers dossiers de revue sur ce thème ; elle est aussi celle où la quantité de publication s'accroît de manière fulgurante (deux textes recensés pour 1987, dix-neuf l'année suivante).
- À partir de 1993, les recherches se consolident : elles sont installées dans le champ scientifique, font l'objet de publications régulières. Elles sont légitimées par la publication du dossier « À la recherche du public » dirigé par Daniel Dayan (1993a) pour *Hermès*, un élément considéré comme introducteur pour certains. Elles se développent notamment dans le cadre d'une sociologie de la réception

symbolisée par la publication de l'ouvrage *La culture des sentiments* de la sociologue Dominique Pasquier (1999).

- Enfin, durant la dernière période (1999-2004), la dénonciation des limites méthodologiques entraîne une meilleure visibilité d'une variété d'approches, et parfois, leur reconnaissance.

Ce découpage fournit des repères temporels pour l'évolution des recherches ; il est établi à partir d'éléments aussi divers que la quantité des textes recensés, la publication d'un dossier de revue, la domination d'une approche, la réception des écrits d'un chercheur. Ceci traduit l'idée de penser la constitution des savoirs en fonction de la configuration du champ dans lequel ils émergent.

Figure 2. Évolution des publications sur les téléspectateurs (1964-2004).



Enquêtes auprès des revues scientifiques

Les éléments du corpus sont pour majorité des articles de revue scientifique (62 %), puis des contributions à des ouvrages collectifs (24 %) (voir la figure 3, et les annexes 1d et 1e). Faute de démarche comparable, nous ne pouvons pas évaluer s'il s'agit d'une situation atypique ou non. Ceci dit, nous observons un renversement de tendance à partir de 1997 : la quantité de publications dans des ouvrages collectifs augmente au

point de dépasser celle d'articles (voir la figure 4). Les revues ne seraient-elles plus les outils privilégiés de l'écriture scientifique ? Plusieurs éléments, liés aux pratiques académiques, peuvent hypothétiquement éclairer ce phénomène : la sélection au sein des comités scientifiques de revues est de plus en plus difficile ; un nombre plus important de chercheurs nécessite la multiplication de lieux de diffusion des savoirs et les ouvrages collectifs répondraient à ce besoin ; la procédure de qualification au Conseil national des universités conduit les docteurs à multiplier les publications durant leur thèse ; la diffusion électronique propose de nouveaux espaces d'écriture, moins coûteux et plus rapides que l'édition papier ; les chercheurs archivent de plus en plus leurs rencontres (par exemple, les actes de colloques sont considérés comme des ouvrages collectifs) ; les maisons d'édition et/ou les presses universitaires encouragent ce type de publication. Une étude des pratiques menée auprès d'un échantillon de chercheurs rapportée à l'exploration de l'état du marché éditorial serait une entrée pour l'analyse de ces hypothèses.

Figure 3. Répartition des éléments du corpus.

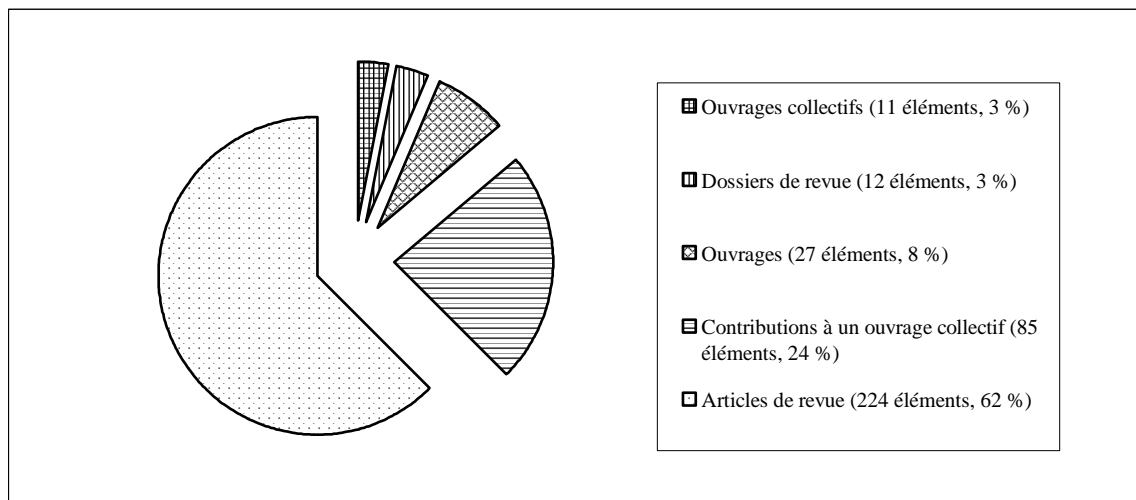
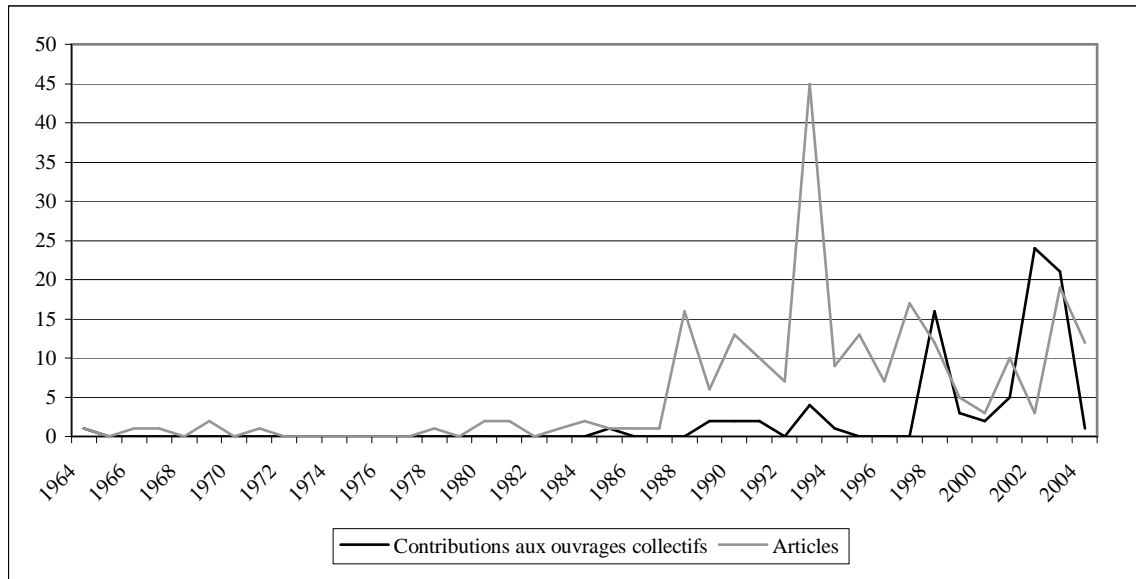


Figure 4. Évolution des articles et des contributions aux ouvrages collectifs sur les téléspectateurs (1964-2004).



Si un total de 36 revues est représenté dans la sélection, cinq d’entre elles (14 %) ont publié 75 % des articles (162 sur 224). Il s’agit des *Dossiers de l’audiovisuel*, *Hermès*, *Médiaspouvoirs*, *Quaderni*, *Réseaux*. Elles ont en commun d’être des périodiques du domaine des recherches sur la communication, parfois plus précisément celui des médias. En outre, elles ont été créées au même moment, entre 1983 et 1988. Il faut alors interroger leurs rôles dans l’évolution des recherches. Dans quelles mesures ont-elles été des outils privilégiés ? Ont-elles été complémentaires ou concurrentes : incarnent-elles respectivement l’un ou l’autre axe de recherche ou l’un ou l’autre foyer d’activités ? À l’instar des chercheurs en Sic Robert Boure (1993), Daniel Bounoux et Paul Rasse (2002), mais aussi d’Olivier Laurens (1992), Martine Chaudron (1994), du canadien Michel Pierssens (2005), nous accordons ici un intérêt particulier à ces lieux de publication, en raison notamment de leur domination dans notre corpus, et des interrogations qu’elles suscitent.

En effet, la question du rôle des revues est posée depuis plusieurs années au sein de la communauté scientifique : on s’aperçoit qu’il ne s’agit pas seulement de définir des projets éditoriaux, la revue occupe plusieurs fonctions en tant qu’agent du champ scientifique. En plus d’être un outil de communication des savoirs, un périodique produit des connaissances. La circulation des textes entre les auteurs, les lecteurs

internes et externes (souvent appelés *referees*, ces derniers interviennent de manière anonyme) conduit les auteurs à réfléchir et travailler à nouveau sur le fond et la forme du texte, à partir des critiques proposées ; en principe, ceci contribue à améliorer la qualité du savoir diffusé, qu'en est-il dans la pratique ? De plus, ce mode opératoire fonctionne dans la mesure où les chercheurs sont prêts à négocier – c'est-à-dire ajuster, améliorer, préciser, etc. – leur contribution : Bruno Latour (1995 : 34-35) explique que la publication est un « signe » de « crédibilité scientifique », le comité de rédaction d'une revue étant un des « endroits où se décrète la reconnaissance » ; dès lors, un scientifique ne se définit pas comme tel, il doit « faire de la science », c'est-à-dire traduire et diffuser ses travaux, afin d'être visible dans le champ. Aussi nous parlons de logiques d'acteur : les acteurs engagés dans un projet de publication (les auteurs, les coordinateurs d'un dossier le cas échéant, les directeurs, comité de rédaction, la revue elle-même) ont des intérêts liés à la position qu'ils occupent et/ou souhaitent occuper (voir Bourdieu, 1997) : reconnaissance, avancement dans les carrières, etc. La revue se situe au carrefour de ces logiques : elle offre un lieu de publicité aux chercheurs, tout en constituant son identité et sa propre notoriété ; comment se manifestent-elles et comment sont-elles conciliées ?

Ensuite, la revue en tant que lieu du débat scientifique est une question récurrente dans les discours sur le sujet : une publication peut être un « vecteur du débat rhétorique par lequel le fait scientifique est construit » (Bougnoux, Rasse, 2002 : 7), un « outil de diffusion de la connaissance pour la faire progresser – contribuant par là à un processus de communication et d'intelligence collective » (Habhab, 2002 : 116), « favoriser le débat de fond » (Boure, 1993 : 96) ; autrement dit, elle représente « un lieu de débat scientifique et d'échanges » (Hert, Meyer, 2002 : 122) et/ou contribue à « agiter les idées, à chercher de nouveaux talents, à lancer les débats, à agacer leurs lecteurs » (Laurens, 1992 : 22), étant entendu que les revues « participent à la fondation et au développement d'une discipline, puis au processus de fertilisation croisée avec d'autres savoirs » (Boure, 1993 : 94). Mais, ces auteurs ne précisent pas les moyens mis en œuvre – ou pouvant l'être – par les revues pour participer au débat scientifique. S'agit-il de juxtaposer des avis divergents, d'arbitrer une controverse, de favoriser l'une ou l'autre approche théorique, etc. ? C'est pourquoi une interrogation s'impose : dans quelle mesure une revue de sciences humaines et sociales peut-elle ou doit-elle participer au débat scientifique ? Le moment de l'échange est aussi à questionner : se

situe-t-il pendant la sélection des textes – auquel cas on doit se référer aux pratiques éditoriales, ou lors de la réception de la publication par les lecteurs, par ailleurs membres de la communauté scientifique – auquel cas on doit étudier l'accueil d'une livraison ?

Enfin, Bruno Latour (1989) explique que l'article scientifique joue un rôle de « poteau indicateur » : d'une part, l'exercice d'écriture oblige l'auteur à se référer à d'autres (ce que le sociologue des sciences appelle « l'argument d'autorité » ou « appel à des alliés »), *i. e.* à mobiliser la littérature scientifique qui le précède ; d'autre part, l'article doit être diffusé, publicisé afin d'être repris, discuté, etc. et exister au sein de la communauté scientifique (« pour survivre , ou pour acquérir le statut de fait, un énoncé a besoin de la *génération suivante* d'articles »). Ceci confère à l'article scientifique le statut d'objet, pertinent comme entrée pour l'étude des pratiques.

Souvent, sur la question du rôle des revues, sont interrogés ceux qui participent à leur fabrication (voir Bougnoux, Rasse, 2002). Ces derniers peuvent alors adopter différents positionnements : d'une part, ils sont les représentants de la revue et en diffusent le discours éditorial ; d'autre part, ils sont en même temps des chercheurs qui proposent des textes aux comités de rédaction qui peuvent être acceptés comme refusés (ou soumis à corrections). Nous apportons un éclairage différent sur le rôle de ces outils : dans un premier temps, nous étudions, *a posteriori*, les manières dont des revues ont influencé l'évolution des recherches et la mise en visibilité d'une approche plutôt qu'une autre. De plus, en parallèle nous tentons de discerner leurs logiques de fonctionnement, *via* le discours de directeurs de revue (nous avons interrogé Béatrice Fleury et Jacques Walter pour *Questions de communication* et Patrice Flichy pour *Réseaux*, voir *infra*), et l'identification de réseaux d'acteurs au sein desquels ils s'inscrivent. En effet, ces derniers peuvent influencer la composition des sommaires, mais ils sont aussi les relais privilégiés de la diffusion des discours publiés : qu'en est-il au niveau d'un cas concret comme les recherches sur les téléspectateurs ? Dans un deuxième temps, des éléments de réponse seront apportés par une enquête empirique menée *in situ* sur la fabrication d'une livraison de *Questions de communication*. Il s'est agi d'observer la constitution du dossier « Psychologie sociale, traitements et effets des médias », depuis la mise en place du projet (novembre 2001) jusqu'à la publication (juillet 2004) ; l'enquête s'est fondée sur plusieurs éléments : lecture de la correspondance électronique entre les

principaux acteurs (directeurs de la revue et coordinateurs du dossier)³¹, observation des séances du comité de rédaction (entre novembre 2003 et mai 2004), entretien avec Béatrice Fleury et Jacques Walter, directeurs de *Questions de communication* (19 juil. 2004, annexe 8d), entretien téléphonique avec Marie-Pierre Fourquet-Courbet (9 sept. 2004) et Claude Chabrol (3 nov. 2004), coordinateurs et auteurs du dossier. L'étude a consisté à observer et comprendre un cas empirique de fabrication d'une revue scientifique (comment un projet naît-il, comment la sélection des textes s'opère-t-elle, comment les interactions entre les différents acteurs s'organisent-elles, etc.), dans l'objectif d'interroger les fonctions prêtées aux revues scientifiques. En outre, de cette enquête sont nés quelques questionnements au sujet du mode opératoire choisi, qu'il nous semble important d'esquisser ici.

Un intérêt initial pour la thématique annoncée dans le projet de dossier et la problématique qu'il proposait d'introduire, doublé de l'ambition d'apporter des éléments nouveaux dans le domaine de l'étude des interactions scientifiques ont croisé une opportunité d'accès à un matériau original³²; il en résulte une observation empirique d'une organisation, vue de l'intérieur, qui ne va pas sans confronter le chercheur à un certain nombre de « dilemmes », tels qu'ils sont nommés par Valérie Amiraux et Daniel Cefaï (2003), et le conduit à interroger son positionnement. En effet, notre degré d'implication³³ dans le réseau d'interlocuteurs étudié nous a permis (1) d'avoir une connaissance préalable des pratiques à l'œuvre au sein du milieu étudié – celle-ci s'étant affinée au cours de l'enquête – et (2) d'obtenir un accès facilité à certaines sources et de surmonter quelques difficultés habituellement liés à ce type d'observation *in situ*. Mais, il induit le risque de « compromettre la visée d'objectivité et

³¹ Les coordinateurs du dossier adressaient, dans la plupart des cas et sous la forme de copie, les courriers électroniques qu'ils s'échangeaient à B. Fleury et J. Walter, directeurs de *Questions de communication*. C'est ainsi que ceux-ci ont pu les mettre à notre disposition.

³² Ici, il convient de préciser le cadre de l'enquête : concrètement, *Questions de communication* est *fabriquée* dans les universités de Metz et Nancy – la revue est née d'une collaboration entre des membres du Centre de recherche sur les médiations (Crem), dirigé par J. Walter, et du Groupe de recherche en information, communication, propagandes (Gricp), dirigé par B. Fleury au moment de la création de la revue. La présente thèse de doctorant en sciences de l'information et de la communication a été conduite sous la direction de J. Walter. Cette proximité à la fois géographique et institutionnelle a facilité l'accès aux sources sur lesquelles l'enquête se fonde ; de plus, nos recherches portent sur la constitution du champ des études de réception télévisuelle : de fait, nous nous intéressons de près à la place et à la circulation des travaux intégrant les apports issus de la psychologie sociale dans ce domaine.

³³ Nous nous inscrivons à l'intérieur du système d'interactions que nous étudions, à deux niveaux : en tant que membre du Crem, nous sommes impliquée dans les activités menées en son sein ; de plus, nous participons à la revue par la rédaction de notes de lecture et faisons parti du « comité technique ».

d'impartialité » commune à toute étude scientifique : notre tentative de « braquer le projecteur sur les coulisses du savoir scientifique » (*ibid.* : 2) entraîne quelques problématiques méthodologiques. En effet, comment observer puis analyser un système d'interactions auquel nous prenons part ? Est-il possible, pour un jeune chercheur, d'objectiver des pratiques scientifiques ? Les dimensions déontologiques et éthiques de ce projet doivent aussi être interrogées : « A-t-on le droit de dissimuler aux enquêtés que l'on est en train de rassembler des informations sur leur compte, destinées à publication ? » (*id.* : 10). De plus, il importe de veiller à « préserver leur [les enquêtés] réputation et leur sécurité, s'assurer qu'ils ne pâtiront pas du passage de l'enquêteur » (*id.* : 8). Nous pensons ici à la correspondance électronique entre les coordinateurs et les directeurs qui, par définition, constitue un matériau de l'ordre du privé. Elle a été mise à notre disposition par Jacques Walter, lui-même acteur de cette correspondance, à partir de l'été 2003, puis de manière systématique. En ce sens, elle constitue une forme d'observation clandestine, que peut justifier l'utilisation qui en est faite : n'étant pas formulés en réponse à un dispositif de recherches, les courriers sont un des lieux où les interactions en lien avec la préparation de la publication se manifestent spontanément, mais ils traduisent aussi les caractéristiques (précautions, négociations, etc.) liées à la situation de communication dont ils sont le théâtre ; *i. e.* une collaboration entre deux équipes de recherche qui doivent préparer un dossier commun, organisée puis encadrée par les directeurs de la revue. En outre, un travail mené sur ses pairs peut entraîner le chercheur à prendre des risques au moment de sa publicisation, bien qu'il le conduise à s'interroger sur ses propres pratiques et ouvre la voie à une réflexion nécessaire sur le statut de chercheur en sciences humaines et sociales.

Nous avons recensé 27 ouvrages entre 1964 et 2004 (voir annexe 1g) : il s'agit de publications de thèse (Calbo, 1998 ; Souchon, 1969), de rapports ou comptes-rendus d'enquête (Bertrand, de Gournay, Mercier, 1988b ; Boullier, 1987 ; Pierre, Chaguiboff, Chapelain, 1982 ; Souchon, 1980), de résultats d'étude problématisés (Pasquier, 1999), d'une traduction (Dayan, Katz, 1996), de manuels plus ou moins spécifiques à l'objet (Esquenazi, 2003 ; Le Grignou, 2003 ; Missika, Wolton, 1983), de réflexions (Wolton, 1990). Nous verrons que, dans le domaine des recherches sur les téléspectateurs, les dossiers de revue ont davantage fait autorité que ces ouvrages. Par exemple, la livraison 11-12 d'*Hermès* – le dossier « À la recherche du public » dirigé par Daniel Dayan (1993a) – est souvent considérée comme une référence dans les discours des chercheurs.

Notons que ce chercheur, considéré comme le représentant des recherches sur les téléspectateurs en France (voir le chapitre 6), n'a pourtant jamais publié d'ouvrage théorique sur ce thème. C'est pourquoi on doit s'interroger sur la réception des publications : comment un article, un ouvrage, un dossier fait-il autorité dans un état donné du champ académique ? Un ouvrage écrit par Dominique Boullier (1987, 2003) a fait l'objet d'une réédition quinze ans après sa publication originale, sous le titre *La télévision telle qu'on la parle* en raison d'une demande émanant du champ, nous affirme l'auteur (entretien, 3 mars 2005) : « C'est surtout que des collègues depuis 10 ans n'arrêtaient pas de me dire : "On ne le trouve plus... et pourtant je le donne à mes étudiants". Ce n'est quand même pas si fréquent que l'on nous dise ça ; donc je me suis dit que cela pouvait servir à quelque chose ». La réédition est un signe de reconnaissance des savoirs produits dans ce travail, considérés comme « toujours aussi pertinents » quinze ans après leur première publicisation. On peut se demander si elle traduit une carence au niveau des recherches sur l'objet et/ou un déficit d'actualisation des problématiques.

Nous avons relevé douze thèses soutenues en France entre 1964 et 2004 sur ce thème – seize si l'on étend la sélection à 2006 (voir annexe 4). Mais, nous ne les avons pas recensées dans ce corpus : d'une part, quelques unes ont été suivies de la publication d'un ouvrage ou d'articles sélectionnés, donc ces travaux ne sont pas complètement absents de notre matériau (Calbo, 1998 ; Baton-Hervé, 1999 ; Macé, 2000, 2001). D'autre part, nous avons observé qu'elles étaient finalement peu citées. Ces recherches participent de la formation des savoirs sur les téléspectateurs en tant que tels ; mais, dans la mesure où elles ne sont pas (ou peu) citées en référence, « existent »-elles dans le champ académique au sens latourien du terme ? Ceci dit, ce recueil nous aidera à comprendre la place de l'objet « téléspectateurs » à différents moments de son évolution.

Un objet hybride

Plus généralement, dans le corpus, sont évalués les usages du média et les systèmes de référence mobilisés dans l'interprétation (Boullier, 1987), la composition des auditoires (Souchon, 1990), on observe des comportements (en situation de réception effective,

idéale ou expérimentale) (Calbo, 1998 ; Chabrol, 1991), la formation des opinions publiques, on étudie la fonction et les sens de l'expérience spectatorielle (Chalvon-Demersay, 1999, 2003), ainsi que les moments et lieux de manifestation d'une posture téléspectatorielle par les individus (Mehl, 2004). L'objet « téléspectateurs » se constitue au croisement des regards et des perspectives pluridisciplinaires des chercheurs. D'une part, ceux-ci, qu'ils soient rattachés institutionnellement à la sociologie ou aux sciences de l'information et de la communication (Sic)³⁴, développent des approches sociologiques, sémiopragmatiques, psychosociales, et adoptent des démarches qui peuvent être ethnographiques, expérimentales, qualitatives voire théoriques. Nous proposons les catégories suivantes, qui ne permettent pas d'apprécier les subtilités de la diversité des enquêtes menées sur les téléspectateurs et ne rendent pas compte d'une exhaustivité, mais en offrent un aperçu liminaire. L'approche sociologique concerne des travaux conduits sur la composition des publics, la consommation de la télévision et les usages qui y sont liés. Il s'agit d'enquêtes sur l'activité téléspectatorielle en terme d'équipement et de consommation, puis de l'étude des actes de réception mesurés au moment même de leur pratique, ou tels qu'ils sont exprimés dans le discours des individus. Par exemple, Gisèle Bertrand, Chantal de Gournay et Pierre-Alain Mercier (1988b), Jean-Louis Chabrol et Pascal Perin (1991) ont étudié les pratiques de *zapping* ; Dominique Pasquier (1999) a observé l'engouement suscité par une *sitcom* auprès de jeunes *fans* ; Gisèle Bertrand (1999) a enquêté sur la place de la télévision dans les interactions familiales. Ensuite, les travaux inscrits dans une perspective sémiologique ou sémiopragmatique se focalisent sur l'analyse approfondie des textes et de leurs interprétations possibles : il s'agit de dessiner des récepteurs possibles. Par exemple, Marlène Coulomb-Gully (1997) esquisse les portraits des téléspectateurs d'une émission satirique politique *via* l'étude des procédés comiques mis en œuvre dans le programme. Enfin, les enquêtes menées dans une optique psychosociale ont pour objectif d'évaluer les effets des messages médiatiques, en tenant compte de différentes variables comportementales ou psychologiques d'individus. Dans cet ordre d'idées, Marie-Pierre Fourquet et Didier Courbet (voir Courbet, 2004a) étudient les réactions provoquées par

³⁴ Un recensement des rattachements disciplinaires des auteurs du corpus étudié indique que 78 % d'entre eux (83 sur 106) sont, sur le plan académique, des tenants des Sic ou des sociologues. Dans une moindre mesure, on trouve des psychologues (9), des chercheurs en science politique (4). Cette caractéristique n'a pas été exploitée davantage parce que nous pensons que la pensée d'un chercheur se définit davantage par rapport aux référents qu'il mobilise et aux approches et/ou courants de pensée dans lesquelles – ou contre lesquelles – il se positionne, que par son rattachement institutionnel académique.

la réception d'une catastrophe télévisée en direct, *i.e.* les processus de construction individuels et de co-construction des représentations de l'événement manifestés dans le discours de téléspectateurs interrogés.

D'autre part, la problématique de la réception télévisuelle s'inscrit dans d'autres axes de réflexion, notamment celui de l'expérience spectatorielle. Autrement dit, elle croise – sur les plans théoriques, méthodologiques et plus largement paradigmatiques – celles menées sur les publics médiatiques et sur toute forme de réception d'une œuvre, d'un événement, d'une information plus généralement. Par exemple, en parallèle des recherches sur les téléspectateurs, il existe des travaux sur les publics de l'art (Passeron, Pedler, 1999), du cinéma (Ethis, 2005a, 2005b). D'ailleurs, les téléspectateurs sont aussi des spectateurs de cinéma (voir Chaniac, 1998)³⁵. Si Daniel Cefaï et Dominique Pasquier (2003a) proposent d'approcher conjointement les « publics politiques » et les « publics médiatiques », Jean-Pierre Esquenazi (2003) inscrit l'objet au programme d'une *Sociologie des publics*. Ainsi, le choix de la terminologie « téléspectateurs » opéré dans notre travail ne balaie-t-il pas de nécessaires questionnements sur la diversité des approches théoriques et méthodologiques de l'objet (chapitre 9) : quelles sont les définitions de ce dernier ? Dans quelles mesures sont-elles ou non cloisonnées ? Qu'est ce que cela implique au niveau de la structuration du domaine des recherches ?

Identification des acteurs des recherches

Un noyau d'acteurs principaux

Le corpus est composé de 359 éléments écrits par 192 auteurs (voir annexes 7a et 7b). La répartition est hétérogène : un noyau minoritaire d'acteurs a publié plus de la moitié des textes (voir le tableau 2) : 19 auteurs (soit 10 %) ont signé entre 5 et 26 éléments chacun, *i.e.* 55 % de l'ensemble (196 textes), tandis que 173 autres ont publié entre 1 et 4 papiers sur les téléspectateurs, soit 45 % (163) (voir le tableau 2). Nous avons observé que ce « noyau » représente un réseau principal d'acteurs pérenne, autour duquel

³⁵ Ces catégories se croisent, lorsque S. Calbo (2002) étudie la réception à domicile, *via* le poste de télévision, du film de cinéma ou lorsque R. Meyer (1993) analyse les réactions d'individus face à la diffusion d'un film expérimental sur un poste de télévision.

s'organisent les recherches sur les téléspectateurs. En marge, des micro-réseaux secondaires gravitent, ils constituent des ramifications au noyau, périodiquement ou durablement. Il existe également des intervenants occasionnels³⁶.

Tableau 2. Quantités d'auteurs et de textes publiés.

Quantité de textes publiés	1	2	3	4	5	6	7	8	9	14	15	20	24	26
Nombre d'auteurs	131	27	11	4	2	4	4	1	3	1	1	1	1	1
Proportion	173 = 90 % d'auteurs pour 163 textes (45 %)				19 = 10 % d'auteurs pour 196 textes (55 %)									

À première vue, ce groupe de 19 acteurs principaux est lui-même assez hétérogène, tant sur le plan démographique (trois générations), qu'institutionnel et géographique. Des chercheurs universitaires (14) et des praticiens (5) le composent ; si quatorze, une majorité, exercent leurs activités à Paris, certains sont en province et deux acteurs sont de nationalité étrangère, l'un enseigne au Canada, l'autre aux États-Unis³⁷ (voir le tableau 3). En revanche, plusieurs ont des trajectoires communes (*e.g.* Sabine Chalvon-Demersay, Dominique Mehl, Dominique Pasquier), tout au moins ils se rattachent à des foyers d'activité similaires à certains moments. Ainsi peut-on d'ores et déjà identifier comme foyers importants : l'École des hautes en sciences sociales et le Centre d'étude des mouvements sociaux. La lecture des rattachements institutionnels de ces auteurs préfigure la formation d'un réseau d'acteurs : mais, il s'agira de se demander si ce n'est pas le chercheur lui-même qui tisse des liens entre les acteurs à partir de concordances de propriétés.

³⁶ Nous avons donc exclu les hypothèses suivantes : (1) le noyau d'acteurs correspond à un moment de concentration des recherches dans l'histoire ; avant et après, les travaux sont éparpillés dans le temps et l'espace ; (2) une succession d'acteurs majeurs, plus ou moins isolés, structure l'évolution des recherches. Par exemple, nous verrons qu'il n'existe pas, entre 1964 et 2004, de filiation générationnelle au niveau des acteurs.

³⁷ E. Katz et S. Proulx ne font pas parti du champ académique français parce qu'ils exercent leurs activités dans les champs académiques d'autres pays. Mais, ils intègrent le champ scientifique français lorsqu'ils participent à ses activités (interventions lors de colloques, rédaction d'articles). Le rôle de ces deux acteurs a été différent : on peut considérer que le second est impliqué dans le champ académique français dans la mesure où il a soutenu son doctorat à l'École pratique des hautes études et a été membre du Laboratoire communication et politique.

En effet, nous observons que la réalité d'un réseau dépend de plusieurs facteurs, qui doivent être envisagés de manière concomitante, en tenant compte de repères spatio-temporels : les foyers d'activités, les affinités coopératives, les trajectoires des chercheurs, les comités de rédaction de revue, la filiation intellectuelle entre un enseignant et son élève, les relations familiales, les politiques d'union, les courants de pensée. Autrement dit, ce sont à la fois des espaces et des moments où les acteurs peuvent « échanger » – ou sont conduits à le faire –, *i.e.* produire du savoir et le diffuser. Mais, dans un groupe de recherche par exemple, chaque chercheur échange-t-il avec tous les autres ? Au sein des foyers d'activités, il peut exister des micro-réseaux. Notamment, plusieurs acteurs peuvent être amenés à se coaliser autour d'un raisonnement, incarné par une personnalité importante, *i.e.* une figure faisant autorité parce qu'elle dispose d'une position haute dans le champ académique. Ici, l'idée sera illustrée par le développement d'une sociologie des publics, portée par le directeur de recherches CNRS Daniel Dayan (2000) et la théorisation qu'il propose des « publics médiatiques », et relayée par un cercle de directeurs de recherche CNRS et de chercheurs du Centre d'étude des mouvements sociaux et du CNRS. De plus, quels sont les effets de l'évolution des carrières des chercheurs (déplacement de lieux, de responsabilités), du devenir de groupes de recherche sur la pérennité d'un réseau ? Dans la mesure où l'exploitation de listes de composition des membres d'un centre, d'une revue, de bibliographies ne suffisait pas pour reconstituer ces échanges, nous avons choisi d'interroger les acteurs des recherches sur les téléspectateurs, afin de saisir leurs témoignages et perceptions empiriques (voir *infra*).

Nous aurons à évaluer les acteurs fondateurs du réseau, s'il en est, ainsi que les « nouveaux entrants » et leurs conditions d'intégration. La pérennité du noyau sera aussi questionnée : quelles ont été les conditions de sa formation et de son évolution ? Ce, afin d'éclairer la problématique du rôle des réseaux dans la fabrication des savoirs : c'est un lieu commun que de dire qu'ils existent, qu'en est-il de leur pérennité, voire des « lois » qui les gouvernent, et surtout de leurs ramifications ?

Tableau 3. Principaux auteurs de publication sur les téléspectateurs en France.

Acteur	Nationalité	Profession	Centre de recherches	Institut/université	N*
Michel Souchon	Française	Responsable des études d'audience	Centre d'étude des communications de masse (1965-70)	ORTF (1970-75) INA (1975-1985) TF1 (1985-87) France Télévisions (1990-95) Gpe Bayard (1995-)	26
Jacques Durand	Française	Responsable des études d'audience	Centre d'étude des communications de masse (années 65-72) Laboratoire Communication et politique (fin des années 80)	Publicis (1961-69) ORTF (1972-74) CEO (1975-85) Médiamétrie (1985-90)	24
Daniel Dayan	Française	Directeur de recherches CNRS Professeur de sociologie des médias	Centre d'étude des communications de masse Laboratoire Communication et politique (fin des années 80) Laboratoire d'anthropologie des institutions et des organisations sociales Centre d'étude des mouvements sociaux (depuis 2005)	<i>Annenberg school of communication</i> (Los Angeles) Université hébraïque de Jérusalem Institut d'études politiques (Paris) École des hautes études en sciences sociales	20
Dominique Pasquier	Française	Directrice de recherches CNRS Professeur de sociologie des médias	Centre de sociologie de l'art Laboratoire Communication et politique (fin des années 80) Centre d'étude des mouvements sociaux (depuis 1994)	École des hautes études en sciences sociales	15
Dominique Boullier	Française	Professeur en sciences de l'information et de la communication	Lares Laboratoire Connaissances, organisation, systèmes techniques (Costech)	Université de Rennes 2 Université de Compiègne	14
Gisèle Bertrand	Française	Directrice de recherches		Institut national de l'audiovisuel	9
Pierre-Alain Mercier	Française	Ingénieur d'études CNRS	Institut de recherche interdisciplinaire en socio-économie	Université Paris Dauphine	9
Serge Proulx	Canadienne	Professeur au département des communications	Groupe de recherche sur les usages et cultures médiatiques	Université du Québec à Montréal	9
Sabine Chalvon-	Française	Directrice de recherches	Centre de sociologie de l'art	École des hautes études en sciences	8

Demersay		CNRS Professeur de sociologie des médias	Laboratoire Communication et politique (fin des années 80) Centre d'étude des mouvements sociaux (depuis 1994)	sociales	
Stéphane Calbo	Française	Docteur en études cinématographiques (1996)		Université Paris 3 IPSOS Média	7
Régine Chaniac	Française	Directrice de recherches	Laboratoire Communication et politique	Institut national de l'audiovisuel	
Elihu Katz	Américaine	Professeur émérite en sociologie et communication		<i>Annenberg school of communication</i> (Los Angeles) Université hébraïque de Jérusalem	7
Cécile Méadel	Française	Docteur en histoire Maître de recherches en sociologie	Centre de sociologie de l'innovation	École nationale supérieure des Mines (CNRS) Institut d'études politiques	7
Chantal De Gournay	Française	Chargée de recherches	Laboratoire Usages, créativité, ergonomie	Centre national d'étude des télécommunications France Télécom Recherche & Développement	6
Jean-Pierre Esquenazi	Française	Professeur en sciences de l'information et de la communication	Centre de recherches sur les médiations Équipe de recherche en sciences de l'information et de la communication (depuis 1999)	Université Paul Verlaine-Metz Université Lyon 3	6
Marie-Pierre Fourquet-Courbet	Française	Maître de conférences en sciences de l'information et de la communication	Laboratoire Culture et communication	Université Nancy 2 (2000) Université d'Avignon et des pays du Vaucluse (depuis 2002)	6
Brigitte Le Grignou	Française	Professeur de science politique	Institut de recherche interdisciplinaire en socio-économie	Université Paris Dauphine	6
Éric Macé	Française	Maître de conférences en sociologie	Centre d'analyse et d'intervention sociologiques	École des hautes études en sciences sociales Université Paris 3	6
Dominique Mehl	Française	Directeur de recherches CNRS Professeur de sociologie des médias	Centre d'étude des mouvements sociaux (depuis 1994)	École des hautes études en sciences sociales	6

* Nombre d'interventions recensées

Ces acteurs jouent également un rôle sur le plan individuel : tous n'ont pas participé de la même manière à l'évolution des savoirs ; par exemple, certains ont réalisé des enquêtes, d'autres ont proposé des théorisations. Surtout, et c'est une limite de notre mode opératoire, fondé sur la sélection de textes, la quantité des éléments recensés n'est pas un indicateur suffisant pour l'évaluation des acteurs importants³⁸ d'un domaine de recherche : les acteurs importants sont-ils tous des auteurs importants ? On peut considérer que les enquêtes « importantes » sont celles qui ont donné lieu à plusieurs publications, en raison d'une grande quantité de résultats à présenter et de la nécessité éprouvée par le champ académique de les diffuser en de multiples lieux. Ainsi, parmi notre noyau d'acteurs, on retrouve ceux qui sont à l'origine de ces enquêtes pouvant être considérées comme « importantes » : sur les « conversations télé » (Boullier, 1987), sur les pratiques de *zapping* (Bertrand, de Gournay, Mercier, 1988b), sur la réception d'une *sitcom* par de jeunes *fans* (Pasquier, 1999), sur la réception de feuilletons par des « publics particulièrement concernés » (Chalvon-Demersay, 1999). Ces acteurs peuvent être qualifiés d'« enquêteurs ».

Un objet de recherches est aussi défini par les énoncés théoriques produits sur lui, incarnés par des auteurs. Dans une recherche sur la « dispersion du savoir scientifique » sur le journalisme, Nicolas Péliissier (2005 : 244) dresse l'état des lieux des approches théoriques dans ce domaine. Pour chacune, il en présente les représentants ; souvent, leur apport est matérialisé par la publication d'un ouvrage. Par exemple, l'« approche phénoménologique des "fautes grammaticales" journalistiques » a été développée par Cyril Lemieux (2000), via l'ouvrage *Mauvaise presse*³⁹. À suivre cette idée, il existe des chercheurs qui peuvent être considérés comme acteurs importants parce qu'ils sont considérés comme les « représentants » d'une approche d'un objet scientifique⁴⁰. Dans le domaine des recherches sur les téléspectateurs, nous verrons que le nom de Daniel Dayan revient souvent dans les discours : il en est considéré comme le représentant. Nous interrogerons la constitution de sa position dans le champ académique, en fonction notamment de sa trajectoire personnelle et professionnelle, ainsi que celle de sa notoriété (chapitre 6). En outre, nous n'omettrons pas de mentionner les approches

³⁸ Ici, « important » se rapporte au rôle de production et de diffusion des savoirs.

³⁹ Il s'agit d'un exemple emprunté aux axes identifiés par N. Péliissier.

⁴⁰ Une distinction peut être nécessaire avec des chercheurs qui se positionneraient comme les représentants d'une approche, mais qui ne sont pas reconnus comme tels dans le champ académique : doivent-ils être considérés comme des acteurs importants ?

périphériques et d'en identifier les représentants ; par exemple, au cours des années 90, un réseau d'acteurs garants d'une approche sémio-pragmatique de l'étude de la réception médiatique est constitué autour de François Jost (1992, 1997, 1999). Comment les échanges s'organisent-ils entre les raisonnements ? Les micro-réseaux d'acteurs ont-ils des connexions communes ? Évoluent-ils en parallèle ou existe-t-il des ramifications ? Au niveau des idées, faut-il parler d'un domaine des recherches ou de micro-domaines cloisonnés ? Et, qu'en est-il du débat scientifique ?

Une troisième catégorie est celle des « passeurs » : ceux qui mettent en circulation les savoirs. Les procédés sont multiples : importation de travaux, publication (en tant que directeur de revue, direction de collection éditoriale), organisation d'une manifestation scientifique, mais aussi enseignement et citations en référence. Il s'agit de proposer à d'autres la connaissance des travaux. Or, cette activité n'est pas repérable par la sélection d'un corpus de textes. Il faut étudier, presque au cas par cas pourrait-on dire, les parcours, les textes, les fonctions éditoriales de chercheurs pour les identifier. Ainsi sont considérés comme « passeurs » des organisateurs de colloque comme Isabelle Charpentier (2006) et des directeurs de revue comme Patrice Flichy.

Parmi les acteurs principaux, figurent des chercheurs universitaires et des praticiens de l'industrie médiatique. Plus généralement, les interventions de praticiens tiennent une place importante dans l'évolution des recherches académiques françaises sur les téléspectateurs. Ils sont à l'origine de près d'un tiers (111 sur 359) des éléments de notre corpus et représentent 24 % (46) des 192 auteurs recensés. Ceux-ci sont des chercheurs d'instituts professionnels, des personnes en charge des études d'audience dans les services éponymes de chaînes de télévision, mais aussi des tenants d'industries culturelles (Écomusée de Fresnes, Bibliothèque du film, Centre national de la cinématographie). Ainsi, des acteurs professionnels investissent-ils le champ académique, de manière ponctuelle, et ils participent à l'entreprise de fabrication des savoirs. Quels sont précisément la nature et les effets de ces interventions ? Comment s'organise la répartition des compétences ? Comment les logiques professionnelles sont-elles conciliées avec celles des acteurs académiques ? Depuis les débuts de l'industrie télévisuelle, ses représentants ont développé l'étude des comportements des usagers et des effets des images. Celle-ci s'est professionnalisée *via* l'évolution des mesures de l'audience et l'exploitation des données dans des enquêtes sur les pratiques

spectatorielles, notamment à l'Institut national de l'audiovisuel (Ina) et au Centre national d'étude des télécommunications (Cnet). Ce qui constitue un ensemble de compétences importées dans le champ académique pour le traitement de la question de la réception des médias. Dans l'histoire des recherches, les apports des praticiens se révèlent complémentaires à ceux des universitaires : s'agit-il alors de substituer ou d'ajouter des savoirs et savoir-faire ?⁴¹

La nature du matériau recueilli permet de proposer une modélisation cartographique dynamique de l'ensemble, *via* une analyse statistique, et une connaissance du contenu des textes rassemblés⁴², axée davantage sur la démarche proposée par l'auteur et le contexte théorique dans lequel il s'inscrit. Ainsi peut-on travailler sur les savoirs tels qu'ils sont publicisés (et l'organisation de cette publicisation) afin de situer dans le temps, l'espace et le champ académique la recherche sur les téléspectateurs ; ensuite, nous nous intéressons aux savoirs eux-mêmes et dressons l'existant des recherches dans ce domaine, dans le but cette fois de situer théoriquement et méthodologiquement les travaux. Le contenu des produits scientifiques offre l'état et l'évolution des connaissances ; son étude permet de recenser les outils méthodologiques mis en œuvre, les références théoriques mobilisées, les terrains exploités. Notre but est aussi de faire apparaître des évolutions ou tendances, s'il en est. Concernant cet aspect, une exploitation lexicale du corpus aurait pu être envisagée, telle qu'elle peut être menée par les tenants d'une approche « scientométrique ». La scientométrie définie par Pierre Bourdieu (2001 : 33) « s'appuie sur des analyses quantitatives ne prenant en compte que les produits, bref sur des compilations d'indicateurs scientifiques, comme les citations ». Constituée en discipline, elle consiste à étudier les processus de création de diffusion et d'utilisation de la science. Couplée à la bibliométrie, elle sert à mesurer et évaluer l'activité scientifique, décrire des réseaux et suivre l'évolution d'une discipline, *via* l'exploitation quantitative de bases de données composées d'articles scientifiques (voir Martin, 2000 : 43-46). En ce sens, une partie de notre travail – l'exploitation statistique des caractéristiques du corpus et le relevé de références bibliographiques – relève de ce domaine. Mais, si notre analyse s'inscrit *de facto* dans la démarche, elle ne

⁴¹ Le chapitre 4 est spécifiquement consacré au traitement de ces questions.

⁴² En tant que telle, nous n'avons pas réalisé d'étude de contenu des textes. De fait, leur exploitation nous a obligée à bien les décortiquer parfois ; mais, nous avons préféré concentrer nos efforts sur l'étude des conditions de leur production et de leur mise en circulation. Un traitement générique et détaillé de ces éléments pourra être effectué à la suite de ce travail.

s'y est pas référée et n'en a pas mobilisé les outils. En quelque sorte, nous avons construit nos bases de données et nos indicateurs statistiques. Il en résulte un appareillage sans doute moins rigoureux ; mais, ne constituant pas l'essentiel de notre projet, la quête, l'apprentissage et l'appropriation d'outils spécifiques s'éloignaient de notre projet initial⁴³.

Recueil du témoignage d'acteurs

Seize acteurs des recherches sur les téléspectateurs ont été interrogés. Dans un premier temps, nous avons tenu à rencontrer une majorité d'acteurs considérés comme importants, parce qu'ils figuraient dans le noyau principal d'auteurs identifiés. Sur les 19 chercheurs qui le composent, nous avons pu en interroger 10 (soit la moitié) (voir le tableau 4)⁴⁴. Surtout, nous avons recueilli le témoignage des cinq auteurs pour lesquels nous avons recensé le plus de textes : Dominique Boullier, Daniel Dayan, Jacques Durand, Dominique Pasquier, Michel Souchon. En outre, les points de vue des praticiens et des chercheurs universitaires ont été sollicités. La rencontre avec Serge Proulx apporte un éclairage intéressant : bien que ce chercheur canadien n'évolue pas dans notre domaine d'investigation, le champ académique français, la teneur de ces interventions dans l'Hexagone le situe parmi les acteurs importants. De plus, parce que les expériences ponctuelles peuvent être aussi intéressantes à entendre, nous avons poursuivi, par téléphone, une conversation entamée avec Brigitte Chapelain – auteur d'un élément du corpus – lors d'une manifestation scientifique (journées d'études « Méthodologies » organisées par le groupe Org&Co de la Société française des sciences de l'information et de la communication, Paris, 24-25 mai 2005). Dans cet ordre d'idées, nous avons aussi interrogé Rosemarie Meyer, maître de conférences en sciences de l'éducation, auteur d'une enquête sémiologique en réception réalisée dans le cadre d'une thèse de doctorat en linguistique, sous la direction de Christian Metz, à l'EHESS (voir Meyer, 1989).

⁴³ D'autant plus que les corpus traités avec ces méthodes sont souvent restreints en raison de leur nécessaire numérisation.

⁴⁴ Parmi ces 19 chercheurs, R. Chaniac et Ch. De Gournay n'étaient pas disponibles pour répondre à nos questions au moment où nous les avons sollicités et nos courriels adressés à S. Calbo sont restés sans réponse. Nous n'excluons pas de prendre à nouveau contact avec ces derniers et de solliciter d'autres chercheurs afin de poursuivre l'investigation.

Tableau 4. Acteurs interrogés (ordre alphabétique).

Acteurs	Propriété(s)*	Lieu, date de l'entretien	(a)	(b)
Dominique Boullier	Professeur en sciences de l'information et de la communication, Université Rennes 1	Entretien téléphonique, 3 mars 2005	14	8h
Claude Chabrol	Professeur en psychologie de la communication, Université Paris 3 Co-directrice du dossier « Psychologie sociale, traitements et effets des médias » (<i>Questions de communication</i> , 5, 2004)	Entretien téléphonique, 3 novembre 2004	3	NR
Sabine Chalvon-Demersay	Directrice de recherches CNRS, EHESS	Paris, 19 mars 2004	8	8b
Brigitte Chapelain	Maître de conférences en sciences de l'information et de la communication, Université Paris 13	Entretien téléphonique, 8 juin 2005	1	NR
Daniel Dayan	Directeur de recherches CNRS, EHESS	Paris, 20 octobre 2003	20	8a
Jacques Durand	Ancient <i>Audience researcher</i>	Paris, 2 février 2005	24	8f
Béatrice Fleury, Jacques Walter	Professeurs en sciences de l'information et de la communication, Université Nancy 2, Université Paul Verlaine-Metz Fondateurs et directeurs de <i>Questions de communication</i>	Metz, 19 juillet 2004	0	8d
Patrice Flichy	Professeur de sociologie, Université de Marne la Vallée, ancien directeur du laboratoire de sociologie du Centre national d'étude des télécommunications Fondateur et directeur de <i>Réseaux</i>	Entretien téléphonique, 20 septembre 2006	1	8j
Marie-Pierre Fourquet-Courbet	Maître de conférences en sciences de l'information et de la communication, Université d'Avignon et des Pays du Vaucluse Co-directrice du dossier « Psychologie sociale, traitements et effets des médias » (<i>Questions de communication</i> , 5, 2004)	Entretien téléphonique, 9 septembre 2004	6	NR
Brigitte Le Grignou	Professeur en science politique, Université Paris Dauphine	Entretien téléphonique, 12 septembre 2006	6	8i
Cécile Méadel	Maître de conférence en sociologie, École des mines	Entretien téléphonique, 15 septembre 2005	7	NR

Rosemarie Meyer	Maître de conférences en sciences de l'éducation, Université Paris 8	Entretien téléphonique, 31 mai 2005	1	NR
Dominique Pasquier	Directrice de recherches CNRS, EHESS	Paris, 19 mars 2004	15	8c
Serge Proulx	Professeur en sciences de de la communication, Université du Québec à Montréal	Lyon, 19 novembre 2004	9	8e
Michel Souchon	Ancient <i>Audience researcher</i>	Paris, 2 février 2005	26	8g

(a) : quantité d'éléments recensés pour cet acteur dans notre corpus

(b) : lieu de la retranscription intégrale (Annexe)

*Outre la qualité professionnelle des acteurs, sont mentionnées les propriétés en lien avec le motif de l'entretien

NR : entretien non retranscrit

Dans un deuxième temps, après avoir observé que les principaux acteurs d'un domaine de recherche n'en sont pas uniquement les principaux auteurs, nous avons jugé nécessaire d'interroger, en plus des « enquêteurs », des « représentants » (Claude Chabrol) et des « passeurs », *i.e.* les directeurs de revue scientifique Béatrice Fleury et Jacques Walter (pour *Questions de communication*)⁴⁵ et Patrice Flichy (pour *Réseaux*). Le choix de ce dernier a été influencé par le rôle joué par la revue dans la mise en circulation des recherches sur les téléspectateurs en France – elle est celle qui a publié le plus d'articles recensés. Souvent, la prise de contact a été facilitée par des connexions interpersonnelles : notre directeur de thèse et les personnes interrogées elles-mêmes nous recommandaient auprès d'autres.

Il s'est agi de mener des entretiens semi-directifs, afin de favoriser le récit des acteurs. Une majorité d'entre eux (10) ont été intégralement retranscrits et figurent en annexe (8a à 8j) de ce travail⁴⁶. Pour chacun, nous avons prévus quelques questions ouvertes afin de guider la conversation. Elles étaient préparées en fonction de nos investigations préalables sur les activités du chercheur, ses publications et ses rattachements institutionnels. D'une manière générale, nous demandions invariablement aux « auteurs » de retracer la genèse de leur entrée dans le domaine des recherches sur les téléspectateurs (comment sont nés vos premiers questionnements ? Quelles ont été vos premières lectures ?). Nous écoutions le récit de leurs parcours, afin de pouvoir les situer dans l'histoire des travaux, des foyers d'activité et des réseaux que nous identifions en parallèle (À quel groupe de recherche apparteniez-vous ? Où enseigniez-vous ?). Ensuite, nous nous efforcions d'obtenir des précisions sur le cadre institutionnel des travaux, ainsi que sur leurs limites, leurs apports perçus du point de vue de l'acteur. Enfin, nous amenions la discussion sur l'état des savoirs sur les téléspectateurs, dans le but de saisir, d'une part, la définition de l'objet scientifique, d'autre part, celle du domaine des recherches par le chercheur (Selon vous, où en sont les études de réception en France ?).

⁴⁵ Il est à noter que trois entretiens – avec B. Fleury et J. Walter, Cl. Chabrol, M.-P. Fourquet-Courbet – ont été menés de manière concomitante dans le cadre de l'investigation sur la fabrication d'une livraison de revue scientifique (voir *supra*).

⁴⁶ Des entretiens téléphoniques n'ont pas été retranscrits pour des raisons techniques (matériel défaillant ou manquant au moment de la conversation).

Des aspects plus précis étaient abordés en fonction des propriétés de l'acteur interrogé. Par exemple, les relations entre les champs académiques et professionnels occupaient une partie de nos conversations avec Jacques Durand et Michel Souchon (Vous sollicitait-on pour l'écriture d'articles dans une revue scientifique où est-ce vous qui les proposiez ? Que pensez vous des échanges entre les tenants des deux champs ?). En outre, un questionnement sur le rôle et le fonctionnement des publications était posé aux directeurs de revue : Comment est née la livraison d'un dossier sur les téléspectateurs ? Quel rôle peut jouer une revue dans le champ académique ? En définitive, c'est davantage l'interaction conversationnelle entre les acteurs interrogés et l'enquêtrice qui a orienté la teneur des propos. Non seulement nous souhaitions recueillir des témoignages, mais il s'agissait aussi d'étudier des pratiques scientifiques. Par exemple, on peut voir que l'entretien mené avec les directeurs de *Questions de communication* porte en majeure partie sur le fonctionnement de la revue, sa place dans les débats qu'elle met en circulation ; dans une moindre mesure, nous abordons la fabrication d'un dossier sur les effets des médias.

L'exploitation des propos recueillis s'est effectuée de manière à illustrer nos recherches et les étapes de la constitution de l'objet « téléspectateurs ». Les acteurs rencontrés nous ont permis de comprendre comment les recherches ont évolué, quels ont été les facteurs déterminants, les conditions d'émergence d'une pensée et celles de ses ramifications. Considérer les activités des personnes interrogées au sein du champ académique conduit à penser leurs discours à partir de l'idée d'« *illusio* » développée par Pierre Bourdieu. Pour le sociologue, les pratiques des agents sont déterminées par les règles inhérentes à l'existence et l'évolution du champ. Il emprunte l'image du « jeu » pour en décrire le fonctionnement (Bourdieu, 1980 : 113-116). Ce « jeu conduit l'agent à faire ce qu'il a à faire sans le poser explicitement comme un but, en deça du calcul et même de la conscience, en deça du discours et de la représentation » (Bourdieu, Wacquant, 1992 : 104). Autrement dit, un agent qui s'investit dans un champ y « joue le jeu » : c'est ce que Pierre Bourdieu (*ibid.* : 92) nomme l'*illusio* : « le fait d'être investi, pris par le jeu, dans le jeu ». Au niveau des pratiques scientifiques, cela pose particulièrement problème, affirme Pierre Bourdieu (2001 : 78) : « La vision scolastique qui paraît s'imposer tout spécialement en matière de science empêche de connaître et de reconnaître la vérité de la pratique scientifique comme produit d'un habitus scientifique, d'un sens pratique. [...] Une certaine épistémologie logiciste constitue en vérité de la

pratique scientifique une norme de cette pratique dégagée *ex post* de la pratique accomplie ou, autrement dit, s'efforce de déduire la logique de la pratique des produits logiquement conformes au sens pratique ».

L'adoption de l'*habitus* du champ académique se manifeste dans les déclarations du chercheur lorsque celui-ci est conduit à narrer et commenter sa pratique scientifique. À suivre ce raisonnement, les discours que nous avons recueillis sont teintés de cet *illusio*, *i.e.* ils intègrent des *habitus* scolastiques qui conduisent les auteurs à rendre compte de leurs actes de manière logique : les pratiques scientifiques apparaissent dans un système d'enchaînements réguliers et raisonnés, telle une « fiction » : il existe un « écart entre ce que l'on dit de la pratique scientifique dans les livres ou dans les protocoles par lesquels les savants rendent compte de ce qu'ils ont fait et ce qui se fait réellement dans les laboratoires. La vision scolastique de la pratique scientifique conduit à produire une sorte de "fiction" » (*ibid.* : 80). Autrement dit, nous devons les envisager comme des « fictions » non pas au sens de « création de l'imagination », mais en tant que produits d'une perception *a posteriori* d'un parcours, de la formation d'une pensée, mis en forme par l'acteur. Lorsque nous demandons à un chercheur de reconstituer la genèse de sa pensée, il exécute un exercice qui consiste à identifier des étapes, des facteurs, de manière à restituer un récit cohérent, qui ne rend peut être pas compte des accidents de parcours. Il objective l'évolution de sa trajectoire. Ce qui se traduit par des récits cohérents, progressifs, dont un exemple est l'entretien mené avec Daniel Dayan (annexe 8a), structuré en étapes progressives reliées les unes aux autres, homogènes. À nous de ne pas céder à la tentation de penser ces parcours dans une perspective logiciste qui conduirait à une quête de « vérité » absolue – ce qu'il nous arrive parfois de faire. Nous nous sommes intéressée à la fois au contenu des propos, en tant qu'éléments factuels, et à la manière dont ils sont présentés : comment traduisent-ils l'intégration des pratiques scientifiques et les règles du champ académique ? Par exemple, nous verrons que le rôle joué par Daniel Dayan dans l'introduction et le développement des recherches est souligné de manière quasi unanime par les chercheurs. Cela ne signifie pas que cette place est usurpée ; dans le récit de l'histoire des recherches diffusé, ce chercheur occupe *de facto* une position forte et non remise en cause. C'est pourquoi il faut s'interroger sur la constitution de ce capital (chapitre 6).

Comment l'objet « téléspectateurs » est-il né et a-t-il évolué dans le champ académique français ? Les ramifications qui le caractérisent aujourd'hui sont-elles des germes de l'objet ou sont-elles apparues progressivement ? L'ensemble est organisé en deux parties qui correspondent aux deux versants de la problématique élaborée sur notre objet de recherche : d'une part, nous questionnons l'émergence de l'objet scientifique « téléspectateurs » dans le champ académique français. D'autre part, nous observons les conditions de développement de ses ramifications. Nous considérons que celles-ci, présentes dès les premiers discours sur les publics, les lecteurs de presse, les auditeurs de radio et les spectateurs de cinéma, ne deviennent véritablement visibles qu'à partir du moment où l'objet s'installe dans le champ académique : ce moment est symbolisé par la publication du dossier « À la recherche du public », dirigé par Daniel Dayan (1993a) pour *Hermès*, considéré pour beaucoup, nous le verrons, comme un élément fondateur.

Dans la première partie, nous expliquons que les premiers travaux émergent en réalité dès les années 50 en France ; en outre, les prémisses des questions posées aujourd'hui sur les téléspectateurs, *i.e.* les racines des recherches, peuvent être lues dans des textes datés du début du XX^e siècle (chapitre 1). Nous présentons la configuration du champ académique des années 60 qui a été le théâtre des premiers articles scientifiques sur le sujet (chapitre 2), ainsi que les facteurs qui ont conduit à ajourner pendant un temps le traitement des problématiques (chapitre 3). En parallèle, une somme de compétences sur l'objet est développée dans le champ professionnel, au point que les praticiens assurent l'intérim des discours sur les téléspectateurs dans le champ académique durant les années 70-80 : dans quelles conditions, sous quelles formes, pour quels effets (chapitre 4) ? À la fin des années 80, les chercheurs universitaires retrouvent l'objet « téléspectateurs » : on assiste à la multiplication des enquêtes et des discours et aux premières publications de dossiers de revue. Dès lors, nous interrogeons les éléments qui ont favorisé ce retour (chapitre 5).

Un deuxième moment est consacré à l'examen des ramifications de l'objet « téléspectateurs », *i.e.* le développement d'axes de recherches et celui de micro-réseaux autour de représentants. Nous constatons la domination d'une sociologie de la réception, incarnée par Daniel Dayan : comment cette figure de théoricien français de la réception a-t-elle été constituée (chapitre 6) ? Comment un courant de pensée fait-il autorité ?

Quels sont les canaux par lesquels il circule et est légitimé (chapitre 7) ? En marge, qu'en est-il d'autres approches ? La question est illustrée par le cas des expérimentations menées dans une optique psychosociale (chapitre 8) : dans quelles conditions se manifeste leur mise en visibilité ? Quels problèmes cela pose-t-il au niveau des rôles des outils de diffusion dans le débat académique ? Enfin, dans un dernier chapitre (chapitre 9), nous interrogeons l'actualité des recherches et proposons une définition des « téléspectateurs », soumise au débat⁴⁷.

⁴⁷ Pour faciliter la lecture, un bref résumé précède chaque chapitre. Un index des auteurs cités dans le texte est proposé en fin de premier volume. Les annexes de ce document, numérotées de 1 à 13, font l'objet d'un second volume, à part. Celles-ci contiennent la présentation détaillée du corpus (1a à 1j), celle des auteurs des recherches (7b), la transcription des entretiens réalisés (8a à 8j), ainsi que différents documents illustrant nos propos et matériaux d'enquêtes.

**SECTION I. LES TELESPECTATEURS. LA NAISSANCE D'UN
OBJET SCIENTIFIQUE**

Chapitre 1. Les racines des recherches

Les racines des recherches sur les téléspectateurs se situent dès le début du XX^e siècle, dans un environnement intellectuel et social qui se caractérise à la fois par une fascination pour les médias de masse et une crainte de leurs effets. Dans le champ scientifique international, ces éléments se traduisent par la formation de trois paradigmes : celui de l'étude de la foule et du public, celui de l'industrie culturelle et celui des effets puissants. Ces axes se distinguent d'autant plus que leurs représentants connaissent bien les travaux des uns et des autres.

Les recherches sur les téléspectateurs constituent également la suite de réflexions amorcées au sein du champ professionnel, au sujet des récepteurs d'autres médias ; en ce sens, les lecteurs, auditeurs et spectateurs de cinéma sont les ancêtres des téléspectateurs. Les instruments de mesure des audiences ainsi que les problématiques liées à leurs résultats ont fourni un matériau technique et intellectuel pour ceux qui se sont intéressés aux publics de télévision. Aussi ceux-ci ont été une préoccupation des premières heures de l'industrie télévisuelle ; ils cherchaient non seulement à connaître les téléspectateurs, mais aussi à les influencer.

1.1. La formation de paradigmes distincts sur les effets des médias

La reconstitution des modèles théoriques dominants de la première moitié du XX^e siècle a pour intérêt de situer le cadre à partir duquel les premières réflexions françaises sur les téléspectateurs ont émergé (voir le chapitre 2). Ce, d'autant plus qu'il est question de la passivité et de l'activité des publics dès le début du siècle, bien qu'il ne s'agisse évidemment pas encore de ceux de télévision. En outre, nous souhaitons prolonger la thèse énoncée par Éric Maigret (2003a : 33) : « Si la recherche sur les médias a été dominée pendant la première moitié du XX^e siècle par l'idée d'effet direct, au sens de manipulation des individus par les médias, sacrifiant ainsi à une vision par trop caricaturale de la psychologie individuelle et de la dynamique des relations sociales, les ressources théoriques étaient disponibles au début du XX^e siècle qui auraient permis de développer très tôt une analyse nuancée des médias et de leurs publics ». D'une part, il s'agit de présenter la formation de ces « ressources théoriques »⁴⁸ ; d'autre part, il convient d'élucider les facteurs qui ont entraîné leur non-développement⁴⁹ en France.

1.1.1. La question de la foule et des publics

Au début du XX^e siècle, deux courants de pensée traitent de la question de la foule et des publics. De manière schématique, on peut dire que l'un dénonce la manipulation des foules, tandis que l'autre annonce l'activité des publics. Dès 1895, avec l'ouvrage *Psychologie des foules*, le chercheur français Gustave Le Bon théorise la notion de « foule ». En d'autres termes, l'auteur « condamne toutes les formes de logiques collectives qu'il interprète comme une régression dans l'évolution des sociétés humaines » (Mattelart, 1995 : 11). En effet, la foule est définie comme sujette à toute forme de manipulation, hypnotisable, crédule et vulnérable. Pour Rémy Rieffel (2001 : 43), cette analyse « met donc l'accent sur l'importance de certains aspects psychologiques du comportement humain que l'on peut manipuler en faisant appel aux pulsions, aux sentiments les plus primitifs et non pas à la raison et à l'argumentation ».

⁴⁸ Pour cet aperçu des recherches sur la foule et les publics, nous nous aidons des présentations effectuées par des chercheurs français, afin de mieux mettre en perspective les travaux dont il est question. Nous nous sommes particulièrement fondée sur les manuels écrits par A. et M. Mattelart (1995), R. Rieffel (2001), Ph. Breton et S. Proulx (2002), É. Maigret (2003a).

⁴⁹ Ce projet traverse les chapitres 1, 2 et 3.

La thèse est partagée et reprise par le journaliste américain Walter Lippmann (1922) qui, dans l'ouvrage *Public Opinion* puis dans *The Phantom Public* (1925), dénonce « la montée d'une figure dangereuse d'opinion collective, la masse ou la foule, caractérisée par son irrationalité et son hystérie » (Maigret, 2003a : 53). Pour l'auteur, le public des médias est une foule irresponsable, mal informée, une « abstraction théorique » (Raboy, 1998 : 103).

En rupture avec la pensée de Gustave Le Bon, le magistrat français Gabriel Tarde (1901) affirme l'existence des publics médiatiques, ou « foules dispersées » (Moscovici, 1981 : 258). Par exemple, la presse a le pouvoir de mobiliser ses lecteurs : « Lorsque des milliers et des milliers de personnes lisent le même journal, les mêmes livres, et ont l'impression de former un même public, elles acquièrent le sentiment de toute-puissance propre aux foules » (*ibid.* : 252). Il théorise aussi l'influence des relations interpersonnelles, étudiée empiriquement quelques décennies plus tard par Paul Lazarsfeld et Elihu Katz (voir *infra*). Gabriel Tarde oppose explicitement les notions de foule et de public, comme l'expliquent Armand et Michèle Mattelart (1995 : 12) : « À l'inverse de la foule, concert de contagions psychiques essentiellement produites par des contacts physiques, le public ou les publics, produit de la longue histoire des moyens de transport et de diffusion, "progressent avec la sociabilité". [...] On peut faire partie de plusieurs publics à la fois ». Ici, le collectif n'est pas un agrégat aléatoire d'individus mais un groupe constitué en réaction à une pratique, influençable mais conscient. De l'autre côté de l'Atlantique, le philosophe John Dewey (1927), représentant du pragmatisme, va plus loin dans la définition des publics. Il affirme, contre les thèses de Walter Lippmann, que les individus disposent de capacité d'analyse et de réaction. Pour l'auteur, la communication « ouvre un espace original, celui d'un "public" qui n'est pas une masse désorganisée et perverse mais une communauté en attente de réflexivité, d'instruments d'analyse et d'auto-représentation ».

Ces travaux constituent les prémisses de réflexions menées ces dernières années par des sociologues des médias et des politologues sur la constitution des publics médiatiques⁵⁰

⁵⁰ Nous avons choisi de restituer les acteurs et les facteurs de la constitution de ces courants de pensée pour ce qui est de la recherche sur les effets des communications de masse. Pour une présentation plus détaillée des Écoles, voir Breton, Proulx, 2002 (chap. 7 et 8) ; Coulon, 1992 ; Maigret, 2003a (chap. 3 à 5).

mais pas seulement. Par exemple, Marc Raboy (1998) reprend le titre de l'ouvrage de Walter Lippmann et surtout les thèses des auteurs cités *supra* pour traiter le concept de public dans le texte « Le public fantôme : un acteur équivoque qui hante les débats ». Daniel Dayan (2000) emprunte à Gabriel Tarde lorsqu'il forge la notion de « presque public ». Louis Quéré (2003) étudie les modalités d'expérience sociopolitiques du public, à partir d'une relecture des travaux de John Dewey et Gabriel Tarde. Énoncées entre les années 1900 et les années 20, quel a été le sort de ces recherches qui ne semblent reprises qu'en fin de siècle ?

1.1.2. Le paradigme de la seringue hypodermique

Les énoncés formulés par Gustave Le Bon sur la manipulation des individus et ceux de Walter Lippmann sur le public comme foule irresponsable sont à l'origine du développement d'un paradigme des effets puissants des moyens de communication de masse, en terme de diffusion de l'information et de propagande, représenté par la théorie de la « seringue hypodermique » d'Harold Lasswell (1948). Ce courant de pensée a été formé entre les États-Unis, la France et l'ex-URSS, tel que nous le représentons dans la figure 5. Harold Lasswell est un politologue américain qui a étudié à Yale avant de rejoindre l'École de Chicago (Mattelart, 1995 : 19). À la différence de ses collègues de Chicago (voir *infra*), sa pensée est influencée par Walter Lippmann, ainsi que par les thèses behavioristes américaines des années 30 (représentées notamment par John B. Watson) : celles-ci consistaient à penser le public comme un être conditionné et passif, dont les comportements et les réactions, en réponse à des stimuli, seraient de l'ordre du réflexe ou de l'inconscient (voir Maigret, 2003a : 59).

Pendant que le politologue développe ses premiers travaux, dans lesquels il postule que « la propagande constitue le seul moyen de susciter l'adhésion » (Mattelart A. et M., 1995 : 19, voir Lasswell, 1927), Serge Tchakhotine (1939) propose une analyse de la propagande directement inspirée des théories du conditionnement des comportements formulées par le physiologiste russe Ivan P. Pavlov ainsi que des travaux de Gustave Le

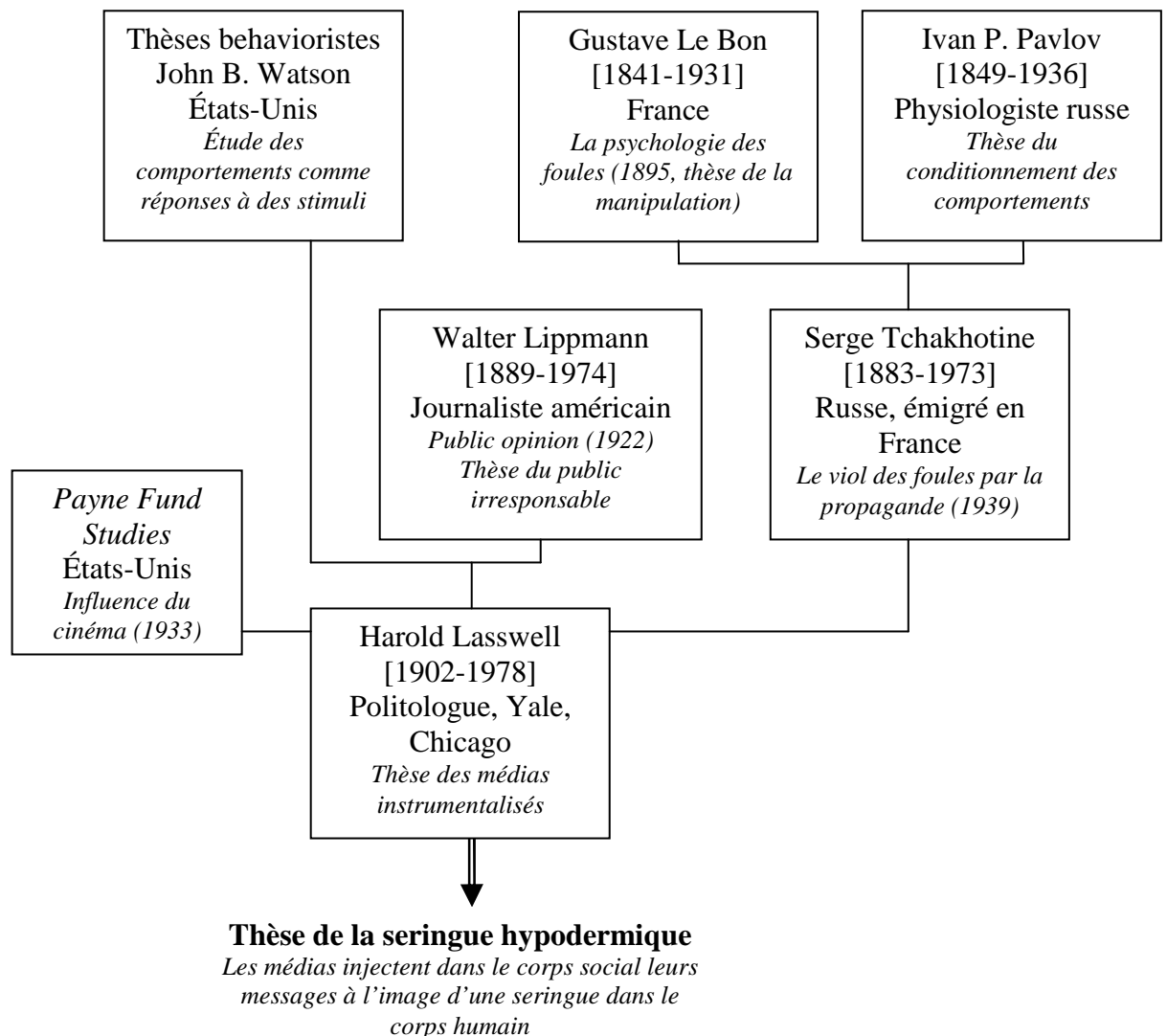
Bon⁵¹. Dans ce travail, l'auteur assimile la propagande à la fatigue mentale et à l'assujettissement de la volonté. Au début des années 40, les réflexions des deux hommes se croisent. Par ailleurs, au cours de la décennie précédente, aux États-Unis, sont publiés les résultats du premier programme de recherche sur les effets sociaux du cinéma – les *Payne Fund Studies*⁵² – qui « concluent à une influence significative des usages du cinéma sur la population » (Breton, Proulx, 2002 : 134). Ainsi, entre 1900 et 1940, un courant de pensée fondé sur les idées de manipulation, d'influence et d'assujettissement des individus est-il en formation aux États-Unis mais pas seulement⁵³. Il trouve son apogée en 1948, lorsque Harold Lasswell dote les appareils médiatiques de capacités d'influence importantes : ceux-ci injecteraient des messages à leurs récepteurs comme une piqûre délivre ce qu'elle contient immédiatement dans l'épiderme de l'individu.

⁵¹ S. Tchakhotine est de nationalité russe, émigré en France. Il dédie son ouvrage *Le viol des foules par la propagande* à I. P. Pavlov ainsi qu'à G. Le Bon (Rieffel, 2001 : 44).

⁵² Pour ces travaux, des psychologues, des sociologues et des éducateurs se sont interrogés sur la question des médias et de la violence, et ont prêté attention à des facteurs de différence dans la réception des messages (âge, sexe, environnement social, expériences passées et influences parentales).

⁵³ Ce courant est aussi nourri par la littérature américaine qui contribue « à alimenter l'idée de la toute puissance des médias et de la propagande » (Mattelart A., 1995 : 19) ; c'est le cas, par exemple, des romans de H. G. Wells, *La guerre des mondes* (1938) et de G. Orwell, *1984* (1948).

Figure 5. La formation du paradigme des effets puissants des médias durant la première moitié du XX^e siècle.



1.1.3. Le paradigme des effets limités à Columbia

En parallèle au modèle de la piqûre hypodermique, des enquêtes empiriques ont été mises en place à l'École de Columbia : elles ont conduit à montrer que les effets des médias sont en réalité limités et indirects. Ces travaux remettent en cause les thèses des effets puissants ; c'est pourquoi on parle du paradigme des effets limités (voir la figure 2). Mais, dans une Europe dominée par la pensée de Harold Lasswell ces résultats ont eu une diffusion plus discrète (voir le chapitre 3). De plus, ils ont contribué à affirmer la

problématique de l'influence au détriment de celle de la constitution des publics, qui émergeait à Chicago.

Nous avons évoqué *supra* la pensée de John Dewey qui consistait à affirmer les capacités d'activité des publics. Celle-ci s'est développée dans le cadre de l'approche pragmatique auprès des membres de l'École de Chicago, notamment Georg Simmel, à laquelle le philosophe était rattaché. Le pragmatisme américain consistait à penser la communication interpersonnelle – et les nouvelles voies de communication (infrastructures, médias) – comme les lieux de l'expression d'une opinion publique à laquelle les individus prennent part de manière active, et d'interroger la notion de « public » : « Le pragmatisme [...] s'intéresse surtout à travers la diffusion des moyens matériels d'échange à la démultiplication des contacts entre les personnes comme remède concret aux pathologies modernes qui ont pour nom ignorance et indifférence. [...] La communication [...] ouvre un espace original, celui d'un "public" qui n'est pas une masse désorganisée et perverse mais une communauté en attente de réflexivité, d'instruments d'analyse et d'auto-représentation [...] » (Maigret, 2003a : 43). En 1922, un élève de John Dewey et Georg Simmel, Robert E. Park a réalisé une thèse sur la foule et le public : dans le domaine de la presse, il s'est intéressé à « la formation effective des publics, dans le but de comprendre ce que les gens font de l'information » (*ibid.* : 45). L'ancien journaliste est connu comme étant l'un des introducteurs des travaux de Gabriel Tarde aux États-Unis (Mattelart, 1995 : 15). Il s'agit alors des prémisses de réflexions sur la constitution des usagers en public ; mais, elles ne sont pas poursuivies par les chercheurs de la deuxième génération de l'École de Chicago, qui ont davantage travaillé sur les institutions et les milieux professionnels (voir Coulon, 1992). De plus une rupture s'était produite au sein de l'École avec les travaux de Harold Lasswell. Ainsi, la problématique n'a-t-elle pas été exploitée davantage, *a fortiori* dans le domaine des recherches sur les téléspectateurs. Nous verrons qu'elle réapparaît en France dans les années 2000, et se traduit, notamment, en 2003, par la première traduction française de l'ouvrage de John Dewey – soit près de 80 ans après sa publication originale (voir la partie 8.1).

À partir des années 40, le développement des *Mass Communication Researches* aux États-Unis a entraîné la conduite d'enquêtes empiriques sur les effets des médias. Ce courant est initié par la sociologie fonctionnaliste américaine dont le programme est

formulé par Harold Lasswell, l'un de ses pères fondateurs⁵⁴ : « L'attention aux effets des médias sur les récepteurs, l'évaluation constante à des fins pratiques, des changements qui s'opèrent dans leurs connaissances, leurs comportements, leurs attitudes, leurs émotions, leurs opinions et leurs actes, sont soumises à l'exigence de résultats formulée par des commanditaires soucieux de chiffrer l'efficacité d'une campagne d'information gouvernementale » (Mattelart, 1995 : 21). Dans ce cadre – mais en rupture avec les travaux de Harold Lasswell –, un autre courant de recherche s'est développé sous l'égide du psychologue autrichien émigré à New York Paul Lazarsfeld et de Robert K. Merton, à l'École de Columbia⁵⁵. Dans un premier temps, « Paul Lazarsfeld et les membres de ses équipes espéraient établir de manière scientifique la nature exacte des impacts des médias sur les gens » (Maigret, 2003a : 44). En 1938, le chercheur autrichien met au point en collaboration avec Franck Stanton « l'analyseur de programme » : la première forme mécanique, à domicile, de l'étude de l'audience d'un média (la radio dans un premier temps, puis le cinéma). Cet appareil, « chargé d'enregistrer les réactions de l'auditeur en terme de goût, de dégoût ou d'indifférence » (Mattelart, 1985 : 23), a permis de mener les premières enquêtes élaborées à partir d'un « panel ». Dans un deuxième temps, les chercheurs de Columbia se donnaient pour objectif « d'évaluer précisément le rôle des médias [...] dans la formation des opinions et dans la prise de décision individuelle » (Breton, Proulx, 2002 : 147). Dès 1944, l'étude de l'influence des médias dans les décisions de vote menée auprès de 600 électeurs dans l'Ohio les conduit à suggérer que « la transmission des communications de masse pouvait être moins directe qu'on ne le supposait généralement » (Katz, 1956 : 705). L'opposition entre la thèse de la seringue hypodermique et l'équipe dirigée par Paul Lazarsfeld est alors manifeste.

Une série d'enquêtes menée par la suite par une équipe dirigée par Paul Lazarsfeld est ponctuée par la théorie des « deux étages de la communication » formulée par Elihu Katz (1956). On retrouve alors les prémisses de la théorie de l'influence des relations interpersonnelles énoncée par Gabriel Tarde⁵⁶ (voir *supra*). Celle-ci est prolongée

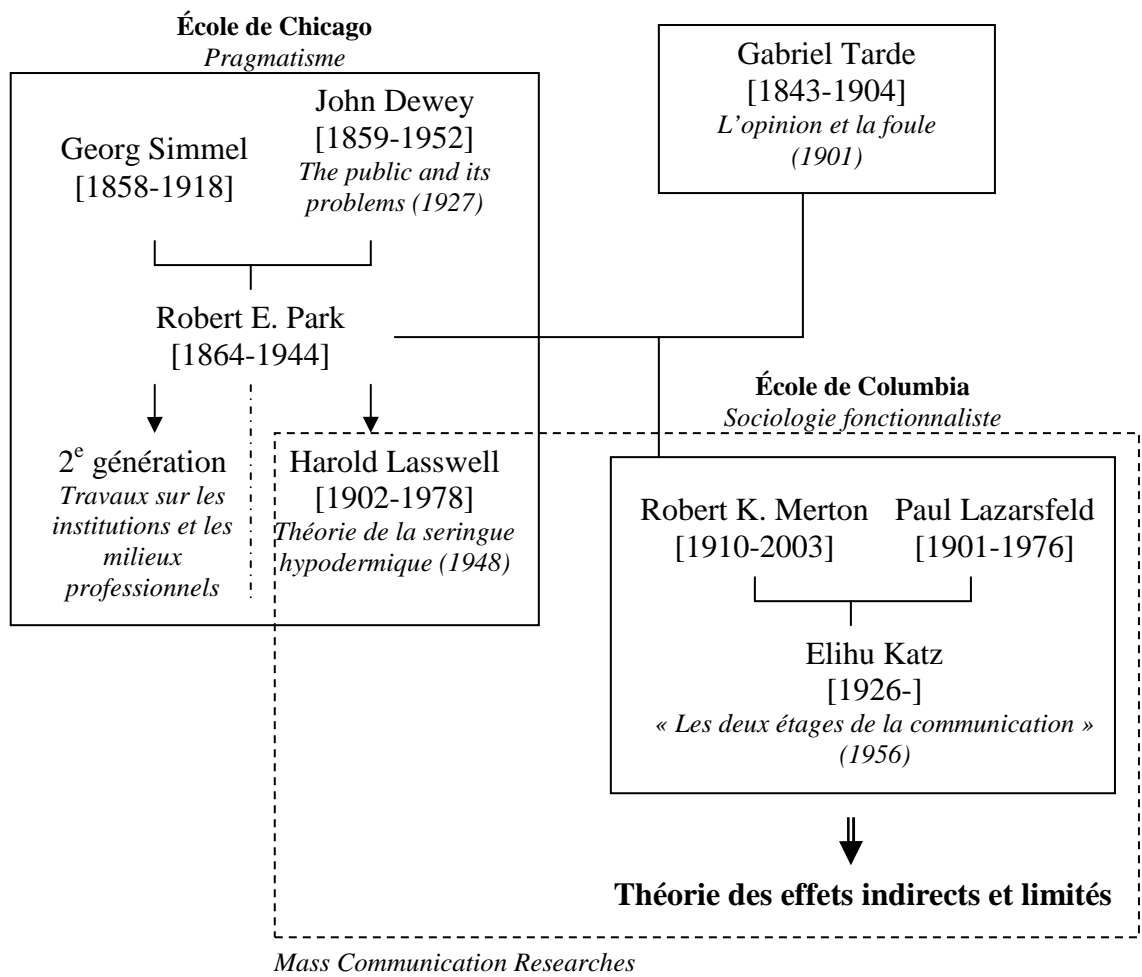
⁵⁴ Celui-ci, en parallèle des théories sur la manipulation des médias, en a fondé le cadre conceptuel avec la question énoncée en 1948 : « Qui dit quoi par quel canal à qui et avec quel effet ? ».

⁵⁵ Les deux hommes sont également considérés comme les pères fondateurs de la sociologie fonctionnaliste.

⁵⁶ E. Katz établit le lien entre l'héritage de la pensée de G. Tarde et la recherche sur les effets des médias de masse dans un article publié en 1993 dans la revue *Hermès*.

autour de trois constats constitutifs de la thèse du *Two-step flow of communication* : d'abord, « l'influence personnelle était à la fois plus fréquente et plus efficace que celle des *mass media* » (*ibid.* : 710) ; ensuite, il existe des leaders d'opinions qui jouent un rôle important dans la transmission de l'information au sein d'un groupe social ; enfin, « les leaders d'opinion sont plus exposés aux mass media que ceux qu'ils influencent » (*id.* : 712). Ainsi, Elihu Katz conclut-il à une influence sélective et limitée des médias (figure 6).

Figure 6. La formation intellectuelle du paradigme des effets indirects et limités.



1.1.4. Le paradigme de la culture de masse à Francfort

La présentation d'un paradigme concurrent à ceux que nous venons de voir nécessite un retour en arrière. En Allemagne, en 1930, un groupe d'intellectuels fonde l'Institut de recherche sociale à l'université de Francfort : on parle alors du courant de pensée de l'École de Francfort⁵⁷. Theodor Adorno et Max Horkheimer (1974), qui en sont les représentants principaux, ont initié un modèle de la domination idéologique imposée par les médias, envisagés dans le cadre du concept de l'industrie culturelle – c'est-à-dire une culture de masse mécanique et automatisée. Leurs travaux constituent les bases de la conception critique des médias de masse, résumées par Éric Maigret (2003a : 67) : « Les médias de masse, gérés comme des industries, exercent une séduction permanente car ils soulagent, détendent, font rêver et espérer. Les stéréotypes qu'ils véhiculent réduisent la complexité du monde et plaisent par leur monotonie rassurante. Les modèles d'identification qu'ils proposent ne sont que des dérivatifs dérisoires, des moyens de rester enfermé dans un état de passivité sans fin ». Mais, il ne s'agit pas de penser la réception en terme de réaction à des stimuli comme le fait le courant behavioriste.

Précisément, pour Theodor W. Adorno (1997 : 50), le rapport entre l'industrie médiatique – notamment celle de la télévision – et ses spectateurs fonctionne autour de trois idées : la reproduction, la standardisation et la stéréotypie. D'abord, les significations des messages, qui émanent le plus souvent de collectifs d'individus (première forme de masse), sont de l'ordre de l'opinion commune : elles renforcent « des attitudes conventionnellement rigides et "pseudo-réalistes" ». Aussi, « la majorité des émissions télévisées visent aujourd'hui à produire, ou au moins à reproduire, la suffisance, la passivité intellectuelle et la crédulité qui semblent s'accorder avec des credos totalitaires ». Ensuite, la standardisation des contenus entraîne une prédétermination des réceptions. En effet, les formes génériques de production

⁵⁷ Pour une présentation des origines intellectuelles du paradigme critique, voir K. C. Schroder, 1997. Celui-ci explique notamment (*ibid.* : 781) : « Analysant les médias dans une perspective fondamentalement humaniste, les praticiens du paradigme "oppositionnel" ont été recrutés principalement dans les milieux des études culturelles et des départements littéraires et cinématographiques, bien qu'un petit nombre de sociologues rebelles se soient également fait entendre. Leur inspiration s'est appuyée plutôt lourdement sur les traditions théoriques européennes, en incorporant la pensée politique de Marx, Althusser et Gramsci, les théories culturelles de chercheurs aussi différents que Adorno, Habermas, Raymond Williams et Stuart Hall et des considérations psychologiques basées sur Freud et Lacan – sans parler des travaux fondateurs de Levi-Strauss et de Roland Barthes ».

télévisuelle tendent à être des standards facilement repérables par les usagers ; la réception de ces derniers est alors déterminée par les codes caractéristiques du modèle : « Ces formes sont devenues des formules qui, dans une certaine mesure, prédéterminent les schèmes comportements du spectateur avant même qu'il soit confronté à un quelconque contenu spécifique, et conditionnent largement la manière dont tout contenu spécifique est perçu » (*ibid.* : 53). Enfin, les stéréotypes, produits par le phénomène de standardisation, ont pour effet de renforcer les « idées préconçues » et les « clichés » des individus, *i.e.* leurs représentations.

La direction empruntée par les théoriciens de Francfort au niveau de la recherche sur les effets des communications de masse est très liée à leur histoire personnelle, comme l'explique Éric Maigret (2003a : 68-69). D'une part, ils ont assisté à la montée du nazisme et à sa propagation *via* les moyens de communication de masse. D'autre part, l'exil forcé pour ceux d'entre eux qui étaient juifs « les a contraint à se heurter à une culture populaire américaine dérangeante pour des intellectuels » ; au point que Theodor Adorno « éprouvait une véritable aversion à l'égard de la radio, du cinéma, et des genres considérés alors comme "populaires" ».

1.1.5. Effets de la circulation des hommes et des idées

La formation de trois paradigmes distincts est liée à l'évolution de courants de pensée de génération en génération, comme l'ont indiqué les figures 5 et 6. Elle résulte aussi de polémiques et de ruptures entre les auteurs. Certains d'entre eux avaient une bonne connaissance des différents travaux – due à la circulation de certains acteurs entre l'Europe et les États-Unis –, ce qui leur permet d'écrire des argumentaires fondés. En rédigeant *L'opinion et la foule*, Gabriel Tarde s'oppose explicitement au contenu du *Psychologie des foules* de Gustave Le Bon ; John Dewey condamne les écrits de Walter Lippmann. Les travaux de Gabriel Tarde sont introduits aux États-Unis par Robert Park ; ceux de Ivan Pavlov le sont par le russe émigré en France Serge Tchakhotine. Arrivé aux États-Unis en 1935, Paul Lazarsfeld a accès aux travaux conduits à Chicago et il se familiarise également à ceux de l'École de Francfort au contact de ses représentants, eux aussi émigrés.

De plus, l'échec de collaborations est un facteur permettant de comprendre la formation de courants de pensée opposés. Dans les années 30, les chercheurs juifs Max Horkheimer et Theodor Adorno sont révoqués de l'Institut de recherche sociale à Francfort et trouvent refuge à Columbia, où ils côtoient Paul Lazarsfeld, lui-même émigré autrichien. Armand et Michèle Mattelart (1995 : 41) rapportent une tentative de collaboration entre ce dernier et Theodor Adorno : « Musicologue autant que philosophe, ce dernier répond à l'invitation de Paul Lazarsfeld qui lui offre de collaborer à un projet de recherche sur les effets culturels des programmes musicaux à la radio [...]. Lazarsfeld, à travers cette collaboration, espère "développer une convergence entre la théorie européenne et l'empirisme américain". [...] Cet espoir sera frustré. La collaboration prend fin dès 1939. L'opposition des deux mentalités se révèle insurmontable »⁵⁸.

1.1.6. Quelle appropriation de la pensée nord-américaine en France ?

Dans les années 50, la sociologie française connaît une période de transition ou de « refondation » pour reprendre les propos de Jean-Christophe Marcel (2004). La discipline est en crise, explique-t-il ; notamment, elle est en rupture avec les paradigmes durkheimien et marxiste qui la dominaient jusqu'en 1945. Les sociologues sont en quête de nouveaux repères : les États-Unis – ou les sociologues du « Nouveau Monde » – constituent alors un vivier théorique potentiel, au point que « leurs travaux deviennent de fait une référence incontournable » (*ibid.*). En réalité, l'influence américaine s'est exercée dans un double mouvement : pour les Français, il s'est agi d'importer une pensée tout en essayant d'en construire une, personnelle. Les sociologues de l'Hexagone de cette période, ont, pour la plupart, étudié ou voyagé aux États-Unis : Jean-Christophe Marcel (*id.*) rapporte que « Jean Stoetzel, Mendras, Alain Touraine [y] ont fait leur voyage d'initiation », Georges Friedmann y a effectué une mission en 1949, etc. À leur retour en France, ces chercheurs diffusent les travaux nord-américains ; par exemple, en 1947, le russe établi en France Georges Gurvitch publie *La sociologie au 20^e siècle*, un recueil de textes sociologiques – en majorité d'auteurs américains – édité une première fois à New-York deux ans plus tôt.

⁵⁸ Après la guerre, M. Horkheimer et Th. Adorno retournent à Francfort, tandis que P. Lazarsfeld poursuit ses travaux à New York.

Qu'en est-il précisément de l'appropriation de la pensée américaine au niveau des recherches sur les communications de masse, émergentes ? Qu'ont fait les chercheurs français du paradigme des effets puissants, des interrogations naissantes à Chicago sur les foules⁵⁹ et des résultats des enquêtes empiriques conduites par Paul Lazarsfeld, compte tenu de l'influence parallèle des théories de Francfort sur la culture de masse ? Avant de traiter ces questions (chapitre 2), il convient, d'une part, de saisir le contexte social et industriel français des années 50, dans lequel les téléspectateurs sont apparus ; d'autre part, il est nécessaire de présenter les fondements des enquêtes sur les usagers des médias.

1.2. L'industrie télévisuelle naissante et ses téléspectateurs

1.2.1. Engouement public pour la télévision

En France, trois décennies séparent la première diffusion expérimentale d'images de télévision (1932) de la généralisation de l'équipement : 1 % des foyers équipés en 1954, 40 % dix ans plus tard et on considère que plus de la moitié des habitations sont équipées en 1965⁶⁰. Entre ces deux dates, les émetteurs se sont multipliés (d'abord dans les grandes villes), les programmes se sont diversifiés (au premier journal télévisé de 1949 se sont ajoutées les retransmissions d'événements sportifs, culturels et sociaux, les émissions culinaires, littéraires, les variétés, voir Michel, 1995 : 28-39), et le prix des postes a baissé peu à peu. Mais, l'ensemble a été réalisé lentement en comparaison des situations dans d'autres pays comme les États-Unis, la Grande-Bretagne et la République Fédérale d'Allemagne (RFA)⁶¹. Certes, la Seconde Guerre mondiale et l'occupation allemande de l'Hexagone ont provoqué une rupture dans l'évolution du média (arrêt des programmes, émetteur sabotés par les français afin que les occupants ne l'utilisent pas). Mais, la situation spécifique de la France est surtout l'effet d'un

⁵⁹ À ce sujet, J.-C. Marcel (2004) parle d'une « bienveillance à l'égard des interactionnistes de la "première école de Chicago" ».

⁶⁰ Source : *Une histoire simple du téléspectateur*, documentaire audiovisuel en 2 parties (co-production AMIP-France 5-INA, avec la participation du Centre National de la Cinématographie et le soutien de la Procirep), première diffusion les 26 décembre 2003 et 02 janvier 2004.

⁶¹ Par exemple, en 1956, 97 % de la population britannique peut recevoir un signal télévisuel contre 50 % en France ; la même année, on compte 2 récepteurs pour 3 foyers américains ; les allemands de l'ouest possèdent 2 fois plus de téléviseurs que les français.

ensemble de facteurs, notamment politiques et économiques : « Les lenteurs des pouvoirs publics français à se lancer dans une politique de construction de réseaux et les faiblesses structurelles des industries de l'électronique (freinées par le coût élevé de l'importation de certaines pièces nécessaires à la production des téléviseurs), associées aux difficultés économiques générales de l'immédiat après-guerre et la définition des priorités économiques, expliquent sans doute ces retards » (*ibid.* : 26).

Cette situation d'attente – les programmes existent mais tous ne peuvent pas les voir – a créé un engouement paradoxal pour le média : tout en craignant leurs effets, on avait hâte que la télévision soit accessible pour tous, et déjà, la recherche de satisfaire le plus grand nombre animait l'industrie télévisuelle (voir Balle, 1980 : 729-738 ; Brochand, 1994 : 567-572 ; d'Almeida, Delporte, 2003 : 139-180).

1.2.2. Le service de relation avec les spectateurs

Avant que les programmes – qui se diversifient progressivement – ne soient accessibles à tous (*i. e.* diffusables techniquement dans toute la France) et avant qu'une majorité de foyers ne soit équipée, la télévision, industrie naissante, s'intéresse – déjà, pourrait-on dire – à ses téléspectateurs. En 1954, la Radiodiffusion et Télévision française (RTF, créée en 1949 en remplacement de la Radiodiffusion française RDF) met en place un service de relation avec les auditeurs et téléspectateurs⁶² (voir Méadel, 2001 : 125), tandis que la diffusion des quelques programmes (on recense 40 heures de programmes hebdomadaires cette année) est encore faible (en 1958, moins de la moitié des français peut recevoir les images) et les foyers peu équipés (en 1956, on compte un poste pour 17 foyers). Concrètement, des enquêtes sont menées à domicile, des questionnaires sont distribués et des sondages téléphoniques sont organisés, comme l'explique Cécile Méadel (1998 : 65) : « Les questions posées ne portent pas seulement sur le comportement des téléspectateurs (à quel moment regardent-ils la télévision et pendant combien de temps ?), mais elles concernent tous les aspects de leurs relations avec le poste : "Votre récepteur complète-t-il agréablement le décor de votre intérieur ?" [...] ;

⁶² Nous verrons, dans le chapitre 4, que le service de relation avec les auditeurs et les téléspectateurs constitue un ancêtre de l'institut Médiamétrie, chargé, à l'heure actuelle, de la mesure de l'audience des médias en France.

et surtout elles visent à obtenir du téléspectateur un jugement sur la qualité de la télévision. Les interviewés doivent attribuer une note de satisfaction aux émissions, aux animateurs et journalistes, à la grille et à son rythme, aux innovations, à la qualité de la réception... ». On voit qu'une attention particulière est portée à la manière dont le média s'intègre dans la vie quotidienne et domestique des individus.

Ainsi, la question de la réception est-elle très présente dès les premières heures de l'industrie télévisuelle : « Avant même que la télévision ne rende publiques ses mesures d'audience, les représentations statistiques du téléspectateur prolifèrent » (*ibid.* : 64). Dans le même temps, elle commence à se diffuser, par exemple, dès 1956, Jean Oulif⁶³, qui a dirigé le service de relation avec les auditeurs et les téléspectateurs jusqu'en 1972, écrit sur « L'opinion des téléspectateurs et son approche ».

1.2.3. Télévision et politique : un outil d'influence

En France, notamment à partir du moment où elle acquiert une dimension collective⁶⁴ jusqu'à l'éclatement de l'ORTF en sociétés indépendantes au moins (1974), la télévision a été utilisée par les gouvernements successifs pour transmettre des informations, voire des messages politiques. Les autorités espéraient que le média ait une influence sur les individus plutôt que de la craindre. D'une part, ceci s'est traduit par une ingérence forte dans le fonctionnement et les contenus de la télévision, afin d'avoir un contrôle optimal sur ce qui était diffusé, *i.e.* ce qui allait influencer les français. L'intervention de l'État a adopté des formes plurielles, d'autant qu'elle s'est manifestée à l'égard de la télévision successivement à des années d'ingérence dans les journaux de presse⁶⁵ et à la radio : nomination de personnalités proches du gouvernement à des postes clefs (directeur de l'information, directeur de la RTF⁶⁶ puis

⁶³ Pour une présentation de J. Oulif, voir l'article écrit par son successeur J. Durand (2004).

⁶⁴ En 1953, le succès de la diffusion, en direct, du couronnement de la Reine d'Angleterre confère à la télévision une qualité supplémentaire : « Le média [...] permet la participation d'une multitude à un même événement » (Bertho Lavenir, 2000 : 217).

⁶⁵ À la Libération, l'action de l'État sur le paysage de la presse a été perçue de manière positive, dans la mesure où elle s'est inscrite dans un projet consistant à rebâtir l'information ; par exemple, il s'agissait de supprimer les journaux qui avaient supporté Vichy, *i.e.* servi les intérêts des occupants et trahi la France (voir d'Almeida, Delporte, 2003 : 139-145).

⁶⁶ En 1959, aux débuts de la V^e République, une ordonnance définit juridiquement le monopole de la RTF et la dote d'un budget autonome. « Néanmoins, son indépendance est réduite. Elle demeure sous l'autorité

de la RDF), pratique de l'autocensure (déférence à l'égard des hommes de la majorité, lecture sans commentaires de communiqués émanant des pouvoirs publics, présentation des programmes aux représentants de l'État avant diffusion), rattachement du journal télévisé au service de l'information (1956), coups de fil réguliers des ministres au directeur de la RTF, rappels à l'ordre voire éviction de journalistes, suppression d'émissions. En 1963, cette série d'actions se traduit par la création du Service de liaisons interministérielles pour l'information (SLII), « chargé de centraliser les exigences des différents ministères en matière d'information à la RTF et de donner chaque matin des consignes formelles aux responsables de la radio et de la télévision, convoqués au ministère de l'Information » (d'Almeida, Delporte, 2003 : 192). Si, au début, cet ensemble d'actions est perçu par l'opinion publique de manière positive – « Dans le contexte de la Libération et du rejet de Vichy, c'est sur l'action de l'État républicain que les hommes de médias comptent pour reconstruire l'appareil médiatique français » (*ibid.* : 150) –, celle-ci se dégrade à mesure de l'ingérence croissante des gouvernements. Ce, au point d'entraîner un déficit d'intérêt et de légitimité – l'information n'est plus considérée comme objective – pour la télévision, généralisé à l'ensemble de la population à partir de la fin des années 60 (voir le chapitre 3).

D'autre part, les hommes politiques ont véritablement utilisé la télévision à des fins d'influence de l'opinion publique. En plus d'interventions fréquentes du président du Conseil puis du chef de l'État, ceux-ci ont monté des campagnes de communication, dont le média audiovisuel était le support privilégié. Fabrice d'Almeida et Christian Delporte (2003 : 183) expliquent comment, à son retour au pouvoir en 1958, le général de Gaulle devait « disposer d'instruments d'information propres à peser massivement sur l'opinion » afin de susciter l'adhésion et la popularité auprès du plus grand nombre. Non seulement le président de la République a alors multiplié les interventions en direct, mais il a aussi appris, rapportent les auteurs (*ibid.* : 189), ce qu'Eliseo Veron (1983) a nommé « le regard caméra ». La télévision devient alors « la Voix de la France » (Bertho Lavenir, 2000 : 216-217). De plus, l'efficacité de ces transmissions d'information était mesurée *via* des sondages commandés à l'Institut français d'opinion

du ministre de l'Information, et son directeur comme ses adjoints sont nommés en conseil des ministres, qui veille à désigner des individus politiquement sûrs » (d'Almeida, Delporte, 2003 : 183)

publique⁶⁷ (Ifop). Autrement dit, l'influence de la télévision était considérée *a priori* et elle était évaluée *a posteriori*.

1.3. Prémises des recherches sur les téléspectateurs

Avant d'être – et tout en étant – des téléspectateurs, les individus sont des auditeurs de radio, des lecteurs de presse et des spectateurs de films cinématographiques⁶⁸ (voir Jost, 1999 : 9-11). Comment les interrogations sur les téléspectateurs se sont-elles conjuguées avec les recherches sur les usagers de la radio, de la presse, et du cinéma ? Dans les années 50, la réflexion théorique sur la télévision naît sur le mode d'une « spécificité télévisuelle » établie à partir de démarcations, vis-à-vis de la radio puis du cinéma (Lochard, Soulages, 1998 : 17)⁶⁹. La question de la réception de la télévision, quant à elle, a émergé à partir d'un terrain existant constitué des travaux sur d'autres pratiques spectatoriennes, pré-existantes à celles des téléspectateurs, menés d'abord à l'étranger puis en France. Par exemple, nous avons déjà cité le programme de recherche sur les effets sociaux du cinéma (les *Payne Fund Studies*) ; signalons aussi l'existence du Bureau de recherche sur la radio aux États-Unis, qui lance le *Princeton Radio Project* en 1938, dont la responsabilité est confiée à Paul Lazarsfeld (voir *supra*)⁷⁰. Par

⁶⁷ L'Ifop a été créée en 1938 par J. Stoetzel, professeur de psychologie sociale à la Sorbonne, après que celui-ci ait pris connaissance de l'institut fondé par G. Gallup aux États-Unis. Peu à peu, l'Ifop a développé un panel d'outils permettant de conduire des sondages et études afin d'évaluer les opinions et les attentes des individus (voir le site www.ifop.com). Notons que, pour J.-C. Marcel (2004), J. Stoetzel est un des importateurs importants de la sociologie américaine en France, dans la mesure où les techniques d'enquête qu'il met en place à l'institut sont directement appliquées de la méthode des sondages de l'américain G. Gallup avec laquelle il se familiarise durant un voyage d'étude à Columbia : « Avec l'Ifop c'est à la fois une méthode d'investigation scientifique, mais aussi de nouvelles façons de penser la société que Stoetzel ramène d'Amérique ».

⁶⁸ Dans de nombreux cas, les premières réceptions de la télévision ont été des expériences collectives. Dans les années 50, des programmes étaient diffusés dans des salles de cinéma ou des lieux publics ; des quartiers ou villages finançaient l'achat d'un poste autour duquel les habitants se regroupaient (le phénomène du « Télé-club », voir Michel, 1995 : 20) ; parfois, les habitants eux-mêmes organisaient une souscription pour l'acquisition de l'appareil (Source : *Une histoire simple du téléspectateur*, documentaire audiovisuel en 2 parties (co-production AMIP-France 5-INA, avec la participation du Centre National de la Cinématographie et le soutien de la Procirep), première diffusion les 26 déc. 2003 et 02 janv. 2004).

⁶⁹ Sur ce thème, G. Lochard et J.-Cl. Soulages (1998) citent les écrits de P. Benoist (1953), *Télévision, un monde qui s'ouvre* ; M. Cassirer (1954), *La télévision dans le monde* (Éd. Unesco) ; H. Bazin (1954), « Pour contribuer à une érotologie de la télévision », *Cahiers du Cinéma*, 42, pp. 23-76 ; G. Cohen-Séat, P. Fougereyrollas (1961), *L'action sur l'homme : cinéma et télévision* (Éd. Denoël).

⁷⁰ En France, il s'agit surtout d'enquêtes statistiques menées par l'Institut national de la statistique et des études économiques (Insee, organisme né de la fusion du Service national des statistiques avec les services d'études économiques et de documentation du ministère de l'Économie nationale en 1946), puis

la suite, les publics de télévision ont pu focaliser l'attention des enquêteurs professionnels et des chercheurs, au détriment parfois des autres médias⁷¹ ; mais, que ce soit au niveau de l'étude quantitative des audiences ou de celle, qualitative, des comportements, les investigations autour de la radio, la presse et du cinéma ont nourri celles sur la télévision, tant au niveau des méthodes que de leurs résultats (et des réflexions que ceux-ci ont suscité).

1.3.1. Curiosité à l'égard des médias

Nous avons vu, *supra*, qu'une tendance générale d'étude de l'influence des moyens de communication de masse se met en place progressivement, surtout entre les années 30 et 60, notamment en réaction à l'utilisation des médias (presse, radio, cinéma) comme outils de propagande durant les deux Guerres mondiales. Il se traduit par la formation de trois paradigmes de recherche. Il faut souligner que, si « dès les années 30, on s'inquiète de l'influence que peuvent avoir sur la jeunesse le cinéma et les modèles de vie et de comportement qu'il propose » (Ethis, 2005b : 11) – la question est transposée à la télévision deux décennies plus tard (voir le chapitre 2) – il s'agit aussi d'un mouvement animé par une curiosité enthousiaste pour les médias et leurs consommateurs. Par exemple, en 1956, Jacques Durand (1958) a rédigé une thèse – en sciences économiques – sur les publics de cinéma ; il explique dans un entretien (2 février 2005) que son choix correspond à un contexte social et intellectuel : « C'était un peu bizarre d'avoir pris ça comme sujet, je ne me souviens plus précisément pourquoi j'ai fait ce choix ; mon patron de thèse me conseillait de faire des études sur la demande au cinéma, le public. À l'époque je suivais l'activité des cinés-clubs, j'avais écouté André Bazin... Il y avait un

par l'Ifop (voir la note de bas de page 67). L'Organisation des nations unies pour l'éducation, la science et la culture (Unesco) a aussi participé à ce mouvement en commanditant des travaux, notamment sur le rôle de la télévision en terme d'éducation (*e.g.* Dumazedier, 1955) (voir le chapitre 2).

⁷¹ Cette assertion est fondée sur les discours diffusés sur le sujet, principalement dans les manuels sur les médias. Citons, par exemple, l'explication de R. Rieffel (2001 : 133) : « Les travaux sur la réception qui se sont accumulés ces dix ou quinze dernières années portent essentiellement sur la télévision. Ce fait ne doit rien au hasard : comme le petit écran a pris une importance croissante dans notre vie quotidienne et que le nombre des chaînes de télévision a lui aussi sensiblement augmenté, il n'est pas surprenant de constater l'intérêt manifesté par les chercheurs à l'égard du comportement des téléspectateurs, plutôt que des lecteurs ou des auditeurs ». Ceci dit, nous n'avons pas évalué le traitement scientifique d'autres pratiques spectatorielles durant la seconde moitié du XX^e siècle. Cependant, il est à noter que, dans les années 2000, les travaux sur la réception de la radio se sont multipliés, voir Cheval (2003), Glevarec (2005), Meyer (2003) ; on trouve également des réflexions sur les publics de cinéma (Ethis, 2005a, 2005b ; Sorlin, 2004) ainsi que sur les lectorats (Blandin, 2004 ; Odul, 2004).

contexte qui faisait que cela me paraissait intéressant d'étudier les publics de cinéma ». L'étude a été publiée deux ans plus tard sous le titre *Le cinéma et son public* (aux éditions Sirey).

1.3.2. Compter et connaître les téléspectateurs

- *Le recours aux enquêtes qualitatives*

À l'heure actuelle, on reproche aux études professionnelles sur l'audience des médias d'être trop quantitatives, en résumé de s'intéresser davantage à la capacité d'un programme/titre de presse à être vu/acheté par le plus grand nombre qu'à sa qualité. En ce qui concerne la presse et le cinéma, l'évaluation du nombre des usagers semble assez rapide et simple, dans la mesure où il suffit – pourrait-on dire – de comptabiliser le nombre d'exemplaires ou de tickets vendus. En 1922, la mesure de la quantité de journaux achetés par les français, et le recensement des lieux de distribution sont effectués par un Office de justification des tirages, nommé Office de justification de la diffusion en 1946. Puis, à la fin des années 50, « sont conduites les premières enquêtes sur les lectorats. L'initiative en revient aux annonceurs, soucieux de mesurer la rentabilité de leurs investissements dans la presse » (d'Almeida, Delporte, 2003 : 174). Pour la radio et la télévision, on s'est vite aperçu que, si des chiffres existent sur la quantité de postes possédés, ils ne permettent pas d'évaluer aussi précisément la nature du public. C'est pourquoi, les premières enquêtes sur les auditeurs ont consisté à connaître avant de compter. Dès les années 30, des entretiens (en face à face ou par téléphone) sont menés aux États-Unis auprès des lecteurs de presse écrite et des auditeurs de radio : « Il s'agissait de mieux connaître l'étendue et la composition du public touché par la lecture des journaux » (Rieffel, 2001 : 119). En ce sens, les recherches sur les téléspectateurs tirent davantage leurs origines des problématiques développées à l'issue de ces dernières. Dans les années 50, les différents médias partagent les outils de mesure disponibles : durant les premières années de son existence, le Service de relation avec les auditeurs de la RTF (voir *supra*) est associé au Service des relations avec la presse (Durand, 2004 : 138) pour la conduite d'enquêtes. En 1956, la création du Centre d'étude des supports de publicité (CESP, voir le chapitre 4) traduit une mise en commun de moyens et de techniques pour l'étude des audiences

entre les industries de la presse, de la radio et de la télévision ; mais, peu à peu la presse développe ses propres instruments et indicateurs (Chaniac, 2003b : 39).

Ainsi l'évaluation des comportements et des attentes des premiers téléspectateurs français s'effectue-t-elle sur le modèle de celle des usagers de la radio, en vigueur depuis les années 40⁷². Elle se caractérise par une relative diversité, compte tenu des moyens technologiques disponibles à ce moment-là. Nous en avons évoqué une partie de l'institutionnalisation avec la création du Service des relations avec les auditeurs et les téléspectateurs. Plus précisément, les outils utilisés sont : le courrier, qu'il soit spontané ou provoqué, le questionnaire par téléphone et les journaux d'écoute rédigés quotidiennement par les individus. En réalité, durant les années suivantes, seule l'utilisation de l'audimètre a constitué une innovation car les mesures de l'audience ont été effectuées à partir de cette base d'outils, peu à peu affinés (voir le chapitre 4).

- *Utilité et utilisation des données d'audience. Un débat ancien*

Dans les années 50, l'utilité et l'utilisation des données recueillies auprès des auditeurs sont l'objet d'un débat public (voir Brochand, 1994 : 589-590). Celui-ci s'articule autour de deux arguments : pour les uns, la connaissance des goûts et des attentes des auditeurs est nécessaire, elle doit servir à ajuster l'offre des programmes ; pour d'autres, la radio doit satisfaire sa mission, *i. e.* distraire et éduquer, en proposant une variété d'émissions, plébiscitées ou non par les usagers : « Il ne s'agit pas tant pour elle de connaître que de modifier et d'élever le goût du public » (*ibid.* : 589). Il est intéressant de voir comment cette controverse anime à l'heure actuelle les écrits académiques sur l'audience de la télévision. Les arguments sont repris dans un dossier sur « L'audience » publié en 2003 dans la revue *Hermès*, au point qu'ils en organisent le sommaire. En effet, une partie intitulée « Programmer en régime concurrentiel » est suivie d'une autre sur « L'audience comme outil de connaissance du public ». D'une part, des auteurs développent différents points de vue sur l'opérationnalité des résultats d'audience dans les choix de programmation (Cottet, 2003 ; Macé, 2003 ; Mougeotte, 2003) ; d'autres dénoncent cette logique et prônent la diversité de l'offre même si elle correspond pas au désir d'une majorité (Champagne, 2003). D'autre part, l'utilité des enquêtes pour une

⁷² Les enquêtes sont principalement réalisées par la RTF. Mais, elles se développent aussi dans des instituts : à partir de 1949, l'Ifop mène chaque année une série d'études sur l'audience de la radio.

meilleure connaissance des publics est vantée (Benoit, 2003), à condition d'une utilisation adéquate des outils et des indicateurs (Souchon, 2003).

Chapitre 2. Premiers textes dans le champ académique

À partir des années 60, les préoccupations sur les téléspectateurs investissent le champ académique, mais de manière éphémère. Ceci est rendu possible parce que les usagers se manifestent eux-mêmes et parce que la télévision occupe une place de plus en plus importante au sein de la société française. Principalement, les réflexions s'organisent autour de deux problématiques : celle de la place de la culture à la télévision, et celle des effets des images auprès des enfants. Cette dernière, accompagnée de la question de la violence, sont à l'origine d'une longue tradition d'étude ; la première enquête empirique menée dans un cadre académique s'inscrit dans cette perspective.

Pendant quelques années, ces problématiques rencontrent un cadre institutionnel émergeant, le Centre d'étude des communications de masse, ainsi qu'un outil de diffusion, la revue *Communications*. Mais, le Cecmas ne dispose pas de programme fort de recherche sur les médias de masse, bien que de telles ambitions lui aient été prêtées *a posteriori* dans le champ scientifique. Cependant, il constitue le lieu d'une formation intellectuelle.

La décennie des années 60 est celle de la naissance de l'objet dans le champ académique : nous recensons les premières publications de notre corpus à ce moment-là (voir la figure 7 et le tableau 5). Mais, d'autres écrits sur les téléspectateurs ont pu être publiés avant (souvent hors des frontières académiques). En ce sens, une première période peut être identifiée, entre 1964 – date de la publication du texte le plus ancien que nous avons recensé et début du corpus étudié – et 1974. Après cette année, une carence apparaît dans notre recueil. Les lacunes de notre sélection sont certainement les plus repérables pour cette période, en raison notamment d'un archivage aléatoire, mais aussi d'une faible reprise des travaux par les chercheurs plus contemporains. Dans ce chapitre, nous présentons les facteurs qui ont favorisé cette « naissance ».

Figure 7. Évolution des publications sur les téléspectateurs (1964-2004).

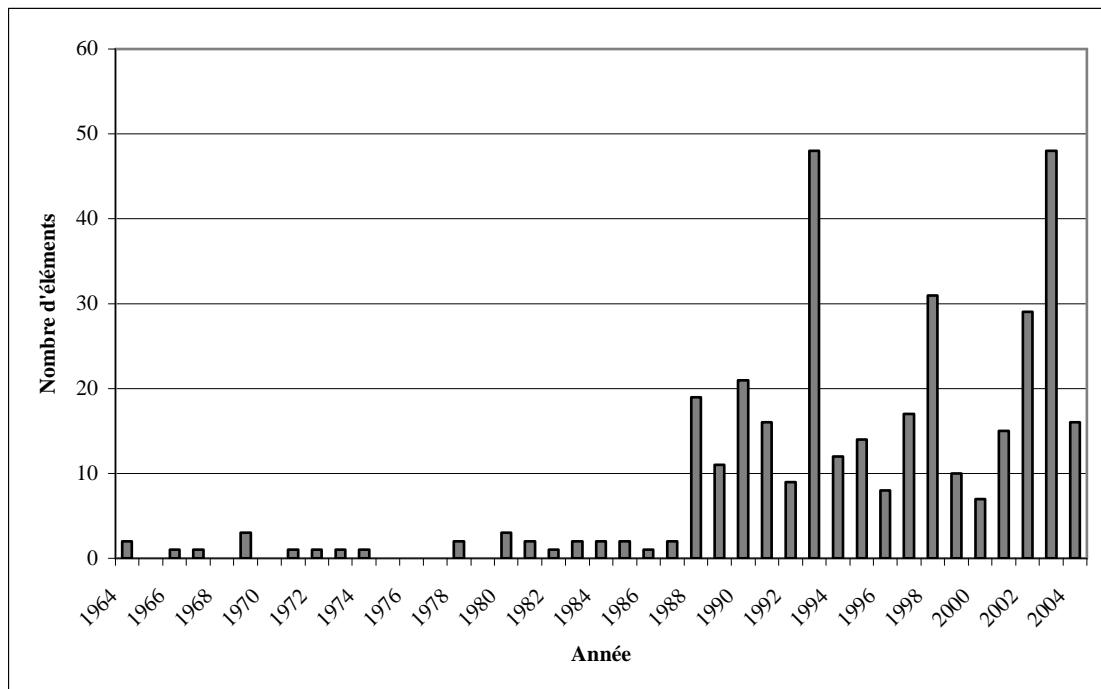


Tableau 5. Publications sur les téléspectateurs en France (1964-1974).

Année	Reuves (articles)	Contribution à un ouvrage collectif	Reuves (dossier)	Ouvrages Ouvrages collectifs
1964	- Friedmann G., La télévision vécue, <i>Communications</i> , 3	- Friedmann G., La télévision vécue, in : Friedmann G., dir., <i>Ces merveilleux instruments</i>		
1966	- Glucksmann A., Les effets des scènes de violence au cinéma et à la télévision, <i>Communications</i> , 7			
1967	- Friedmann G., Télévision et démocratie culturelle, <i>Communications</i> , 10			
1968				
1969	- Gurevitch M., L'attente du public : l'exemple de la télévision israélienne, <i>Communications</i> , 14 - Wangermée R., Publics et culture en télévision, <i>Communications</i> , 14			- Souchon M., <i>La télévision des adolescents</i>
1971	- Champagne P., La télévision et son langage : l'influence des conditions sociales de réception sur le message, <i>Revue Française de sociologie</i> , 12			
1972				- Guy Gauthier, Philippe Pilard, dirs, <i>Télévision passive, télévision active</i>
1973				- Michel Souchon, dir., <i>Anatomie d'un feuilleton : François Gaillard</i>
1974				- Cazeneuve J., <i>L'homme téléspectateur</i>

2.1. Recherches sur les médias de masse et recherches sur les téléspectateurs

Avant les années 60, en France, la recherche sur la télévision émane de témoins et d'acteurs plutôt proches de l'industrie télévisuelle – nous l'avons esquissé dans le précédent chapitre. Il s'agit de commentaires, présentations et réflexions sur les contenus, les effets des programmes, la place de la télévision dans la société, les usagers, etc. Les énoncés n'ont pas à proprement parler une vocation scientifique, dans la mesure où ils ne sont pas produits dans le cadre des institutions universitaires et académiques, mais dans celui du champ professionnel. Ceci dit, ils ont un caractère savant, comme l'explique Cécile Méadel (1999) au sujet des *Cahiers d'étude de Radio-Télévision*, lieu important de leur diffusion entre 1954 et 1960. La publication est le fait du Centre d'études de radio-télévision (l'ancêtre de l'Institut national de l'audiovisuel, voir le chapitre 4), aux éditions RTF-Presses universitaires de France puis Flammarion : « L'objet est défini et la revue s'y tiendra strictement : la radio surtout et dans une moindre mesure la télévision. Sous la couverture austère des Presses universitaires de France, les *Cahiers* s'inscrivent clairement dans le registre des revues savantes, avec ses figures obligées : communications de colloque, comptes-rendus d'ouvrages, bibliographies, notes de bas de page. Les auteurs sont diversifiés : des universitaires comme Joffre Dumazedier, Abraham Moles ou Georges Friedmann, des intellectuels tels Jean Cassou ou Jean Paulhan, mais aussi des professionnels (du Club d'essai ou pas), comme Paul Gilson, Roger Lutigneaux, Bernard Blin, Georges Emmanuel Clancier, le musicien Michel Philippot... En dépit des liens avec l'institution, les autorités administratives interviennent peu [...]. L'approche est internationale et les expériences étrangères souvent étudiées et confrontées. Les liens avec le Club d'essai sont néanmoins forts : la revue rend compte des travaux du Centre d'études radiophoniques de la RTF comme le colloque *Musique et radio*, les recherches sur la radio et l'enfant (sous la direction de Robert Prot) ou sur la voix humaine (avec Étienne Fuzellier). La revue s'intéresse aux aspects intellectuels, artistiques, éventuellement professionnels de la télévision et de la radio. La politique et l'économie sont absentes de ses préoccupations, comme elles le sont alors également de la quasi-totalité des recherches sur ces objets ».

Dans les années 60, la télévision arrive dans le champ scientifique : « Si la sociologie américaine porte son attention sur les médias de masse et la culture de masse dès les années 30, c'est seulement dans les années 60 que la sociologie française lance les premiers travaux destinés à intégrer dans la tradition sociologique ce nouvel objet social » (Macé, 2001). Cela se traduit notamment par la publication d'un « Que sais-je » *Sociologie de la radio-télévision* écrit par Jean Cazeneuve en 1962⁷³. La question des effets est très liée à la problématique de la télévision, aux États-Unis dès les années 30, en France, plus tard. Ainsi la décennie est-elle celle de la naissance académique de l'objet « téléspectateurs ». Ceci ne signifie pas que c'est la première fois que l'on s'interroge sur les effets de la télévision ou sur les pratiques téléspectatorielles en France ; mais, c'est le moment où ces réflexions investissent le champ académique : notamment, elles sont l'objet d'une recherche doctorale (voir *infra*) et sont diffusées dans une revue scientifique.

Évidemment, en parallèle, les travaux se poursuivent au sein du champ professionnel ; ils sont aussi souhaités par l'État. Par exemple, en 1964, le Bureau des études et recherches du ministère des Affaires culturelles commande une enquête au Service de la recherche de l'ORTF sur les effets de la télévision auprès des ouvriers et des paysans. Le sociologue Michel Crozier, chargé de recherches au CNRS, dirige l'étude menée auprès d'un échantillon de téléspectateurs ouvriers et paysans ; celle-ci, dit-il (1966 : 18) a « confirmé cette profondeur de l'impact de la télévision ». Surtout, les entretiens ont révélé un enthousiasme à l'égard du média, perçu comme « une extraordinaire ouverture au monde », parfois freiné par des réactions de « méfiance et de retrait » (*e.g.* des difficultés de compréhension). Les résultats sont diffusés dans un rapport intitulé *Télévision et développement culturel. Les réactions d'un public d'ouvriers et de paysans devant la télévision*, dirigé par Michel Crozier, Jacques Kergoat, Renaud Sainsaulieu et Annette Suffert. Celui-ci a circulé dans les années qui suivent, en témoignent des références d'auteurs, par exemple celle de Robert Wangermée (1969).

À ce sujet, il est intéressant de remarquer que, dans les décennies suivantes, l'utilisation de variables socio-culturelles est assez minoritaire dans l'étude de la réception de la

⁷³ « Que sais-je » est une collection éditée par les Presses universitaires de France. Il s'agit de courts manuels de vulgarisation, le plus souvent à destination des étudiants. De fait, la publication d'un « Que sais je » peut inscrire un objet sur l'agenda académique.

télévision. Les chercheurs s'attachent plutôt à penser un public de télévision dont l'hétérogénéité se situe au niveau des pratiques et des interprétations. Ces dernières années, cette dimension est réintroduite dans les travaux du sociologue Bernard Lahire (2004a, 2004b), qui interroge la production de profils culturels individuels.

2.2. Premières définitions d'un objet scientifique

2.2.1. Manifestations de téléspectateurs

Dès les années 50, plusieurs éléments témoignent d'une activité des téléspectateurs. Par activité, nous entendons non seulement l'idée de « pratiques » – *i. e.* les individus entreprennent autour du média (organisation de diffusion collective, création d'association) –, mais aussi celle de « réactions » – ils expriment leurs opinions et attentes et exercent une influence sur l'évolution des programmes.

- *Les téléclubs*

D'abord, dès les premières diffusions d'émissions de télévision, successivement aux radios-clubs et aux cinés-clubs, des téléclubs voient le jour⁷⁴ (voir Brochand, 1994 : 583-588). Il s'agit de rassemblements d'individus, souvent dans les villages, autour d'un poste de télévision, acquis soit de manière collective (organisation d'une souscription auprès des habitants), soit par la commune. L'objectif est évidemment de suivre les émissions ; mais, les associations sont aussi animées d'une ambition pédagogique, puisque des discussions sont organisées après chaque programme, autour des réactions et ressentis des téléspectateurs : « Pour nombre de responsables en effet, un télé-club ne serait pas digne de ce nom s'il se limitait à la réception des émissions. Il est considéré avant tout comme une association poursuivant des buts éducatifs et culturels. Loin d'être un lieu où l'on se contente de regarder passivement, le télé-club est autant que possible le prétexte à échanges d'idées ayant pour origine le programme »

⁷⁴ La première séance de télé-club a lieu en 1950, à Nogentel, affirme C. Brochand (1994 : 583).

(*ibid.* : 586)⁷⁵. En 1955, ce phénomène du télé-club est l'objet d'une enquête réalisée par Joffre Dumazedier pour l'Unesco : *Télévision et éducation populaire. Les télé-clubs en France*.

- *Les associations de téléspectateurs*

Ensuite, plusieurs associations d'usagers de la télévision se forment, certaines à partir des structures fédératives d'auditeurs de radio existantes : par exemple, l'Association générale des auditeurs (AGA) qui devient, en 1956, la Confédération des associations générales d'auditeurs et de téléspectateurs, Télé-liberté créée en 1964, l'Union nationale des auditeurs de radiodiffusion un an plus tard, l'Union des téléspectateurs (1966) qui est le produit de la fusion entre l'Union nationale des téléspectateurs (UNT), l'Association française des téléspectateurs (AFT) et la Ligue des téléspectateurs français (LFT). Elles connaissent des fortunes diverses en raison notamment d'un manque de moyens financiers. Elles poursuivent des buts variés qui vont du dépannage technique en cas de récepteurs défectueux à l'ambition de participer à la gestion des programmes (dénonciations, prises de position, recommandations auprès de l'État), en passant par l'organisation de dîners avec des personnalités de la télévision.

- *L'envoi de courriers*

Enfin, les individus ont pris l'habitude de se faire entendre auprès de la RTF *via* l'envoi de courriers, au sujet des programmes de radio, puis de ceux de télévision (voir Brochand, 1994 : 593). Certes, les correspondants réguliers ne représentent qu'une minorité des usagers. Mais, les courriers témoignent d'une activité spectatorielle vis-à-vis de l'institution productrice des émissions⁷⁶.

Ainsi, les français expriment-ils eux-mêmes leur capacité de téléspectateurs actifs ; par ce biais, ils mettent à mal, sans le vouloir, la théorie de la seringue hypodermique énoncée par Harold Lasswell (1948) quelques années plus tôt (voir le chapitre 1). Les

⁷⁵ Par la suite, les télé-clubs disparaissent lorsque la pratique télévisuelle se privatise (*i. e.* chaque foyer est équipé d'un poste).

⁷⁶ Ces dernières années, des courriers et des courriels de téléspectateurs ont été des terrains exploités par certains chercheurs pour étudier la réception télévisuelle (voir Aubert, 2006 ; Mehl, 2004 ; Soulez, 2004).

producteurs d'émissions, soucieux d'entrer en contact avec les téléspectateurs, ajoutent un dispositif supplémentaire qui offre aux individus la possibilité de s'exprimer sur et à la télévision : ils les mettent à l'image. Plusieurs programmes proposent des interviews d'inconnus à qui on demande leur opinion sur une situation, un événement, un personnage, etc. (voir Jost, 1999 : 13). Dans les années 90, ce miroir tendu aux téléspectateurs a été l'objet d'étude de la sociologue française Dominique Mehl (1996).

2.2.2. Place de la télévision dans la société française

En 1965, 59 % des Français affirment que la télévision a changé leur vie, rapportent Fabrice d'Almeida et Christian Delporte (2003 : 199). Dès lors, on comprend combien le phénomène pouvait susciter la curiosité des chercheurs en sciences humaines et sociales. La télévision peut devenir une préoccupation qui n'est plus uniquement publique mais aussi scientifique, parce qu'elle se démocratise, elle poursuit son institutionnalisation et elle devient un enjeu politique, sociétal voire économique⁷⁷. Comment ces caractéristiques ont-elles été reprises au sein du champ scientifique et quels en ont été les effets sur les recherches sur les téléspectateurs ? La problématique s'est alors inscrite dans trois axes de recherche : la sociologie des loisirs, l'étude des industries culturelles et celle des médias de masse.

- *Société de consommation et loisirs télévisuels*

La pratique de la télévision se généralise : elle devient un loisir, quasi démocratique⁷⁸, d'autant plus que les programmes sont officiellement animés, pour partie, d'une ambition de distraction (voir *infra* la mission de service public définie pour l'ORTF)⁷⁹. Pour le sociologue Georges Friedmann, cette caractéristique a constitué une porte

⁷⁷ Au cours des années 60, l'évolution de la télévision est de plus en plus liée aux événements sociaux et aux décisions politiques. La décennie est traversée par des interventions des autorités, mesures de censures, grèves et départs de journalistes, qui connaissent leur apogée au moment des événements de 1968 (voir le chapitre 3).

⁷⁸ L'usage quotidien de la télévision n'est pas soumis à un droit d'entrée systématique comme l'est la séance de cinéma ou l'achat d'un journal, pourvu que l'on possède un téléviseur et que l'on ait acquitté sa redevance.

⁷⁹ Le sociologue E. Morin (1962 : 119) a également abordé la question de la télévision comme loisir d'une société de consommation.

d'entrée vers l'étude des médias de masse. Au début des années 60, ce directeur d'études en sociologie à l'École pratique des hautes études est connu et reconnu comme un spécialiste de la sociologie du travail : « La référence de base en sociologie du travail, c'était lui, indiscutablement » assure le sociologue belge Marcel Bolle De Bal (2004 : 55). L'analyse du travailleur face à ses tâches de travail conduit Georges Friedmann à penser cet homme aussi comme un consommateur de biens, de services et de loisirs, lorsqu'il n'est plus face à ses tâches de travail : « Les études de Friedmann sur le travail et la technique l'ont amené à se consacrer aux problèmes de la civilisation technicienne, à ses "phénomènes de masse" : production et consommation de masse ; audience de masse ; apparition du temps de non-travail ; généralisation du loisir » (Mattelart, 1995 : 51).

En effet, durant cette décennie, la France est le théâtre de la naissance d'une société de consommation de masse : l'accès aux biens et aux services se démocratise, avec, par exemple, l'ouverture des premières grandes surfaces et l'arrivée de la télévision dans tous les foyers (d'Almeida, Delporte, 2003 : 198). Hervé Michel (1995 : 42) parle des années 60 comme des « années télévision » ; les programmes deviennent accessibles à une majorité de français, en raison de l'expansion de leur zone de diffusion et d'un nombre croissant de récepteurs : « On passe de 13 % des foyers équipés, en 1960, à 70 % en 1970 » (*ibid.*). À mesure des acquisitions de récepteurs, l'ensemble des téléspectateurs tend à s'homogénéiser (en terme d'équipement, l'écart entre les classes sociales diminue progressivement) : on parle alors d'un grand public. Par ailleurs, les émissions de télévision tiennent une place accrue dans la vie quotidienne et elles sont un objet de socialisation : « Désormais, la télévision contribue à structurer les modes de vie et à nourrir l'univers mental des Français. Les émissions diffusées la veille offrent un fonds commun de références qui alimentent les conversations, suscitent des débats parfois animés sur les lieux de travail, les dîners en ville ou au café du commerce » (d'Almeida, Delporte, 2003 : 199).

Pour Georges Friedmann (1966), les *mass media* font parti d'un ensemble nommé « civilisation technicienne ». D'une part, celle-ci possède des outils de diffusion à grande échelle. Les médias sont des techniques de l'ordre de ce que l'auteur nomme le « machinisme » : ce dernier « transforme chaque jour davantage les conditions d'existence de l'homme, pénétrant tous les instants de sa vie [... et] soumet ainsi

l'individu à une foule de sollicitations, d'excitations, de stimulants naguère inconnus » (*ibid.* : 120). D'autre part, la civilisation technicienne se caractérise par des périodes de non-travail, *i. e.* de temps libre : l'évolution des réglementations sociales en terme d'horaires de travail a libéré des moments où l'individu est disponible pour des loisirs. Le sociologue passe en revue différents comportements des individus hors du travail et en vient naturellement aux *mass media*. À ce sujet, il évoque une ambivalence (*id.* : 137-141) : « Capables d'assurer la diffusion d'informations, de susciter des curiosités, de nouveaux intérêts, d'accroître l'instruction, d'élargir l'horizon, d'intégrer l'individu à sa région, à son pays, à sa planète, de développer son goût, sa culture intellectuelle, artistique », ils sont aussi des outils de manipulation pouvant être dangereux. À partir de ce constat – notamment affirmé à partir des travaux menés par Paul Lazarsfeld à Columbia qu'il connaît bien –, l'auteur (*id.* : 144) amorce l'annonce d'un programme de recherche destiné à étudier le rapport de l'homme au loisir : « Pour juger ici de la signification du loisir dans nos sociétés, il faudrait encore connaître avec précision (ce qui n'est pas le cas) les réactions différenciées de l'homme – ou de la femme – d'après-le-travail, selon les âges, situations socio-professionnelles, contextes culturels, aux formes possibles de compensation, de participation, ou d'absence qu'ils trouvent dans les *mass media* et qu'ils organisent selon leurs tendances individuelles. En particulier par le contenu, la quantité et la qualité des informations répandues, des modèles diffusés, les *mass media* proposent à leurs usagers des formes très variées de présence au monde ».

Un an plus tard, Georges Friedmann (1967 : 125) affirme l'activité des usagers de télévision qui peuvent développer « une sorte de "défense perceptuelle" (visuelle et auditive) ou d'"immunité" face au flot montant des informations ». Ce faisant, il discute l'influence de la télévision, puisque « rien de plus simple que de tourner un bouton, de couper une émission, de changer de chaîne, d'éliminer ce qui n'est pas désiré à l'instant *t* » (*ibid.*). Est-ce parce que ces assertions n'ont pas été vérifiées empiriquement en France que les tenants du champ académique n'ont pas repris les textes de Georges Friedmann ? Semblaient-elles soit trop évidentes, soit trop absurdes pour être explorées davantage ? En effet, à notre connaissance, ces énoncés ne sont pas repris dans les discours sur la réception depuis lors. Plusieurs chercheurs, comme Dominique Wolton (entretien avec Edgar Morin, 2004), trouvent « injuste » ce silence sur Georges Friedmann ; certains lui rendent hommage ou proposent une relecture de ces travaux

(Grémion, Piotet, 2004). À ces occasions, il est surtout fait mention du « fondateur d'une sociologie du travail humaniste » (Vatin, 2004) ou de son rôle dans la mise en circulation de la pensée nord-américaine en France (voir *infra*). Il est vrai que les propositions pour l'étude des effets des médias sont une partie minoritaire de l'œuvre du chercheur. Pourtant les réactions des individus face aux médias et la manière dont ceux-ci influencent leur rapport au monde sont au cœur d'enquêtes menées sur les téléspectateurs depuis lors (voir Boullier, 2003 ; Pasquier, 1999).

- *La reprise du débat sur le rapport culture et télévision par les sociologues*

En 1964, la création du statut de l'Office de radiodiffusion et télévision française (ORTF)⁸⁰ définit la mission de service public : satisfaire les besoins d'information, de culture, d'éducation et de distraction du public. En ce sens, la télévision diffusait un panel varié de programmes, dont certains à caractères culturels : retransmission du premier vol spatial habité et des premiers pas sur la Lune (1961 et 1969), interventions du Général de Gaulle, pièces de théâtre, programmes de découvertes géographiques, magazines d'actualités, journaux d'information, émissions politiques, campagne télévisée à l'occasion des élections présidentielles de 1965. Ainsi a-t-on commencé à penser le média *via* les problématiques développées à l'École de Francfort autour du concept d'« industrie culturelle » – en 1963, une traduction d'un texte écrit par Theodor Adorno est publiée dans la troisième livraison de *Communications*. Le rapport entre culture et télévision est particulièrement traité durant la décennie ; il est notamment alimenté par la revue *Communications*, qui fait appel aux expériences de chercheurs français et étrangers – *e.g.* l'universitaire Abraham A. Moles (1966), le chargé de recherches CNRS Michel Crozier (1966), le new-yorkais Léo Bogart (1969) et le belge Robert Wangermée (1969). La problématique peut être résumée en ces termes : à mesure que le nombre de possesseurs de postes de télévision croît, la question de satisfaire le plus grand nombre se pose. Les téléspectateurs deviennent un grand public : avant même de parler de chiffres d'audience, les tenants de l'industrie médiatique s'interrogent sur la pertinence de la diffusion de programmes dits culturels (correspondent-ils aux attentes du plus grand nombre ?). Le risque du développement

⁸⁰ Sur l'histoire de l'ORTF, voir Dupuis, Raux, 1970.

d'émissions populaires – vu comme une perte de qualité pour certains – pose le problème de la mission de service public du média. Face à cette situation, deux attitudes clairement définies par Michel Crozier (1966 : 11) sont possibles : « Chercher à satisfaire le public doit constituer la règle d'or » ou « déterminer des critères de qualité et à les imposer au public, car celui-ci doit être éduqué ».

Ce débat, qui dépasse les frontières de l'industrie médiatique car il devient un problème social, est repris par les sociologues, qui se donnent pour mission de théoriser le « rôle des *mass media* dans l'édification de la culture » (Moles, 1966 : 1). Edgar Morin (1961) est un des premiers à avoir réfléchi à la question en France, dans l'article « L'industrie culturelle ». Certains, comme Abraham A. Moles (1966 : 10) soutiennent la création d'un service chargé d'évaluer le degré d'accessibilité des programmes et de les rendre plus abordables au plus grand nombre si besoin, *via* des procédés de vulgarisation : « Les systèmes de radiodiffusion devraient être conduits à disposer de services de "mise en place" assurant un contrôle conscient et précis de l'accès à l'auditeur d'un certain nombre d'éléments culturels »⁸¹. Michel Crozier (1966) et Léo Bogart (1969) dénoncent cette proposition. Pour ce dernier, le problème est de déterminer qui dispose des compétences nécessaires à l'évaluation, d'une part, des capacités de réception des programmes dits culturels, et, d'autre part, du degré culturel d'un produit audiovisuel : « Aucun individu ou aucun groupe, si qualifié soit-il par sa sensibilité ou sa formation, ne peut prétendre décider infailliblement de ce qui mérite ou non d'être écouté, de ce qui devrait faire ou non l'objet d'un spectacle de première importance » (Bogart, 1969 : 106). Cependant, tous deux s'accordent sur la nécessité de définir une « politique culturelle ». Celle-ci doit être, pour Michel Crozier (1966 : 23), fondée sur les résultats de recherches sur les processus d'apprentissage mis en œuvre par les médias, et non uniquement sur des questions de besoins et de gratifications. Les investigations auraient la forme suivante : « En quoi la télévision peut-elle contribuer au développement culturel d'un tel téléspectateur ? En quoi peut-elle lui apprendre quelque chose ? Des prestations culturelles lui sont offertes. Il les accepte ou les refuse, il en est satisfait ou mécontent. Nous avons là une situation "commerciale" ».

⁸¹ L'assertion est faite au sujet de la radio, mais l'auteur englobe la télévision dans son propos.

2.2.3. La télévision et les enfants

- *Sensibilisation de l'opinion publique*

En 1965, le chercheur du CNRS André Glucksmann (1966) réalise un passage en revue des « recherches concernant les effets sur la jeunesse des scènes de violence au cinéma et à la télévision » pour le ministère de la Jeunesse et des Sports. En effet, depuis les années 30, à l'étranger comme en France, une tradition de discours et d'études sur la violence dans les médias et ses effets sur les enfants et les adolescents s'est installée : « Nous sommes devant un ensemble de livres et d'articles dont la lecture exhaustive dépasserait infiniment les moyens du spécialiste de l'enfance et de l'adolescence et le temps dont il dispose : si la bibliographie de l'Unesco retient déjà 500 titres, la bibliographie *Le film et la jeunesse* de Karl Heinrich, publiée en 1959, recense 2500 ouvrages. Encore n'est-elle pas complète [...] » (*ibid.* : 74). En réalité, explique l'auteur, cette abondante littérature – qui se caractérise essentiellement par la confusion et la contradiction : tout et son contraire y est affirmé – a entraîné, pour l'opinion publique, une crainte de l'influence de ces images. André Glucksmann (*id.* : 116) montre qu'il n'est pas possible, à la lecture de ces textes, « d'établir définitivement un effet univoque des scènes de violence car trop de variables interviennent ».

Cela a contribué à produire un climat de méfiance à l'égard des images de télévision, cristallisé autour des scènes de violence et des publics d'enfants et d'adolescents. Dans une recherche où elle dénonce le paradoxe énoncé *supra*⁸², Élisabeth Baton-Hervé (2000) identifie les tenants et aboutissants de la prégnance des représentations relatives aux enfants et aux médias : d'une part, elle relève un écart entre l'état des savoirs et la vulgarisation des connaissances sur le sujet conduisant à des impasses ; d'autre part, l'occultation, par les tenants de l'industrie médiatique eux-mêmes (*e.g.* les journalistes) d'un certain nombre de données attestant des capacités réactives des jeunes, conduit ces derniers à diffuser des représentations erronées.

⁸² « Curieuse résistance que celle de l'opinion publique face à la lancinante question des effets des médias sur les enfants. Depuis la fin des années 50, les chercheurs ont montré que les jeunes spectateurs étaient beaucoup plus actifs qu'on aurait pu le croire. Pourtant, l'idée reste tenace, par exemple, d'un risque permanent d'exposition des enfants à la télévision » (Baton-Hervé, 1999 : 205).

- *Les capacités de réaction des individus*

Non seulement il s'est agi d'évaluer le rapport des enfants à la télévision, mais la problématique a atteint des domaines voisins de celui de l'enfance, comme l'éducation. Dans les années 60, une série d'interrogations autour du rôle éducatif de l'institution scolaire et de ses rapports à la télévision trouve sa place dès les premières livraisons de la revue *Communications*, dont l'article inaugural est un texte de Georges Friedmann (1961) sur le thème « Enseignement et culture de masse » ; il est suivi, dans le numéro suivant (1963), d'un débat sur « L'école et les communications de masse : opinions, documents, débats ».

Quoique plus indirectement, c'est aussi dans le cadre d'une réflexion sur le rapport de l'éducation et des médias que deux représentants principaux de la sociologie de la culture et de l'éducation, Pierre Bourdieu et Jean-Claude Passeron (1963), écrivent un texte qui constitue une des premières publications scientifiques où est affirmée la diversité des réceptions. En effet, ils y posent la nécessité de prendre en compte les différences, notamment socioculturelles, en terme d'accès au média et d'attitude à l'égard des messages.

Tout en interrogeant la notion de « culture de masse », Pierre Bourdieu et Jean-Claude Passeron (*ibid.* : 1007) souhaitent remettre en cause la notion de masse ; ils posent l'existence d'une diversité de publics provisoires : « Chaque moyen de communication ne découpe-t-il pas à l'intérieur de la "masse" des ensembles qui sont autant de publics d'un moment ? [...] Ces publics éphémères et fluctuants dont les chevauchements infinis décourageant l'analyse, coïncident-ils, en tout ou en partie, avec des groupes sociaux réels ? ». En outre, le texte possède une dimension programmatique (*id.* : 1007-1008) : « Il faudrait, renversant la méthode, aller, en sociologue, non plus des moyens de communications à leurs "audiences", mais des groupes sociaux aux systèmes de consommations culturelles qui les caractérisent ? Mais encore, qu'est-ce qui fait la différence entre la réception d'un programme de télévision et l'assistance à une représentation théâtrale, à un concert ou à un meeting ? [...] Dans quelle mesure (qu'il faudrait mesurer) la différence dépend-elle du rapport numérique entre émetteurs et récepteurs ou bien de la qualité propre de la communication, de ses formes et de son

contenu ? Si les expériences de celui qui émet et de celui qui reçoit un message individuel ou un message collectif, seul ou collectivement, diffèrent essentiellement, il faudrait dire en quoi et pourquoi, et tout particulièrement, à partir de quel seuil le nombre de récepteurs (selon le type de relation qu'ils entretiennent) en transforme la modalité. La différence ne tient-elle pas en effet à la structure du groupe dans lequel s'accomplit la réception ? ».

Ainsi les sociologues condamnent-ils l'idée d'une « réception massive, passive, docile et crédule » (*id.* : 1002). Les auteurs n'ont pas réalisé d'enquête en réception médiatique – ni avant 1963, ni depuis lors – et ils ont peu traité le sujet par la suite⁸³ ; pourtant, ce texte comporte nombre d'assertions reprises depuis lors dans les recherches sur les téléspectateurs. D'abord, la question de la spécificité de l'expérience téléspectatorielle – par rapport à d'autres formes de pratiques spectatorielles – est posée dans des recherches sur la place de la télévision dans la vie des individus. Par exemple, Sabine Chalvon-Demersay (1999) a enquêté sur la manière dont un programme sériel sur l'hôpital (la série télévisée *Urgences*) joue un rôle particulier dans la vie des individus selon leur propre expérience au monde médical. La sociologue explique qu'une spécificité de la télévision est « la continuité du lien qui s'établit à travers une fiction longue entre le téléspectateur et les personnages imaginés » ; cette continuité est « une donnée fondamentale de l'expérience télévisuelle » (*ibid.* : 239). La spécificité de la télévision est envisagée par rapport « au lien particulier qu'elle instaure entre les personnes qui la regardent : un lien répété, sans déplacement physique, sans coprésence, mais en même temps caractérisé par la fugacité, la répétitivité et la simultanéité » (Chalvon-Demersay, 2003 : 503).

Ensuite, on retrouve, d'une part, la notion de « publics éphémères », dans les théorisations de Daniel Dayan (2000). Certes, ce dernier n'envisage pas la diversité des ensembles spectatoriels en rapport avec l'existence de groupes sociaux, mais avec plusieurs situations de relation, voire d'interaction, entre des individus et des programmes. Ce qui le conduit à identifier plusieurs types de publics, parmi lesquels

⁸³ J.-Cl. Passeron a continué de traiter la question de la réception, mais dans le domaine de la sociologie de l'art. Par exemple, il a réalisé en collaboration avec E. Pedler (1999) une observation des comportements d'individus face aux œuvres picturales ; il a également théorisé la réception de la culture (2003). Nous verrons (chapitre 3) que la sociologie de la culture n'inscrit pas toujours les médias de masse, *a fortiori* la télévision, parmi ses objets de recherche.

celui des *fans* (« public pour rire ») et celui des grands événements télévisés : « le public d'un jour, ou de quelques jours, ou de quelques heures. Conçu pour être fugitif, un tel public est emblématique des émissions en direct » (*ibid.* : 452). D'autre part, l'auteur s'interroge sur la différence entre une audience et un public : « Peut-on [...] faire partie d'un public par simple juxtaposition, voire même sans qu'il y ait juxtaposition, par la simple vertu d'un calcul statistique ? Quel rapport la notion de public entretient-elle avec la notion d'audience ? » (*id.* : 430).

- *Un triptyque violence/télévision/jeunes*

D'une manière plus générale, le triptyque violence/télévision/jeunes a constitué un axe de recherche traité à maintes reprises depuis lors. Les « jeunes » ont constitué un angle privilégié pour l'étude de la réception télévisuelle, notamment parce que le thème a été soutenu par nombre d'associations et organismes français, comme l'Organisation des nations unies pour la science, l'éducation et la culture (Unesco)⁸⁴, l'Institut national de la recherche pédagogique (INRP)⁸⁵, l'Institut national de la jeunesse et l'éducation sportive (INJEP)⁸⁶, mais aussi l'État⁸⁷. Pour n'en citer que quelques-unes, il s'agissait des études suivantes :

- « Les nouveaux téléspectateurs de 9 à 18 ans », une étude menée en 1981 dans le cadre du programme « Jeunes téléspectateurs actifs » du ministère de la Culture. Évelyne Pierre, Jean Chaguiboff et Brigitte Chapelain (1982) ont enquêté sur les effets de l'opération « jeunes téléspectateurs » auprès d'enfants de l'école primaire, du collège et du lycée. Celle-ci consistait à proposer une formation sur la télévision

⁸⁴ La promotion de la qualité de l'éducation est une des missions principales de l'Unesco.

⁸⁵ Établissement public à caractère administratif, l'INRP a pour domaines de compétences la recherche, la pédagogie, la formation professionnelle et l'éducation : « En partenariat avec divers types d'établissements et de structures (universités, écoles normales supérieures, Centre national de la recherche scientifique, instituts universitaires de formation des maîtres), l'INRP participe au développement de la recherche en éducation au niveau national » (site Internet : www.inrp.fr).

⁸⁶ L'INJEP est un établissement public du ministère de la Jeunesse, des Sports et de la Vie Associative qui a pour missions : promouvoir l'engagement (service volontaire européen, défi-jeunes), développer la recherche (études de terrain, comités scientifiques, bourses jeunes chercheurs), identifier et développer les pratiques artistiques (pôle culture) (site Internet : www.injep.fr). Signalons que le site Internet de l'organisme référence la thèse publiée d'É. Baton-Hervé (2000).

⁸⁷ Les discours ont aussi été largement diffusés par la presse. Sur le traitement médiatique de la violence à la télévision, voir la revue de presse commentée et réalisée par C. Girard (2003), disponible en ligne : <http://www.eleves.ens.fr/pollens/seminaire/seances/television/revuepressetelevision.htm>.

(fonctionnement, usages, etc.) afin de rendre les jeunes critiques à l'égard du média. L'enquête portait sur les changements issus de cette formation : les auteurs, *via* des entretiens semi-directifs, ont analysé le rapport à la télévision manifesté par ces jeunes avant la formation (mode de réception télévisuelle : interdiction des parents de regarder à telle heure, telle chaîne, choix des chaînes au sein de la famille, activités des jeunes face au poste, etc.) ainsi que leur connaissance du dispositif médiatique.

- Le « Rôle des imageries technologiques dans la construction des savoirs et savoir-faire en histoire » (enquête conduite par Brigitte Poirier entre 1988 et 1992), où l'on interrogeait « l'influence de la structure textuelle d'un document filmique sur l'appréhension et l'intégration des savoirs historiques par l'élève » (www.inrp.fr/recherche/Terminees/8995/A0035.htm) ;
- L'analyse des compétences iconiques et communicationnelles d'un public d'élèves de 6^e et seconde face à un document audiovisuel (un téléfilm de 4 épisodes sur la biographie de Christophe Colomb), et l'étude des « stratégies de résistance » à l'égard des modèles proposés (Chapelain, 1989)⁸⁸ ;
- « Les images, support de raisonnement dans les activités scientifiques à l'école élémentaire » (Gérard Mottet, septembre 1995-juin 1998) a consisté à « analyser plus particulièrement les activités mentales des élèves dans des situations impliquant lecture, production ou traitement d'images » (www.inrp.fr/recherche/Terminees/9699/Rec40409.htm) ;
- Le rapport sur « La violence à la télévision » remis en 2002 par Blandine Kriegel à Jean-Jacques Aillagon, alors ministre de la Culture et de la Communication, où l'auteur souligne « un effet net de l'impact de la diffusion de spectacles violents sur le comportement des plus jeunes » (rapport en ligne à l'adresse <http://www.ladocumentationfrancaise.fr/rapports-publics/024000584/index.shtml>).

Les enquêtes se traduisent parfois par la publication d'ouvrages ; citons le recueil de textes intitulé *L'impact de la télévision sur les publics jeunes. Problématiques, réponses*

⁸⁸ Pour ce travail, rapporte B. Chapelain, chercheur en sciences de l'éducation à ce moment-là (entretien téléphonique, 8 juin 2005), il s'est agi, d'une part, de procéder à une analyse des effets « souhaités » contenus dans les modes d'énonciation des produits audiovisuels diffusés, et, d'autre part, de mesurer les sens fabriqués par le « lecteur » à l'égard des images (comment les savoirs ont-ils été transformés à la suite de la lecture ?). Puis, l'auteur a évalué le croisement entre les images et ce que les enfants en avaient retiré. Notamment, elle montrait que les enquêtés avaient appris des « choses » à partir des films diffusés, leurs savoirs avaient été transformés. Par la suite, B. Chapelain a mené un travail de recherche sur les usages des vidéothèques en établissement scolaire, précisément sur l'apprentissage des savoirs *via* l'utilisation des documents ainsi mis à la disposition des enfants.

et propositions, publié en 1999 dans la collection « Documents de l'INJEP ». Présenté comme un rapport au Directeur de la jeunesse et de la vie associative, « cet ouvrage de référence, où s'expriment les experts de haut niveau et des politiques inquiets, propose, au-delà d'une analyse fine des effets complexes que la télévision véhicule à l'insu même des usagers et notamment des jeunes, une série de mesures opérationnelles » ; il interroge l'influence de la télévision sur le comportement et la personnalité des enfants : « La télévision distille-t-elle une sous-culture ? Est-ce cette "baby-sitter" un peu débile, sorte de Bécassine toujours disponible ? Ou bien le petit écran joue-t-il un rôle essentiel et irremplaçable dans la transmission des connaissances, pour le développement de la lecture et l'accès au monde de l'écrit. Et si oui, à quelle condition ? La violence à la télévision a-t-elle un effet de défoulement et de libération des pulsions agressives ? Entraîne-t-elle une répulsion de cette même violence ou, au contraire, a-t-elle, par imitation et suggestion, un effet contagieux voire amplificateur et finalement déclencheur des comportements violents dont nous constatons le développement ? » (source : www.injep.fr/publication/docu/PUBL_DOC-INJEP40.html). L'ouvrage réunit les contributions de chercheurs issus du champ universitaire – e.g. Pierre Bourdieu, « Une censure invisible » ; Philippe Viallon, « Du média de masse à la solitude du téléspectateur » ; Dominique Wolton, « La télévision entre les passions, la politique et les modes » –, de spécialistes de l'enfance, de politiciens et de praticiens de l'industrie médiatique et se conclue par « Quinze propositions. Pour une action significative du Ministère de la Jeunesse et des Sports ».

Souvent, ces enquêtes ont fait appel aux compétences des chercheurs universitaires, ou ceux-ci sollicitaient des financements auprès des organismes⁸⁹. Mais, le tryptique violence/télévision/jeunes a alimenté une série d'interrogations plus spécifiquement dans le champ académique. Citons, pour exemple, les travaux de Geneviève Jacquinot (1995), ceux de Divina Frau-Meigs et Sophie Jehel (1997), la thèse d'Élisabeth Baton-Hervé (1998, voir *supra*), celle réalisée par Laurent Federspiel (2001) sur *Télérama et le débat sur la violence à la télévision (1960-2001)*, ainsi que le dossier « Les jeunes et

⁸⁹ B. Chapelain explique (entretien téléphonique, 8 juin 2005) qu'elle soumettait au comité scientifique de l'INRP (composé d'universitaires, précise-t-elle) tous les deux ou trois ans un projet qui s'inscrivait dans l'évolution de son propre parcours de recherche : « C'était une chance » affirme l'auteur. En revanche les études ont souffert d'une distribution restreinte ; l'Institut publiait les rapports de recherche mais n'engageait pas de politique de développement des publications. Ceci explique peut-être la faible diffusion de ces travaux au sein du champ académique : ils n'apparaissent pas ou peu dans les bibliographies et n'ont pas été commentés.

l'écran », dirigé par Josiane Jouët et Dominique Pasquier (1999) pour la revue *Réseaux*. Surtout, la thématique de la réception de la télévision par les adolescents est à l'origine de la première enquête empirique dans le champ académique français.

- *L'étude de la réception de la télévision par des adolescents*

En 1968, un étudiant en sociologie à l'École pratique des hautes études (EPHE), Michel Souchon, soutient une thèse intitulée *La télévision des adolescents*. Réalisée sous la direction du sociologue français Georges Friedmann et dans le cadre du Centre d'étude des communications de masse (Cecmas, voir *infra*), l'enquête semble s'inscrire tout à fait dans la mouvance des interrogations sur les rapports des jeunes aux nouveaux médias, bien que cette caractéristique ne soit pas explicitement revendiquée par l'auteur (voir notre entretien avec Michel Souchon, annexe 8g). L'intérêt accordé par Michel Souchon aux adolescents pour cette enquête originale peut être relié à une autre tendance de la décennie, représentée notamment par Edgar Morin (1962) – qu'il côtoie au Cecmas –, qui consistait à s'intéresser à la culture spécifique des 15-25 ans. Philippe Masson (2001 : 486) explique cette attention : « Le développement de la scolarisation d'une part, la diffusion de biens de consommation liés aux activités de loisirs ou destinés aux jeunes d'autre part [...] pouvaient donner une certaine consistance à l'existence d'une classe d'âge aux comportements spécifiques, en particulier parmi les étudiants. Compte tenu de l'importance du marché de ces biens et de leur valeur symbolique, certains chercheurs pouvaient conclure à la diffusion de modèles de comportement étudiants, autrefois réservés aux classes sociales les plus aisées, à l'ensemble d'une classe d'âge ».

L'étude a consisté à recueillir les modes de réception de la télévision par des adolescents de Saint-Étienne, avec une démarche originale : « Il y avait une enquête sur un gros échantillon d'élèves des différents types de collèges, lycées, collège technique, école normale, instituteur, etc. ; j'avais fait de la statistique, je l'utilisais de manière un peu délirante ». Dans ce travail, Michel Souchon pose d'emblée l'activité des individus comme une caractéristique principale de la réception de la télévision ; il se démarque de ses enseignants à l'EPHE en choisissant de ne pas aborder les lectures et interprétation

des images dans les contenus mais sur le terrain, auprès de « vraies » personnes⁹⁰ : « Assez vite, dans ce groupe qui essentiellement faisait des études de contenu, j'ai eu envie d'aller sur le terrain, voir les gens, les téléspectateurs. [...] 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 ».

Concrètement, le sociologue a réalisé une enquête de terrain comparative auprès d'adolescents dans leur école (Saint-Étienne), et les a interrogé sur leur réception de la télévision : « Ce travail avait deux grandes parties. La première était les entretiens qualitatifs et quantitatifs sur la télévision : ce qu'ils regardaient, ce qu'ils aimaient ou n'aimaient pas. Est-ce qu'ils regardaient en famille ? etc. Et puis, dans une deuxième partie, je demandais à ces jeunes de me raconter une émission, une série, une dramatique qu'ils avaient vue récemment. J'essayais alors de construire les catégories narratives qu'ils utilisaient pour recevoir ces émissions ; par exemple, il existait l'idée, à l'époque, qu'une fin pouvait être ouverte dans un récit. J'ai observé pourtant que lorsqu'une fin n'était pas conclusive, les jeunes la fabriquaient » (Souchon, 2004 : 196). Michel Souchon (1993a : 234) a alors mis en évidence l'existence de formes de jugement et de modes de réception pluriels et travaillés (réfléchis) : « Les entretiens révélaient le travail important de la réception : l'humour, la distance critique, le scepticisme, la sélectivité, le refus des émissions cryptées livrées sans clés d'accès, la réinterprétation des messages avec l'outillage intellectuel et psychologique disponible, la recomposition des fictions dans un système narratif souvent différent de l'original, etc. ».

⁹⁰ Sur l'approche sémiologique développée au Cecmas, voir le chapitre 3.

Publiée en 1969 aux éditions Ouvrières, l'étude de réception conduite par Michel Souchon a connu un écho important au sein du champ académique français – mais relativement tardif –, où elle est citée à maintes reprises, non seulement en tant que recherche originale voire fondatrice, mais aussi pour ses apports en terme de connaissance des publics de télévision. La publication figure, dans notre corpus, comme la première recherche empirique menée en France sur les téléspectateurs ; c'est ainsi qu'elle est considérée au sein du champ académique. Sabine Chalvon-Demersay le certifie (entretien, 19 mars 2004) : « En ce qui concerne les travaux sur la réception, le premier travail c'est *La télévision des adolescents* de Michel Souchon », Brigitte Le Grignou (2003 : 64) le confirme : « Michel Souchon [...] introducteur en France, avec *La télévision des adolescents* (1969), des recherches en réception ».

2.3. Naissance d'un foyer scientifique pour les recherches sur les communications de masse

2.3.1. Création du Centre d'étude des communications de masse

Plusieurs chercheurs français s'accordent à voir dans la création du Centre d'étude des communications de masse (Cecmas), en 1960⁹¹, le cadre original du développement des recherches en communication et sur les médias : il représente « la première tentative sérieuse de constituer en France un milieu et une problématique de recherche en communication » (Mattelart A. et M., 1995 : 49), son projet consistant à analyser « les rapports entre la société globale et les communications de masse qui lui sont fonctionnellement intégrées » (*ibid.*) (voir aussi Lochard, Soulages, 1998 : 23). À une question sur la naissance des études de réception en France, la sociologue des médias Sabine Chalvon-Demersay (entretien, 19 mars 2004) répond : « En France, c'est ce qui s'est passé autour de la revue *Communications*, dans les années 60, avec les travaux aussi bien d'Edgar Morin que de Georges Friedmann, Roland Barthes, Jean Cazeneuve et très vite Michel Souchon »⁹². Pour certains, comme Dominique Pasquier (2003b), il

⁹¹ Certains énoncés datent la création du Centre de 1961 ou encore 1962. Nous nous fondons sur les données du Centre d'études transdisciplinaires, sociologie, anthropologie, histoire (Cetsah) dont l'ancêtre est le Cecmas (<http://www.ehess.fr/centres/cetsah/Historique.html>).

⁹² La revue citée émane directement des activités du Centre, voir *infra*.

représente le courant de recherches qui devait « proposer une véritable analyse du rôle de la télévision dans la montée d'une culture de masse » mais qui « ne l'a pas fait ». Qu'en est-il exactement ? Quel rôle a joué ce foyer scientifique pour les recherches sur les médias de masse, *a fortiori* la réception télévisuelle ?

- *Légitimation des sciences sociales*

Le développement du Cecmas s'est inscrit dans un mouvement qui voit les sciences sociales se diffuser et devenir légitimes ; ce, consécutivement, notamment, à la période de crise qui caractérisait la sociologie française (voir le chapitre 1) depuis 1945. Durant la décennie, nombre de chercheurs emblématiques des sciences sociales – *e.g.* Roland Barthes pour la linguistique, Pierre Bourdieu pour la sociologie, Michel Foucault pour l'épistémologie, Claude Lévi-Strauss pour l'anthropologie – sont rattachés à la pensée structuraliste qui se caractérise par un anti-académisme. Le structuralisme se développe dans des lieux marginaux par rapport à l'Université, comme le Collège de France, l'École pratique des hautes études, le CNRS (voir Goetschel, Loyer, 1995 : 138-141). Les événements de mai 68 ont contribué à diffuser les sciences sociales vers les universités nouvellement créées, et, *de facto* à reconnaître intellectuellement et institutionnellement les approches sociologiques, linguistiques, sémiologiques.

- *La genèse du Cecmas : une initiative nord-américaine*

Mais, la création du Centre, à l'EPHE⁹³ à Paris, peut être vu surtout comme un effet des influences nord-américaines contrastées sur la sociologie française (voir le chapitre 1). Dans un entretien accordé à Dominique Wolton, Edgar Morin (2004 : 78) rapporte que le chercheur autrichien de l'École de Columbia Paul Lazarsfeld est à l'initiative du projet, par l'intermédiaire du sociologue français Georges Friedmann : « L'idée du Cecmas est de Georges Friedmann, après que Lazarsfeld lui eut dit : "Il faut faire un centre sur l'étude des communications" ». Paul Lazarsfeld, conscient de la relativité des effets des médias depuis les résultats de l'enquête *People's Choice* (voir le chapitre 1),

⁹³ L'EPHE est l'ancêtre de l'École des hautes études en sciences sociales (EHESS) que nous connaissons aujourd'hui.

souhaitait diffuser les études sur les médias de masse en Europe. Il le fait par le biais de ses relations avec Georges Friedmann, qui occupe alors une position haute au sein du champ de la sociologie française : en 1948, ce dernier est nommé directeur d'études en 6^e section à l'École pratique des hautes études (EPHE) ; après avoir dirigé le Centre d'études sociologiques (seul laboratoire de sociologie à ce moment-là) entre 1949 et 1951, il crée (avec Fernand Braudel) le Laboratoire de sociologie industrielle (1958) et encourage ses élèves à fonder la revue *Sociologie du travail*. La « position haute » de Georges Friedmann (voir Bourdieu, 1997 : 18), associée à celle de Paul Lazarsfeld sur le plan international placent l'étude des communications de masse au rang des objets importants. Pour animer le Cecmas, Georges Friedmann réunit autour de lui Edgar Morin et Roland Barthes : « Pourquoi moi ? » explique le premier (2004 : 78), « parce que j'étais en train d'écrire *L'Esprit du temps*, je traitais à fond le problème de la culture de masse. Et pourquoi Barthes ? Parce qu'il avait écrit les *Mythologies*, se trouvait en plus dans une situation difficile, rejeté de la section linguistique du CNRS »⁹⁴.

- *Un programme pour l'étude des communications de masse*

Ainsi, le Centre d'études des communications de masse n'est-il pas directement créé à partir d'un projet porté par trois chercheurs français animés d'une problématique commune, celle de l'étude des communications de masse⁹⁵ ; il réunit un spécialiste de la sociologie du travail humaniste amené à s'intéresser au rapport entre l'individu et les loisirs, *a fortiori* les médias de masse (voir *supra*), un sociologue travaillant sur la notion de culture de masse – celle-ci intègre les médias mais n'en est pas exclusive – et un analyste des mythes engendrées par le développement des communications de masse (Barthes, 1957), amorçant par là les fondements d'une approche sémiologique. Le Centre traduit un croisement, à l'échelle internationale, entre un intérêt académique croissant pour les communications de masse (*a fortiori* les médias), le développement de travaux sur les effets des médias et sur la notion de masse, et l'essor de l'industrie télévisuelle. Il incarne la nécessité d'un cadre institutionnel pour ces réflexions. En ce sens, nous pensons que le Cecmas, à ses débuts, n'était pas structuré par un programme

⁹⁴ En outre, les trajectoires biographiques et les engagements politiques des acteurs interviennent également dans leurs coopérations.

⁹⁵ Ce qui ne signifie pas que ces questions n'intéressaient pas ses représentants.

de recherche fort⁹⁶. Edgar Morin (2004 : 80) confie que le nom de la revue – qu’il dirigeait –, créée dans le cadre du laboratoire, *i. e. Communications*, lui « a servi pour faire quelques numéros sur les communications entre les disciplines, sur le retour de l’événement, sur l’épistémologie de la complexité » : on est assez loin d’interrogations spécifiques aux médias de masse. De plus, ajoute-t-il, « les phénomènes pris sous l’angle de la *communication*, pour beaucoup auraient pu être pris sous l’angle du mot *culture* » (l’auteur souligne)⁹⁷.

Le Centre représentait plutôt une alternative, d’une part, aux approches classiques des sciences sociales (linguistique, philosophie, épistémologie, etc.), et, d’autre part, aux autres courants sociologiques. Pour certains étudiants, comme Michel Souchon (entretien, 2 fév. 2005), il était la destination adéquate pour celui qui envisageait des recherches sur les médias : « C’était le moment où la télévision explosait, milieu des années 60 ; j’ai choisi de travailler sur la télévision, et venait de se créer 2-3 ans avant le Cecmas, qui publiait la revue *Communications*, un des représentants importants était Edgar Morin qui venait de publier *L’Esprit du Temps*, 1^{ère} édition. Je me suis dit : c’est là qu’il faut que j’aie ». La modification du nom du laboratoire en 1973 par Roland Barthes et Edgar Morin⁹⁸ témoigne de la confusion liée sa création et, peut-être, de l’engagement vers un programme de recherche, cette fois défini au préalable.

- *Des ambitions allouées a posteriori*

La genèse du Cecmas nous invite à penser que des ambitions ont été prêtées au Centre, *a posteriori*. Quatre décennies après sa création, celui-ci apparaît comme un foyer qui aurait pu (dû ?) institutionnaliser l’étude des publics de télévision dans le champ académique français. Cela n’a pas été le cas, d’une part, pour les motifs que nous venons d’évoquer (absence de programme de recherche fort sur les médias, faible

⁹⁶ C’est une des raisons pour laquelle, au moment de sa création, il suscitait de « l’indifférence » (Morin, 2004 : 78).

⁹⁷ Une des premières activités du Cecmas est l’organisation de journées d’étude sur la culture de masse (1960).

⁹⁸ Les chercheurs abandonnent symboliquement l’étude des « communications de masse » : le Cecmas devient le Centre d’études transdisciplinaires. Sociologie, anthropologie, sémiologie (Cetsas) ; en 1983, la « sémiologie » est remplacée par la « politique » (Cetsap), qui, depuis 1992, a laissé sa place à l’« histoire » (Cetsah).

intérêt pour la question *a priori*), et, d'autre part, en raison de facteurs externes au Centre, voire au champ académique (domination des thèses de Francfort, déficit de légitimité sociale et scientifique de la télévision, voir le chapitre 3). Cette représentation du laboratoire crée par Georges Friedmann pourrait entraîner une mauvaise interprétation des critiques adressées à ses représentants principaux, à qui on reproche de ne pas avoir suffisamment traité de la télévision et des téléspectateurs. Par exemple, Dominique Pasquier (2003b) : « Paradoxalement, l'autre courant de recherche qui aurait pu à la même époque, proposer une véritable analyse du rôle de la télévision dans la montée d'une culture de masse, ne l'a pas fait. Il s'agit des chercheurs du Cecmas et surtout bien sûr d'Edgar Morin. *L'Esprit du Temps* est publié en 1962, la revue *Communications* a été créée une année plus tôt. On a là un courant de pensée très différent, beaucoup plus proche en fait de ce que vont confirmer les évolutions à venir. [...] Dans le travail de Morin, la télévision occupe une place totalement marginale par rapport au cinéma, à la radio, à la musique ou à la presse. [...] Morin est pourtant certainement à l'époque un des meilleurs connaisseurs de l'abondante littérature nord-américaine sur la télévision – il a même contribué à la divulguer en France –, mais dans les problématiques qu'il développe, le média télévisuel français "en l'état" cadre apparemment mal. Du coup, il l'évacue ». Toutefois, le centre a été à l'initiative, de manière plus ou moins directe, d'un traitement académique du thème de la réception télévisuelle.

2.3.2. Rôle du Cecmas

- *La publicisation des études sur les médias de masse*

En effet, on ne peut pas pour autant parler d'un échec. Georges Friedmann a joué le jeu de la perspective originale attribuée au Centre, *i. e.* développer les savoirs sur les communications de masse : « Paternellement [il] encourageait des études sur les médias » (Morin, 2004 : 79). Pour Michel Souchon (entretien, 2 fév. 2005), un de ses étudiants, « Friedmann était à la fois le fondateur, le patriarche, le mandarin, au sens le plus anté-68 du terme du groupe du Cecmas. Il avait comme spécificité d'introduire la sociologie quantitative, mais dans ce qu'elle a de vraiment important et intelligent ». L'écriture de textes où il fait état des travaux nord-américains et où il est question des

télespectateurs (voir *supra*), la mise en circulation d'articles, parfois étrangers, sur le sujet (voir *infra*), une position haute au sein du champ académique français ainsi que la paternité du laboratoire ont conféré au chercheur une légitimité dans le domaine de l'étude des médias, bien que celui-ci travaillait majoritairement sur d'autres objets et ne manifestait pas toujours un intérêt immédiat pour ces questions⁹⁹. Il contribue à construire l'image du Centre (Friedmann, 1967 : 122) : « Dès ses débuts, notre Centre s'est intéressé à la télévision » ; il encourage les travaux empiriques : il a dirigé la thèse de Michel Souchon, c'est-à-dire la première enquête française sur les télespectateurs, qu'il labellise en réunissant un jury composé de son collègue Edgar Morin, du chercheur américain Paul Lazarsfeld¹⁰⁰ et de Jean Cazeneuve, alors professeur de sociologie à la Sorbonne et administrateur à l'ORTF.

La revue *Communications* a été créée en 1961, à l'initiative des animateurs du Cecmas. Elle en devient le lieu d'expression principal, et est, depuis lors, dirigée par Edgar Morin. Les premières livraisons s'organisent autour de trois thèmes : la culture de masse¹⁰¹, l'industrie culturelle (voir *supra*) et les médias de masse. Pour ce dernier¹⁰², la télévision apparaît dès le troisième numéro (1964), en même temps que les télespectateurs puisqu'il s'agit d'un article de Georges Friedmann intitulé « La télévision vécue »¹⁰³. Ensuite, la revue diffuse parcimonieusement quelques travaux sur le thème du rapport entre les individus et le média télévisuel : « Télévision et développement culturel » (Crozier, 1996), « Les effets des scènes de violence au cinéma et à la télévision » (Glucksmann, 1966), « Télévision et démocratie culturelle » (Friedmann, 1967), « Publics et culture en télévision » (Wangermée, 1969), « L'attente du public : l'exemple de la télévision israélienne » (Gurevitch, 1969). On comprend

⁹⁹ J. Durand (entretien, 2 fév. 2005), alors étudiant, raconte : « En fait, quand j'ai commencé ma thèse, j'avais vu qu'il y avait beaucoup de travaux sur les *mass medias*, on commençait à parler de la communication de masse et j'avais vu qu'un sociologue, Georges Friedmann parlait un peu de ça. Je lui ai écrit pour lui dire : "Cela m'intéresse, pouvez-vous me donner des conseils ?" ; il m'a répondu : "Je ne m'en occupe pas tellement, il y a un jeune sociologue qui travaille là dessus, il travaille avec moi et s'appelle Edgar Morin" ».

¹⁰⁰ La date programmée ayant dû être repoussée en raison des événements de mai 68, P. Lazarsfeld n'a finalement pas assisté à la soutenance de M. Souchon (voir Souchon, entretien, 2 fév. 2005).

¹⁰¹ Par exemple, la revue publie des articles sur les « Olympiens » (Morin, 1963), « la mort d'Edith Piaf et de Jean Cocteau » (Morin, 1964), « les vacances » (Hermelin, 1965) ; elle consacre des dossiers aux thèmes « Culture supérieure et culture de masse » (1965, 5), « Chansons et disques » (1965, 6) et « Vacances et tourisme » (1967, 10).

¹⁰² La diversité des médias est présente dans les premières livraisons de la revue, e.g. la presse (Morin, 1961), la radio (Sternberg-Sarel, 1961), le cinéma (Metz, 1966).

¹⁰³ L'article est une reprise d'un chapitre de l'ouvrage *Ces merveilleux instruments* dirigé par G. Friedmann et publié la même année.

qu'elle se fait l'écho des préoccupations sociétales au sujet du nouveau média que nous évoquions *supra*. Ces publications constituent les premiers discours académiques français sur les téléspectateurs : *Communications* est la première revue scientifique à mettre en circulation ces énoncés.

Parfois plus indirectement, la revue a aussi permis de faire connaître des travaux étrangers *via* la traduction de textes et les citations et références présentes dans les énoncés de chercheurs français : il n'est pas rare que ceux-ci conseillent et renvoient à la lecture d'ouvrages américains dans les notes de bas de page. En 1965, un « Exposé introductif » au débat sur « Culture supérieure et culture de masse » est signé de Paul Lazarsfeld ; deux ans plus tôt un article de Theodor Adorno est reproduit. Michel Souchon (entretien, 2 fév. 2005), alors étudiant au Cecmas, évoque les « travaux antérieurs américains, qui venaient d'être connus, beaucoup à travers Georges Friedmann, qui a introduit dans des articles de *Communications*, la connaissance de ce qui se pratiquait autour de Lazarsfeld, par exemple *Personal Influence* ».

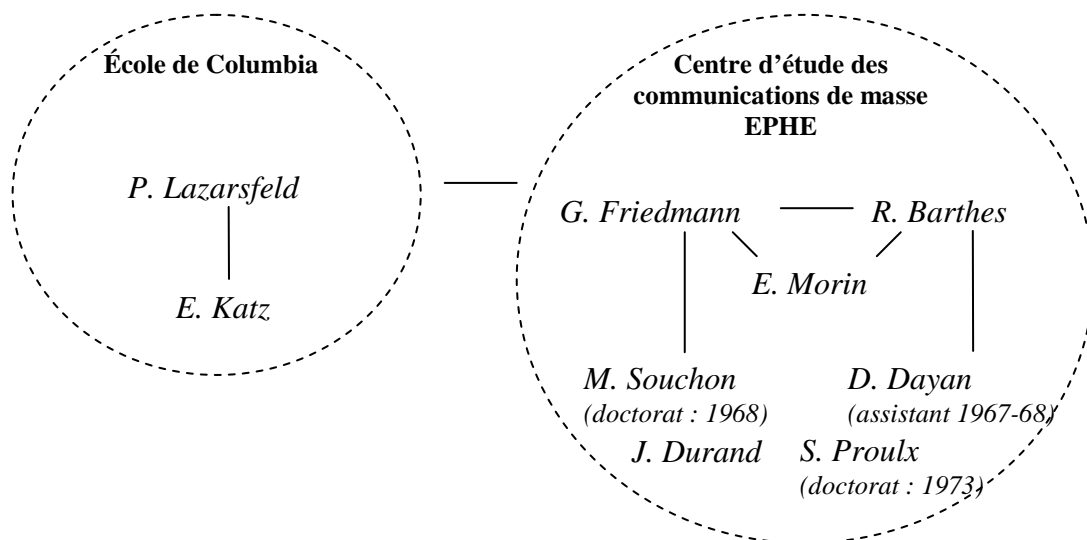
- *Le lieu d'une formation intellectuelle*

Les séminaires organisés dans le cadre des activités du Centre d'étude des communications de masse ont fait connaître toute une série de travaux sur les médias de masse ; ils ont aussi fait naître, chez certains chercheurs que nous retrouvons par la suite dans l'histoire des recherches sur les téléspectateurs, un intérêt pour l'étude des comportements téléspectatoriels et/ou pour la définition de lectures interprétatives. Ceux-ci n'ont pas tous développé d'enquêtes sur ce thème à ce moment-là. Mais, ils mentionnent ce foyer scientifique à l'origine de leur formation intellectuelle. Par exemple, Jacques Durand (entretien, 2 fév. 2005) évoque un article publié en 1970 « sur les figures de rhétorique dans l'image publicitaire » directement inspiré par l'enseignement de Roland Barthes ; ce travail, ajoute-t-il, « c'est pratiquement la seule publication que l'on cite parmi tout ce que j'ai écrit : sur internet je trouve des centaines de références à cet article ». Un autre exemple est celui de Daniel Dayan qui a été chargé par Roland Barthes (dont il était l'assistant entre 1967 et 1968) de travailler sur

la polyphonie énonciative dans des conversations¹⁰⁴. Ainsi, les réflexions engagées au sein du Cecmas ont-elles participé de la formation intellectuelle de nombre d'auteurs intéressés depuis lors par la réception des médias.

Surtout, ces échanges constituent les prémisses d'un réseau d'acteurs, d'une part entre l'École américaine de Columbia et le Cecmas (avec une mise en circulation des travaux)¹⁰⁵, et, d'autre part, entre des chercheurs français, qui, s'ils ne travaillent pas directement ensemble dans les années 60, se connaissent : ces liens sont activés plus tard dans l'histoire des recherches (voir le chapitre 5). Il s'agit donc d'un réseau d'influence intellectuelle, d'élève à professeur – *e.g.* Michel Souchon et Georges Friedmann, Daniel Dayan et Roland Barthes, Elihu Katz et Paul Lazarsfeld – et de chercheur à chercheur – Georges Friedmann et Paul Lazarsfeld, Edgar Morin et Jacques Durand. Celui-ci constitue aussi les prémisses d'un réseau d'affinités, *e. g.* Daniel Dayan fait appel à Jacques Durand et Michel Souchon pour l'écriture d'articles dans la livraison « À la recherche du public » de la revue *Hermès* qu'il dirige en 1993 ; de même, Daniel Dayan et Michel Souchon signent deux contributions dans l'ouvrage collectif *Accusé de réception* dirigé par Serge Proulx (1998).

Figure 8. Réseau d'acteurs entre les États-Unis et la France pendant les années 60.



¹⁰⁴ Nous pouvons aussi citer le chercheur canadien Serge Proulx, qui, en 1973, a soutenu une thèse en sociologie à l'École pratique des hautes études.

¹⁰⁵ Rappelons aussi que P. Lazarsfeld est à l'initiative du Cecmas ; lui et G. Friedmann se connaissent.

Enfin, le Centre a constitué un cadre pour la réalisation d'analyses collectives sur la télévision, à l'instar de l'étude, coordonnée par Michel Souchon (1973) en 1971-72, sur la production et la réception d'un feuilleton télévisé, *François Gaillard*. Docteur en sociologie depuis trois ans, Michel Souchon est à ce moment-là chargé d'études à l'ORTF et enseigne à l'Université Paris 2 et à l'Institut catholique de Paris. Il réunit un groupe d'étudiants et de diplômés de l'École pratique, afin de « suivre un produit de grande diffusion depuis son origine (un groupe d'auteurs dans le cadre d'un système) jusqu'à ses destinataires » (Gauthier, 1973 : 7). La recherche est menée sous l'égide du service « Information » de la Ligue française de l'enseignement et de l'éducation permanente¹⁰⁶. C'est dans le cadre de cette recherche que Michel Souchon a élaboré le modèle d'évaluation des conditions d'influence des médias de masse que nous évoquons en introduction. Ainsi le groupe a-t-il produit une étude des modalités d'exercice de professionnels de la télévision (les auteurs d'un feuilleton), une analyse de la structure narrative du produit, un examen des commentaires d'individus et des réactions de téléspectateurs ainsi que celle de médiateurs (les journalistes).

De la décennie des années 60, la principale référence figurant dans les manuels sur les médias et les communications de masse est celle de Michel Souchon. Pourquoi ce travail a-t-il connu un tel écho, à la différence d'autres et des énoncés écrits par Georges Friedmann ?

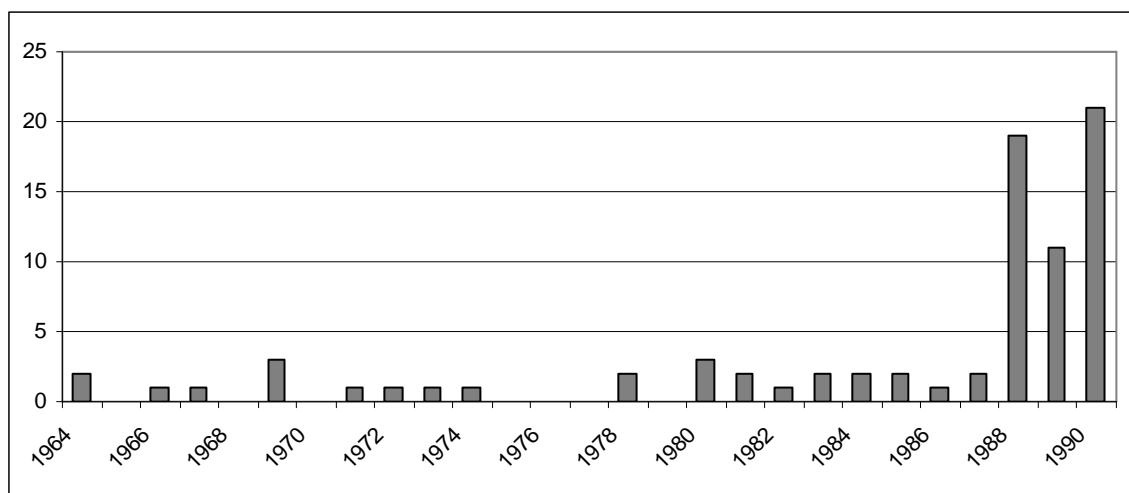
¹⁰⁶ Dans les années 60, la Ligue française de l'enseignement s'intéresse à la question des loisirs éducatifs, *a fortiori* à la télévision. Cela s'inscrit dans les problématiques énoncées *supra*, au sujet du média comme loisir populaire et surtout de l'influence des images sur les jeunes. C'est ainsi que la Ligue est amenée à interagir avec les milieux savants pour traiter ces questions : pour le travail dont il est question, il s'agissait bien d'étudier « le rôle des mass-media dans la vie des jeunes » (Leconte, 1973 : 113). Ceci dit, les interventions de cet organisme dans la recherche sur les médias méritent une investigation plus approfondie.

Chapitre 3. Ajournement des recherches académiques

Des années 70 aux années 80, les recherches sur les téléspectateurs sont quasi absentes dans le champ académique. Pour certains, il faut y voir l'échec du programme d'études sur les communications de masse. Il est vrai que la période se caractérise par la persistance du paradigme des effets forts, qui entraîne des interprétations sociales négatives de l'influence des médias. À cela s'ajoutent une domination de l'idée de réception comme standardisation et conformisme, héritée des thèses de l'École de Francfort, ainsi qu'un déficit de légitimité de la télévision au sein de l'opinion publique qui a pu atteindre le champ académique. De plus, la réorientation des projets engagés au sein du Centre d'étude des communications de masse, qui était apparu comme le foyer scientifique de naissance des téléspectateurs, a pu décevoir les ambitions de certains. De fait, la problématique est latente, mais peu exploitée. En conséquence, et corrélativement à l'absence de diffusion des travaux anglo-saxons sur les stratégies d'interprétation des messages médiatiques, la France est absente d'un pan de l'histoire internationale des recherches sur les téléspectateurs.

Nous constatons, voir la figure 9, que la quantité de publications sur les téléspectateurs ne « décolle » pas durant plus d'une vingtaine d'années : entre 1964 et 1987, nous recensons entre 0 et 3 textes par année, tandis qu'à partir de 1988, les quantités varient entre 7 et 48. Par ailleurs, entre 1978 et 1987, ceux-ci sont, pour majorité, signés des praticiens Jacques Durand et Michel Souchon¹⁰⁷ (13 textes sur 17) (voir le tableau 6), ce qui marque le cadre d'une seconde période dans notre corpus. Les articles sont publiés dans différentes revues, des champs du marketing (*Revue française du marketing*), des médias (*Hors Cadre*) et de la communication (*Cahiers de la communication*, *Communication et langages*). Nous recensons aussi des ouvrages, sous la forme de discours de témoins de l'industrie télévisuelle (Souchon, 1980) et de résultats d'enquête (Pierre, Chaguiboff, Chapelain, 1982 ; Boullier, 1987). Notons la présence d'un ouvrage qui réhabilite – déjà – la télévision, aujourd'hui étudié dans les universités (Missika, Wolton, 1983). Comment expliquer ce phénomène, alors que nous venons de montrer comment la décennie précédente a été celle de la naissance académique de l'objet « téléspectateurs » ? Quels sont les facteurs qui ont pu motiver un désintérêt ? Pourquoi les recherches ne se sont-elles pas développées davantage à partir du terrain de problématiques existant ?

Figure 9. Évolution des publications sur les téléspectateurs (1964-1990).



¹⁰⁷ La quantité de textes recensés pour J. Durand et M. Souchon est liée à notre mode de sélection. Mais, la majorité des publications de praticiens représente une tendance pour cette période.

Tableau 6. Publications sur les téléspectateurs en France (1978-1987).

Année	Reuves (articles)	Contributions à un ouvrage collectif	Ouvrages
1978	- Durand J., L'étude par panel du public de la radio-télévision française, <i>Revue française du marketing</i> , 74		
1980	- Durand J., La consommation audiovisuelle en Europe, <i>Com'7</i> - Durand J., L'évolution de l'audience à la télévision, <i>Revue française de communication</i> , 4		- Souchon M, <i>Petit écran, grand public</i>
1981	- Durand J., La consommation audiovisuelle en Europe, <i>Sonovision</i> - Durand J., La mesure automatique de l'audience de la télévision : le système AUDIMAT, <i>Revue française du marketing</i> , 87		
1982			- Pierre E., Chaguiboff J., Chapelain B., <i>Les nouveaux téléspectateurs de 9 à 18 ans</i>
1983	- Durand J., La consommation des médias : recherche d'un modèle, <i>Cahiers de la communication</i> , 5		- Missika J.-L., Wolton D., <i>La folle du logis</i>
1984	- Dayan D, Le spectateur performé, <i>Hors Cadre</i> , 4 - Durand J., Communication et effets, <i>Les Cahiers de l'INSIC</i> , 1		
1985	- Souchon M., Petit écran, grand public: des nouvelles récentes, <i>Ré</i> , 11	- Souchon M., La réception des émissions culturelles, in : <i>L'économie du spectacle vivant et l'audiovisuel</i>	
1986	- Durand J., Le rôle des sondages dans le domaine de l'audiovisuel, <i>Communication et langages</i> , 67		
1987	- Durand J., Vers une mesure internationale de l'audience de la télévision, <i>Médiaspouvoirs</i> , 8		- Boullier D., <i>La conversation télé</i>

3.1. Les téléspectateurs, absents des recherches ?

3.1.1. La représentation d'un échec du Cecmas

- *Diffusion d'une représentation*

À en croire les discours de certains chercheurs, l'introduction de la télévision dans le cadre des recherches sur la culture de masse durant les années 60-70 (voir le chapitre 2) a empêché purement et simplement la conduite d'enquêtes sur les téléspectateurs. Ce que dénonce, avec véhémence, la sociologue des médias Sabine Chalvon-Demersay (2003 : 503) : « Cette situation était liée sans doute au fait que la première manière de penser la télévision a été son intégration dans le cadre critique de la culture de masse. Ce cadre, au nom d'une certaine idée du public, contribuait paradoxalement à imposer une vision très réductrice des spectateurs, dont les pratiques sont décrites comme aliénées, atomisées, uniformes et instantanées. Cette vision simpliste empêchait du même coup l'invention de dispositifs empiriques appropriés à une compréhension plus subtile des mécanismes de réception, purement et simplement niés ».

À ce facteur s'ajoute un problème de légitimité du média, souligné, avec tout autant d'intensité, par Dominique Pasquier (2003b), elle aussi sociologue des médias : « Elles [les théories de la légitimité culturelle] ont de toute évidence contribué à ajourner tout travail sur les publics médiatiques en reléguant les pratiques des médias les moins légitimes comme la télévision au rang de pratiques de "privation" ». La critique est reprise lors d'un entretien (19 mars 2004) : « En France, on ne voyait pas l'intérêt qu'il y avait à travailler sur la télévision, à partir du moment où les théories de la légitimité culturelle ont imposé l'idée que c'est une conduite de privation décrite comme quelque chose qui est vide de sens (elle est un objet non légitime). Cette sociologie de la culture a été dominante en France jusque dans les années 90 ». La directrice de recherche CNRS fait référence aux tenants d'une sociologie culturelle française alors représentée par Pierre Bourdieu ; le sentiment est partagé par le chercheur en sciences de l'information et de la communication Dominique Boullier (entretien, 3 mars 2005) : « Dans les années 80, il y avait des enjeux théoriques plus généraux : toute la

domination d'une vision structuraliste non pas au sens levi Straussien mais plutôt bourdieusien, de la société, de la sociologie critique... c'était ça qui dominait ».

- *Pourtant, les archives révèlent un intérêt pour les téléspectateurs*

Les discours présents dans la littérature savante des années 70-80 ne correspondent pas à cette représentation : non seulement ils ne font pas tous l'impasse sur les téléspectateurs, mais ils affirment l'activité des récepteurs ainsi que la diversité de leurs réactions et interprétations. Par exemple, on trouve, dans la collection « Téma communication » – dirigée par Anne-Marie Laulan¹⁰⁸ – des éditions Téma, une série d'ouvrages publiés sur le thème de l'image et des médias¹⁰⁹. Dans l'un d'entre eux, *Télévision passive, télévision active*, Guy Gauthier, de la Ligue de l'enseignement, et Philippe Pilard, cinéaste (1972) proposent un bilan ouvert sur le fonctionnement, les conditions d'exercice et l'impact social de la télévision. Leur discours sur le média et l'activité des téléspectateurs est encourageant : « Au moment même où le plus optimiste ne peut que se désespérer de voir la plus grande entreprise de spectacle de France condamnée à alterner les divertissements les plus niais et la propagande électorale à sens unique, voici que le développement technologique nous offre une seconde chance [...]. Tandis que les satellites menacent les monopoles nationaux, la câblodiffusion et les vidéocassettes remettent en cause le pouvoir de l'araignée au centre de sa toile. Un second âge s'annonce, où le téléspectateur pourra non seulement choisir des programmes étrangers, mais aussi capter des émissions fabriquées à quelques kilomètres de là » (Gauthier, Pilard, 1972 : 10).

Pour ces auteurs, dont le discours est fondé en partie sur ceux de sociologues, les travaux sur la télévision sont suffisamment riches et nombreux en 1972 pour en esquisser un bilan. De plus, leur propos constitue les prémisses d'une approche ethnographique des recherches sur les téléspectateurs, dominante en France dans les

¹⁰⁸ A.-M. Laulan est aujourd'hui professeur émérite en sciences de l'information et de la communication à l'université Bordeaux 3. Elle a participé aux côtés de R. Escarpit et J. Meyriat à la création de la Société française des sciences de l'information et de la communication (Sfsic) et à l'institutionnalisation universitaire des Sic (voir Escarpit, Meyriat, 1992).

¹⁰⁹ Par exemple, A. Willener, G. Milliard, A. Ganty, 1972, *Vidéo et société virtuelle* ; M. Souchon, dir., 1973, *Anatomie d'un feuilleton* : François Gaillard ; G. Gauthier, 1974, *L'actualité, le journal et l'éducation : comment le journal nous enseigne l'histoire*.

années 90 (voir le chapitre 7). En effet, ils insistent sur la domesticité du média : « La télévision nous intéresse justement dans la mesure où elle participe étroitement de la vie quotidienne. [...] Le téléspectateur n'est pas un individu arraché à son milieu et à ses habitudes. Bien au contraire, la télévision est devenue l'une de ses plus chères habitudes. Son mode de vie, son cadre de vie, son rythme de vie ont été modifiés par la télévision dans la vie domestique. [...] Oublier que la télévision diffuse ses messages dans ce cadre domestique où les conditions de réception sont très particulières, revient en fait à délaissier une large part de la spécificité du médium » (*ibid.* : 15-19).

Bien que peu nombreux, des discours – académiques et/ou professionnels – sur les téléspectateurs sont diffusés durant les années 70. Le sociologue Patrick Champagne (1971) évoque les conditions sociales de réception sur les messages audiovisuels ; Jean Cazeneuve (1972, 1974, 1976), alors président de la Société nationale de télévision TF1, écrit plusieurs textes, notamment sur l'influence de la télévision dans l'organisation familiale, sur le rapport de la télévision à la société ainsi que sur les communications de masse. En 1973, Francis Balle et Jean Padioleau publient la traduction d'un texte d'Elihu Katz, daté de 1956, qui présente aux lecteurs français la théorie des deux étages de la communication (*Two step flow of communication*, voir le chapitre 1). En 1980, Francis Balle écrit la première édition de *Médias et sociétés*. La même année, Michel Souchon s'interroge sur la notion de grand public, tandis que – à nouveau – une enquête est menée sur la réception de la télévision par des enfants et adolescents : *Les nouveaux téléspectateurs de 9 à 18 ans* (Chapelain, Chaguiboff, Pierre, 1982)¹¹⁰.

Compte tenu de ces quelques publications qui traduisent l'existence d'un intérêt pour la question des téléspectateurs, nous pensons que les discours cités en début de chapitre, sur l'ajournement des travaux sur la réception médiatique, traduisent la diffusion d'une représentation d'un champ académique hermétique à ces problématiques. Celle-ci a pu se constituer durant les années 80, dans la mesure où elle est présente dans le discours de chercheurs qui étaient étudiants à Paris puis ont intégré le champ académique à ce

¹¹⁰ Pour une présentation de cette enquête, voir la partie 2.2.3.

moment-là¹¹¹ – e.g. Sabine Chalvon-Demersay a soutenu une thèse en sociologie en 1981 et est entrée au CNRS deux ans plus tard, Dominique Boullier a achevé son doctorat à l'EHESS en 1987.

Il est vrai que la période se caractérise par la domination de l'idée de réception comme standardisation ainsi que par un déficit de légitimité de la télévision au sein de l'opinion publique qui a pu atteindre le champ académique. De plus, la réorientation des projets engagés au sein du Centre d'étude des communications de masse, qui était apparu comme le foyer scientifique de naissance des téléspectateurs, a pu décevoir les ambitions de certains. Mais, cela ne signifie pas qu'il y ait eu un désintérêt massif pour l'objet « téléspectateurs ». Ce, d'autant plus que la constitution de cette représentation est aussi l'effet d'un raccourci historique devenu une explication épistémologique.

- *Des perspectives sociologiques concurrentes*

En effet, la réorientation du programme scientifique du Centre d'étude des communications de masse, ainsi que l'interprétation de la réception des travaux des sociologues des communications de masse par les sociologues de la culture ont été traduits, au sein du champ académique, par un échec de l'étude des *mass media*, sur le mode du raccourci. Par exemple, Éric Maigret (2003a : 157) résume ainsi la situation : « En France, les importantes traditions de recherche défendues au sein du Cecmas par Georges Friedmann et surtout Edgar Morin [...], attachés à la fois à une critique des industries culturelles et à la défense des nouvelles cultures, se sont évanouies dans les années 70 avec le retour ou plutôt la quasi découverte des travaux de l'École de Francfort. Le triomphe d'une sémiologie centrée sur les contenus dans les deux pays et l'affirmation d'une sociologie française de la culture assez hostile à l'étude des médias de masse, celle de Pierre Bourdieu, ont longtemps rendu illégitime une attitude plus tolérante, aussitôt qualifiée de "populiste" ». Avant de revenir sur l'histoire du Cecmas, il nous faut évoquer les effets de perspectives sociologiques concurrentes.

¹¹¹ Dans ce chapitre, nous présentons les facteurs qui ont influencé la conduite de recherches sur les téléspectateurs, et qui, de fait, participent de la représentation mentionnée. Ils n'explicitent pas entièrement la constitution de cette dernière qui porte plus largement sur la télévision.

En 1962, le sociologue français Edgar Morin, l'un des personnages importants de l'animation du Cecmas et de la revue *Communications* (voir le chapitre 2), publie *L'esprit du temps*. La réception de cet ouvrage par Pierre Bourdieu et Jean-Claude Passeron (1963) a contribué à alimenter une perception de la réception télévisuelle comme activité d'identification. Edgar Morin est un des introducteurs en France des théories de l'industrie culturelle (voir *infra*). Dans ce livre, d'une part, il traite d'une culture de masse engendrée par les médias, qui serait en réalité une culture moyenne, faite de produits vulgarisés, simplifiés pour la bonne compréhension du plus grand nombre. D'autre part, il évoque un mécanisme d'identification spectatorielle, repris par Francis Balle (1980 : 673) : « L'identification suscite un désir d'imitation ». Il signifie que la culture de masse fabrique des idéaux types à partir des modèles diffusés à la télévision, auxquels les spectateurs s'identifient. De fait, le mimétisme de masse, *i.e.* à grande échelle, entraîne un conformisme des comportements et des attitudes, et exclut toute forme de réception diversifiée.

Un an après la parution de l'ouvrage, Pierre Bourdieu et Jean-Claude Passeron (1963) formulent des critiques à l'encontre de ces analyses sur la culture de masse, dans l'article « Sociologues des mythologies et mythologies des sociologues ». À travers celles-ci, c'est l'opposition entre les sociologues de l'éducation et de la culture et ceux des communications de masse qui se manifeste¹¹². En 2004 encore, au sujet des adversaires du Cecmas, Edgar Morin (2004 : 78-79) l'évoque : « L'opposition est venue après, de P. Bourdieu. Il pensa, avec R. [J.-Cl.] Passeron, que ce livre, dont il surestimait le succès, était un grand danger intellectuel parce que ma thèse générale était qu'il y avait un côté universel dans le cinéma. [...] C'était l'époque où, au contraire, il voulait montrer que l'habitus déterminait tous les goûts, les couleurs... Toujours est-il que ce livre, pas seulement à cause de cette attaque de Bourdieu, n'est pas entré dans les classiques sociologiques parce qu'il n'était pas sociologique au sens classique ». Nous avons vu que, dans l'article en question, Pierre Bourdieu et Jean-Claude Passeron posent la question de la diversité des réceptions (voir le chapitre 2). Ce faisant, ils s'en

¹¹² En France, dans les années 60, un groupe de sociologues – représentés par R. Barthes, G. Friedmann, E. Morin – étudiait les communications de masse dans le cadre du Cecmas (voir la partie 2.3) et diffusait ses travaux *via* la revue *Communications*. D'autres sociologues, ceux de la génération suivante comme P. Bourdieu et J.-Cl. Passeron, travaillaient au Centre de sociologie européenne (CSE), dont ils animaient les *Cahiers*. Ph. Masson (2001 : 488) explique les facteurs générationnels, sociaux et institutionnels de concurrence entre ces deux perspectives sociologiques.

prennent ouvertement aux chercheurs du Cecmas. Par exemple, ils (1963 : 1002) accusent ceux qu'ils nomment les « massmédilogues » de se dispenser « de prendre en compte les différences entre les catégories sociales, qu'il s'agisse de l'accès aux *mass media* ou de l'attitude à l'égard des messages qu'ils transmettent » : « Les *mass media* peuvent bien véhiculer les messages les plus divers et rencontrer les audiences les plus inégalement réceptives, les massmédilogues, jouant de l'effet de halo se contentent de réveiller le modèle archétypal du conditionnement par l'image publicitaire ».

Or, en 2002, Éric Macé propose une relecture de *L'Esprit du temps* afin de « dissiper un malentendu préjudiciable [...] issu de la lecture faite à l'époque par Pierre Bourdieu et Jean-Claude Passeron ». Le sociologue explique comment les positions d'Edgar Morin à l'égard de la problématique de la réception ont été mal comprises : « La charge est en effet rude puisqu'il s'agissait rien moins que de "bannir de l'univers scientifique" cette "vulgate pathétique" relative à la culture de masse. La critique majeur faite à Morin porte sur l'idée d'une culture de masse hégémonique et "enchantée" qui serait devenue – à la Francfort – un *imaginaire des masses*, faisant fi de la diversité et de la complexité des usages, des pratiques culturelles et des contextes de "réception". [...] Or, comme le précise Morin, *L'Esprit du temps* n'est pas une étude sur les usages de la culture de masse par les individus ». Autrement dit, une rivalité entre les sociologues de la culture et ceux des communications de masse des années 60 a participé de la diffusion d'une représentation uniforme de la réception médiatique. Celle-ci peut être reliée au « pluralisme sociologique » étudié par Claude Dubar (2006)¹¹³.

3.1.2. Développement de l'approche sémiologique

Nous avons évoqué que le changement d'intitulé du Cecmas en Centre d'études transdisciplinaires. Sociologie, anthropologie, sémiologie (Cetsas) en 1973, traduit une réorientation des problématiques, sous l'impulsion notamment de Roland Barthes et Edgar Morin. Michel Souchon (entretien, 2 fév. 2005) témoigne combien le linguiste Roland Barthes était une, sinon « la », figure dominante à ce moment-là : il « donnait

¹¹³ Cl. Dubar (2006 : 1) atteste de l'existence d'un « pluralisme des théories, méthodes et points de vue de la discipline, [...] des *pratiques* de la sociologie, [...] recevable et co-existant dans chaque pays à l'intérieur de la sociologie comme discipline "académique" ».

des instruments pour l'analyse de contenu des médias, donc l'analyse de contenus était le domaine noble des études sur les médias ». Dès lors, « les gens avaient un peu tendance à penser que, à partir du moment où ils étudiaient le contenu des médias, ils avaient un bon aperçu de ce qu'il y avait dans la tête des gens, de l'identité des lecteurs, auditeurs, téléspectateurs »¹¹⁴.

- *Les capacités limitées des récepteurs*

Après avoir expliqué comment les communications de masse sont pourvoyeuses de mythes (1957), Roland Barthes (1964) inscrit les images médiatiques parmi les objets d'étude de la sémiologie, ou science des signes¹¹⁵. Il déplore que les médias reproduisent l'ordre établi en diffusant des systèmes de signes perçus comme naturels par les publics : ceux-ci sont « incapables de percevoir les messages comme connotés [...] car ils sont peu informés, peu cultivés ou n'ont pas le temps de développer leurs compétences » (Maigret, 2003a : 119). Ainsi, aux fondements de la sémiologie barthesienne y a-t-il une approche théorique et méthodologique (notamment héritée de la linguistique saussurienne), et une représentation de l'incapacité des récepteurs à interpréter les messages médiatiques autrement que dans leur signification immédiate (le sens dénoté). La domination de cette approche en France a pu freiner la conduite d'enquêtes empiriques sur les téléspectateurs : celles-ci semblaient inutiles en raison des capacités de décodage limitées de ces derniers. En résumé, l'analyse de la signification d'une image revenait à identifier sa réception.

¹¹⁴ La thèse réalisée par M. Souchon entre 1965 et 1968 constituait déjà un écart par rapport aux problématiques développées par les représentants du Cecmas, explique le sociologue (entretien, 2 fév. 2005) : « Assez vite, dans ce groupe qui essentiellement faisait des études de contenu, j'ai eu envie d'aller sur le terrain, voir les gens, les téléspectateurs ».

¹¹⁵ É. Maigret (2003a : 117-118) livre une définition de l'approche sémiologique : « La sémiologie des communications de masse des années 60-70 construit la science des signes sur le modèle linguistique en étendant à tous les supports médiatiques (cinéma, télévision, bande dessinée, etc.) et à tous les systèmes de signes (des images aux produits de consommation tels que le vêtement ou la nourriture) la distinction entre signifiant et signifié et celle entre dénotation et connotation. Pour des auteurs tels que Roland Barthes ou Umberto Eco, issus du champ littéraire, le phénomène permettrait de décrire l'univers social dans lequel nous sommes plongés comme recouvert d'une large couche de signes véhiculés par les médias, sorte de seconde peau étouffant l'expression et la liberté ».

Par la suite¹¹⁶, ces thèses ont été reprises par Christian Metz pour l'étude des films cinématographiques ; diffusées dans des séminaires à l'EHESS¹¹⁷, elles ont été appliquées aux images de télévision. Par exemple, une des étudiantes du sémiologue, Rosemarie Meyer (1993), a réalisé une enquête sur la réception d'un film scientifique par des africains et par de jeunes enfants : l'auteur a diffusé un film expérimental scientifique muet préalablement réalisé par ses soins, sur le thème des énergies renouvelables et non renouvelables à des groupes d'individus en Afrique, plus ou moins analphabètes et plus ou moins habitués à recevoir ce type de produit audiovisuel. Lors d'un entretien téléphonique (31 mai 2005), Rosemarie Meyer¹¹⁸ explique que l'étude, menée dans le cadre d'une thèse en linguistique et sémiologie dirigée par Christian Metz et soutenue en 1989 à l'EHESS, s'est organisée en trois phases : l'analyse sémiopragmatique du film – d'autant plus précise que celui-ci avait été construit par l'auteur, à dessein –, la diffusion puis l'étude de réception *via* l'observation, pendant la séance de la présentation du document (explications, utilisation...) par un animateur, l'enregistrement de celle-ci afin de saisir quelques réactions visibles (rires, manifestation d'émotion...), la conduite d'entretiens individuels. Les entretiens avaient pour objectif principal, précise-t-elle, de « faire parler l'individu » afin de relier les propos aux différents éléments du film – cela n'étant possible que par une connaissance intime de la construction du produit¹¹⁹.

¹¹⁶ Ici, nous dépassons le cadre de la période étudiée (pour ce chapitre), afin de présenter une filiation intellectuelle française initiée dans les années 60 et poursuivie jusqu'à aujourd'hui, mais pouvant être considérée comme dominante entre 1974 et 1987.

¹¹⁷ L'École des hautes études en sciences sociales (EHESS) succède à l'École pratique des hautes études (EPHE) en 1975.

¹¹⁸ À la suite de cette thèse, R. Meyer a mené une carrière d'enseignant-chercheur en sciences de l'éducation de l'université Paris 8 où elle a continué à travailler sur les médias et sur les aptitudes cognitives et sémiotiques des récepteurs. Sa thèse a été publiée en 1993 aux éditions Argument qui ne l'ont pas beaucoup diffusée, indique-t-elle lors de notre conversation. Elle a constitué en 1990 une partie d'un rapport de recherches pour l'Institut national de recherche pédagogique (INRP) intitulé « À propos de la réception d'un film de vulgarisation scientifique par des enfants de 7 à 9 ans en situation scolaire ».

¹¹⁹ Une démarche similaire a été conduite, avec le même film, auprès d'enfants de classes de CE1 et CE2 (âgés de 7 à 9 ans) de milieux urbains et ruraux, afin d'identifier « ce que les spectateurs attendent » et surtout « ce qu'ils comprennent ou non dans le film ». Ce travail de recherches a permis à l'auteur d'identifier un problème de compréhension récurrent, manifesté par une attitude de rejet, lorsque les images présentaient une scène « étrangère » (souvent en terme de culture) au spectateur, qui la traduisait comme une « erreur ». Ces différences dans les représentations l'ont conduite à identifier trois éléments intervenant dans la relation construite par les enfants à ce qui est montré : le contexte (culturel, social, etc.), l'école (ce qu'on en dit à l'école) et les habitudes télévisuelles – à ce moment-là (milieu des années 80), les médias et notamment la télévision étaient encore peu présents dans les programmes scolaires et les systèmes de références (voir Meyer, 1993).

- *L'étude des téléspectateurs dans les textes*

Surtout, dans les années 80 à 90, les héritiers français de cet axe, devenus pour certains des sémio-pragmaticiens¹²⁰, ont développé les « théories de la réception idéale », pour reprendre l'expression de Guy Lochard et Jean-Claude Soulages (1998 : 205-206). Celles-ci consistent à étudier les décodages possibles des œuvres médiatisées : les chercheurs reconnaissent les capacités d'interprétation des individus, mais ne procèdent pas « à une vérification autre qu'intuitive de cette autonomie spectatorielle dont ils analysent cependant les conditions de possibilité. [...] Tout document audiovisuel est donc, à l'origine, chez le spectateur, de processus de construction inférentielle de "figures anthropoïdes" (témoin, artiste, etc.) qui règlent sa réception et qui sont au fondement [...] de typologies progressivement affinées de positions de réception "idéale" possiblement soumises à des vérifications empiriques »¹²¹ (*ibid.*). Il ne s'agit donc pas de nier l'existence du spectateur dans l'acte de communication médiatique, mais ses décodages « possibles » sont formulés par le chercheur à partir d'une analyse des contenus audiovisuels.

Selon nous, le linguiste Patrick Charaudeau et le littéraire François Jost¹²² sont les deux principaux théoriciens de la réception idéale en France. Pour le premier, l'analyse des communications médiatiques repose sur l'idée de « contrat de communication ». Postulant que tout acte de communication est interactionnel et contractuel, Patrick Charaudeau (1991 : 16) affirme qu'il existe un contrat médiatique, qui « relie une *instance de production* qui est composée de professionnels des médias [...] et une *instance de réception* qui est composée de récepteurs-citoyens, tout venant (lecteurs, auditeurs, téléspectateurs), *absents* » (l'auteur souligne). En ce sens, l'efficacité d'une communication médiatique, *i.e.* l'intercompréhension entre les deux instances, repose uniquement sur les stratégies de discours mises en œuvre par les protagonistes – d'un débat médiatisé par exemple –, c'est-à-dire leur adéquation ou non aux termes du

¹²⁰ Sur l'évolution entre sémiologie et pragmatisme, voir Maigret, 2003a : 117-123.

¹²¹ Aux théories de la réception idéale, G. Lochard et J.-Cl. Soulages (1998 : 207-210) opposent celles de la réception effective, développées dans le cadre de l'ethnographie de la réception (voir le chapitre 7) : elles consistent, dans une démarche empirique, à s'interroger « sur les compétences en réception de publics concrets, sur leurs capacités à construire les sens des messages, autrement dit à les interpréter et à se les approprier ».

¹²² F. Jost soutient une thèse en lettres en 1983, sous la direction de G. Genette, sur le thème : *Du Nouveau Roman au Nouveau Romancier. Questions de narratologie*.

contrat. Dans ce cadre, l'étude de la réception consiste à mesurer les écarts entre les effets possibles engendrés par la mise en scène des débats et les effets perçus par différents types de spectateurs.

Le second, François Jost, engage une polémique avec le linguiste, lorsqu'il pose l'existence d'attentes des téléspectateurs : pour lui, l'activité de réception d'une image télévisuelle consiste à réinvestir des savoirs au sujet du dispositif télévisuel afin de (se) « constituer des attentes ». L'étude des communications médiatiques doit donc consister à repérer les différentes instances énonciatrices d'une œuvre, « non pour soutenir que le film ou le document audiovisuel ne prennent leur sens qu'en fonction de l'intention de l'auteur, mais pour montrer que l'hétérogénéité de leurs réceptions s'ancre dans des constructions spectatorielles différenciées de cette intention » (Jost, 1992 : 12) : la diversité des réceptions est ici étroitement liée à la pluralité des intentions auctoriales. Il théorise la « promesse des genres », « qui entraîne, chez le spectateur des attentes, que la vision du programme met à l'épreuve (l'écart entre les deux expliquant parfois la différence entre l'audience d'une émission et son indice de satisfaction) » (Jost, 1997). Pour l'auteur, l'instance de réception n'est pas complètement absente de la communication médiatique, puisqu'elle est présente au moment de la fabrication des dispositifs. Par exemple, il montre comment le titre de certains programmes télévisuels indique de manière explicite le public auxquels ceux-ci s'adressent, et/ou contient le type de relation que la télévision met en place avec le spectateur. Mais, ajoute-t-il, l'idée de promesse est unilatérale dans la mesure où elle n'engage que son émetteur ; l'étude des communications télévisuelles doit prendre en compte les compétences interprétatives du récepteur : « Si la finalité rhétorique des étiquettes est de peser sur les attentes, elles doivent composer avec la compétence du téléspectateur, qui interprète les documents en fonction de savoirs et de croyances attachés à des genres audiovisuels préexistant parfois à la télévision (les actualités, le documentaire, le film de fiction), et en fonction de savoirs et de croyances propres à la relation de l'image à son objet » (*ibid.*). Dès lors, trois attitudes interprétatives – « c'est pour de vrai », « c'est pour de faux », « c'est pour rire » – peuvent se manifester à l'instant T du contact entre l'image médiatique et l'individu, correspondant à autant de modes d'énonciation – « informatif, fictif, ludique » –. La production de sens d'une œuvre audiovisuelle se constitue autour de sa réception telle que celle-ci peut être imaginée et/ou préconçue *via* les intentions auctoriales.

Que l'on se réfère au « contrat de communication » ou à la « promesse des genres », il faut retenir que l'approche sémiologique n'envisage pas directement d'enquête sur le terrain destinée à mesurer empiriquement l'efficacité des communications médiatiques. Cette étape est confiée à d'autres, par exemple aux tenants de la psychologie sociale langagière pour Patrick Charaudeau¹²³. De fait, elle peut être perçue comme une impasse pour les études de réception, puisque l'activité du téléspectateur n'est prise en compte qu'à travers le texte télévisuel¹²⁴. De plus, ceci nous conduit à interroger la définition des travaux sur les téléspectateurs : étudie-t-on l'objet quand on ne l'interroge pas directement (voir le chapitre 9) ?

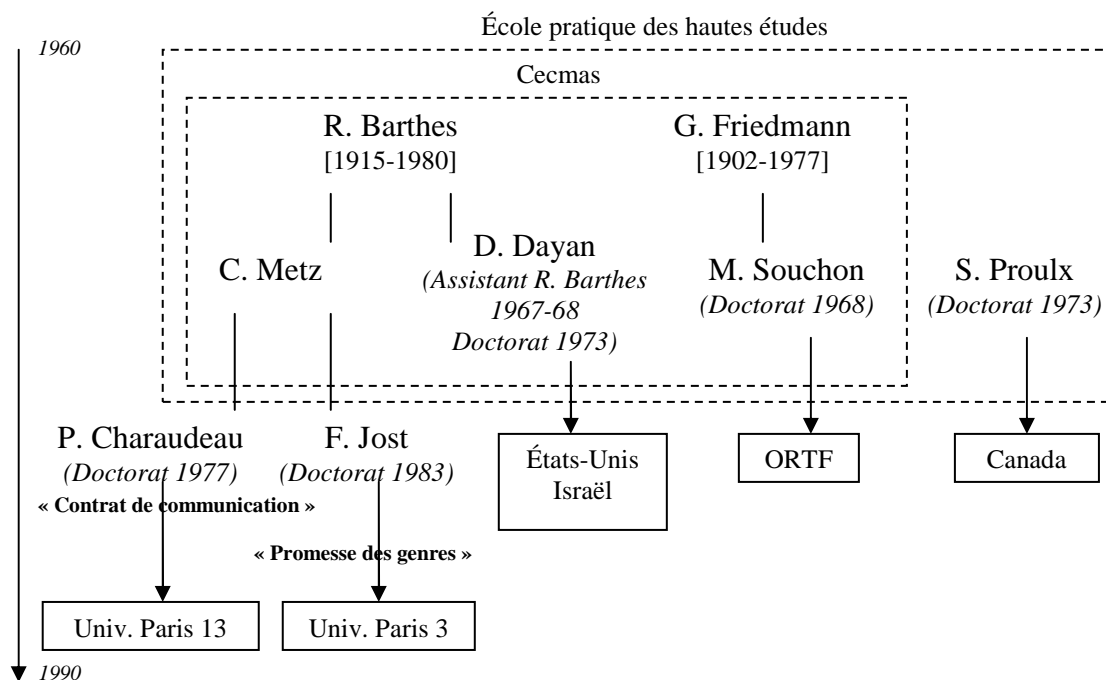
Nous avons dépassé le cadre prévu pour ce chapitre, afin de présenter une lignée de chercheurs inscrits dans une filiation intellectuelle sémiologique initiée en France par Roland Barthes (voir la figure 10). Cette approche a pu être dominante entre 1974 et 1987, en l'absence d'autres : nous représentons également, sur la figure, trois étudiants de l'École pratique des hautes études qui, durant cette période, se trouvent à l'étranger (Daniel Dayan est entre les États-Unis et Israël, Serge Proulx enseigne dans son pays natal, le Canada) ou ont intégré l'industrie télévisuelle (Michel Souchon). En effet, face à la domination des analyses sémiologiques de contenu, certains comme Michel Souchon n'ont pas trouvé leur place au sein du champ académique : « J'ai eu envie de continuer à faire des études empiriques, cela me semblait intéressant et important. Il n'y avait pas beaucoup d'endroits où aller, j'ai pensé à un moment aller à la Sofres, un des grands instituts qui faisait des études pour le compte de l'ORTF ; finalement, je me suis dit : pourquoi ne pas aller à l'ORTF, et avec la recommandation de ma thèse... C'était encore le moment, c'étaient les dernières années, où on pouvait pousser la porte sans trop de difficultés. Toutes ces années 60, il y avait beaucoup d'argent, il y avait un million de postes nouveaux, donc c'est une période où on pouvait construire la maison de la radio, lancer la deuxième chaîne, passer à la couleur, etc. Donc c'est un moment

¹²³ À plusieurs reprises, des travaux ont été conduits au Centre d'analyse des discours (CAD) dirigé par P. Charaudeau, qui associaient une étude de contenu d'un dispositif médiatique (*e. g.* l'émission de débat littéraire *Apostrophes*) et une étude de leur réception, menée par Cl. Chabrol dans une optique psychosocio-langagière (voir Charaudeau, 1991).

¹²⁴ Ceci renvoie à la critique formulée par Daniel Dayan (1992 : 147) au sujet des travaux qui parlent « "du" public ou "au nom du" public » (voir le chapitre 6).

où on pouvait relativement facilement rentrer à l'ORTF. C'est comme ça que je suis passé du côté académique au côté professionnel » (entretien, 2 fév. 2005)¹²⁵.

Figure 10. La filiation intellectuelle sémiologique en France, des années 60 aux années 90.



3.2. Du paradigme dominant de la seringue hypodermique à celui du conformisme

Au cours des années qui ont suivi la Seconde Guerre mondiale, le paradigme dominant en Europe et aux États-Unis était celui de la « seringue hypodermique », *i. e.* des effets des médias. D'une part, les événements durant le conflit international ont entraîné une crainte des médias de masse et de leur pouvoir de diffusion, voire de propagation des idéologies. D'autre part, en 1948, la « question programme » énoncée par Harold Lasswell (voir le chapitre 1) a fait figure d'autorité jusqu'en 1960. Pourtant, d'autres travaux américains ont relativisé l'idée de la toute-puissance des médias ; de même, en France, très tôt, la question de l'activité des usagers face aux messages a figuré dans les discours des chercheurs. Néanmoins, au cours des années 70, le climat est encore à la

¹²⁵ D'autres chercheurs, à l'instar de D. Boullier (voir l'annexe 8h), étudiant au début des années 80, ont traversé l'Atlantique afin de se familiariser avec le courant empirique nord-américain.

crainte des effets de la télévision, alors que la question est dépassée depuis plusieurs années.

3.2.1. Comment la théorie des effets forts devient un modèle

- *La métaphore de la seringue hypodermique s'installe*

La métaphore de la « seringue hypodermique », dont la paternité est attribuée au chercheur américain Harold Lasswell (voir Maigret, 2003 : 54-60) consiste à affirmer que « les médias *injecteraient* des modèles de comportement et attitudes dans la conscience d'individus passifs et atomisés constituant une *masse* amorphe » (Breton, Proulx, 2002 : 147). Dès lors, les appareils médiatiques étaient dotés de capacités d'influence importantes. Nous avons vu les origines théoriques de ce modèle (voir le chapitre 2). De nombreux auteurs s'accordent pour souligner l'impact que celui-ci a eu sur les recherches sur les communications de masse jusqu'en 1960 : quels en sont les facteurs ? Une première explication est la diffusion de cette pensée en France : en 1973, la traduction d'un texte du politologue américain publié en 1948 (« Structure et fonction de la communication dans la société ») figure au sommaire du recueil de *Textes essentiels* dirigé par Francis Balle et Jean Padioleau. D'autres sont reliées à des préoccupations directement en lien avec le développement de la télévision et d'une société de masse.

Francis Balle (1980 : 675) explique les facteurs qui ont participé à ériger les conclusions d'Harold Lasswell en modèle. D'abord, ce dernier correspond à une série d'inquiétudes exprimées notamment par les « éducateurs, parents ou les professeurs » au sujet de l'influence de la télévision : « À des titres divers les uns et les autres étaient soucieux d'évaluer, sinon de mesurer, l'influence des nouvelles "usines à messages" ».

Ensuite, le modèle s'accordait parfaitement avec les approches dominantes (le behaviorisme et la sociologie, voir le chapitre 1) et surtout avec les représentations de la société comme société de masse, *i. e.* atomisée : « Le sociologue se représente la société sous les traits d'une multitude d'individus isolés les uns des autres, exposés à la seule influence des médias. Dans une telle situation, les individus n'offrent aucune

résistance » (*ibid.* : 676). La production industrielle des produits culturels après 1945 amorçait l'idée d'une culture de masse : « Homogénéisant les différents publics auxquels elle s'adresse, elle renouvelle les stratifications sociales traditionnelles de la culture » (Goetschel, Loyer, 1995 : 115). On parle alors d'un « grand public », d'autant plus que les médias affirment leur volonté de diffuser des programmes qui s'adressent au plus grand nombre. Ceci a pour effet d'accroître le rôle des sondages et études d'opinion : « Les consommateurs de produits commerciaux ou de biens culturels constituent un marché qu'il faut connaître au plus près » (d'Almeida, Delporte, 2003 : 199) (voir le chapitre 4). Mais, le croisement de ces deux représentations de l'idée de « masse » conduit le champ scientifique à un paradoxe¹²⁶ : celui de négliger la diversité des réceptions, tout en reconnaissant les capacités d'interprétation des individus.

Enfin, il semble que la question des effets ait souvent été pensée en distinguant deux catégories de personnes, celles qui les subissent et celles qui y résistent : « Les intellectuels sont persuadés de réussir à échapper aux effets par une sorte d'effet magique et les effets aliénants et abrutissants de la télévision s'exercent sur les autres. On le retrouve de manière systématique dans un certain nombre de textes de sociologues ou de chercheurs, mais on le retrouve aussi dans le discours plus courant sur la télévision : le discours des journalistes » (Brigitte Le Grignou, entretien, 12 sept. 2006). De fait, ceci peut exclure l'idée même d'observer cette influence, dans la mesure où elle est considérée comme inévitable chez ceux qui ne possèdent pas la capacité de la rejeter, *i.e.* les « autres ».

- *Interprétations négatives de l'influence des médias*

Dans cette configuration, l'opinion publique américaine (mais aussi européenne) est encline à interpréter toute action en lien avec les médias sur le modèle des effets puissants. Par exemple, en 1960, les individus ont fermement cru que le duel télévisé entre les deux candidats à la présidence des États-Unis, John F. Kennedy et Richard Nixon, a influencé le résultat du scrutin, *i.e.* la victoire d'un candidat peu connu, appartenant à une minorité catholique sur un adversaire « donné gagnant par les experts

¹²⁶ Il faut rappeler qu'en France, le changement dans les modes d'accès aux produits engendré par la diffusion généralisée des supports de communication a entraîné une « crise culturelle [...] violente » (Goetschel, Louyer, 1995 : 62) ; ce, dès le milieu des années 30, soit avant l'arrivée de la télévision.

du monde politique et de la presse nationale » (Balle, 1980 : 774). Malgré des démentis scientifiques, cette interprétation s'est répandue au sein de l'opinion scientifique et a accentué la crainte du pouvoir de la télévision, d'autant plus qu'elle était soutenue par le chercheur canadien Mashall Mc Luhan (1968)¹²⁷.

3.2.2. Des réceptions standardisées

En France, la réception de la thèse de la seringue hypodermique a été davantage nuancée qu'aux États-Unis. En réalité, il n'y a pas eu de débat sur la passivité des usagers dans l'Hexagone, dans la mesure où les capacités d'interprétation et de réaction de ceux-ci ont été établies *de facto* : dès les années 50, la RTF cherchait à connaître les opinions et attentes des individus tandis que ceux-ci se manifestaient eux-mêmes (voir la partie 2.2.1). En revanche, l'activité de réception a été pensée sur le mode de la standardisation, de l'identification et de la propagande. Autrement dit, la télévision n'injecte pas des effets puissants aux individus, mais elle exerce une influence, négative pourrait-on dire, puisqu'elle conduit à des comportements conformistes.

- *L'affirmation canadienne des capacités de réaction de l'utilisateur*

Pour comprendre le système de pensée développé à l'égard de la télévision et de son influence en France, l'exploration de l'ouvrage *Pour comprendre les médias* écrit par le sociologue canadien Marshall Mc Luhan (1968) est éclairante. Publié en 1964 sous le titre *Understanding Media*, l'essai est traduit en français quatre années plus tard, soit assez rapidement en comparaison d'autres textes (voir *infra*). À la suite du paradigme des effets forts, le chercheur y reconnaît un pouvoir de la télévision : il s'interroge sur la possibilité de « s'immuniser contre l'action subliminale d'un nouveau médium comme

¹²⁷ M. Mc Luhan explique (1968 : 375-376) que la télévision exerce une influence dès lors que l'individu exprime une réaction. Ceci signifie que les contenus doivent faire participer le téléspectateur pour remporter son adhésion : « Quand sa simple apparence classe une personne, comme c'était le cas de Nixon, le téléspectateur n'a rien à compléter ou à "remplir". Il éprouve un sentiment de malaise devant l'image. [...] Le médium froid de la télévision ne supporte pas les personnages typés, qui frustrent le téléspectateur du plaisir de "remplir" ou de compléter l'image. Le président Kennedy ne ressemblait ni à un homme riche ni à un politicien. Il aurait pu être épiciier, professeur ou entraîneur d'équipe de football ».

la télévision » et affirme la nécessité de « résister » (*ibid.* : 373). Mais, il soutient la thèse selon laquelle l'usager est capable de réaction face à l'action des messages¹²⁸, à l'encontre des partisans d'un téléspectateur passif et conditionné : « La réflexion banale et rituelle du lettré classique, que la télévision s'adresse à un public passif, est fort éloignée de la réalité » (*id.* : 382). Ainsi, le sociologue reconnaît-il que la télévision exerce des effets : ceux-ci sont activés par les comportements que les usagers mettent en œuvre, en réponse à ce qu'ils entendent et voient. Selon lui, la participation du public est intrinsèquement liée au phénomène d'influence : « Le téléspectateur est participant et profondément engagé. [...] Un médium froid, qu'il s'agisse de la parole, du manuscrit ou de la télévision, laisse plus de place à la participation du lecteur ou de l'auditeur qu'un médium chaud » (*id.* : 362-363).

En ce sens, le constat de l'influence de la télévision n'est pas sous-tendu par des sentiments de panique, de crainte, de persuasion négative comme l'est la théorie de la seringue hypodermique (qui fait de l'individu un être passif). Au contraire, la télévision aurait une dimension cognitive enchantée, dans la mesure où elle suscite une soif euphorique de connaissance : « Depuis la télévision, le public exige non seulement de savoir mieux, mais de savoir davantage, dans tous les domaines du savoir » (*id.* : 377). Cette pensée est diffusée en France à la fin des années 60 ; elle y croise des identifications de la nature de cette influence, qui vont conduire à envisager la réception sous le sceau de l'uniformité.

- *Domination des thèses de l'École de Francfort*

Dès les années 30, le paysage scientifique européen a été dominé par les thèses de l'École de Francfort. Nous avons vu, au chapitre 1, comment Theodor Adorno a forgé le modèle d'une réception passive standardisée des moyens de communication de masse. Dans les années 70, la pensée est relayée par le philosophe Herbert Marcuse qui affirme – ou confirme – l'asservissement et l'instrumentalisation de l'individu par la société (voir Mattelart, 1995 : 44-45). À ce moment-là, ce courant de pensée a été dominant en Europe : de la théorie de la seringue hypodermique, *i. e.* le pouvoir des médias à injecter

¹²⁸ M. Mc Luhan (1968 : 368) affirme : « La télévision n'est pas tant le médium de l'action que de la réaction ».

des messages aux individus complètement perméables, à celle des comportements stéréotypés et standardisés dus à l'industrialisation des médias, il n'y avait qu'un pas à franchir, semble-t-il. Michel Souchon (entretien, 2 fév. 2005), acteur du champ académique au début des années 70, se fait l'écho de cette domination : « L'idéologie académique, en particulier après 68, c'était une mise au premier plan des thèses de l'École de Francfort, Adorno, Marcuse, Horkheimer, etc. Il y avait un grand mépris pour la télévision ; c'était Adorno qui disait : "La télévision fait la publicité pour le monde comme il va, point à la ligne". À partir de ce moment-là évidemment, tout ce qu'on peut faire de mieux c'est de ne pas regarder la télévision et d'encourager les gens à ne pas la regarder ».

Précisons cependant que la conception critique de la réception médiatique n'annihile pas toute activité de l'usager, mais elle la situe sur le plan du conformisme. Parce que le média est une industrie culturelle, il diffuse des productions (ou des reproductions) en face desquelles l'individu ne peut avoir que des réactions prévisibles, standardisées, ou encore conformes à l'ordre établi. Ainsi la passivité des masses n'a-t-elle pas la même signification pour l'américain Harold Lasswell que pour les théoriciens de Francfort : pour l'un, elle est absence de réaction, pour les autres, elle est conformisme¹²⁹. Dans une certaine mesure, la conception critique des effets des médias a entraîné une interrogation plus fine de leur nature et de leurs conditions d'exercice.

En effet, dans les années 70, en Europe et aux États-Unis, plusieurs chercheurs « semblent reconnaître les pouvoirs persuasifs des médias et tenir pour acquis qu'"une influence peut être exercée sous l'emprise de thèmes impressionnants, de modèles cognitifs et de cadres de référence". Ils partagent la même conviction sur la nécessité d'accorder un plus grand intérêt aux effets à long terme des systèmes de valeurs véhiculés par les médias » (Schroder, 1997 : 779). En 1972, les américains Maxwell McCombs et Donald Shaw ont montré que la hiérarchie des sujets d'actualité au sein de l'espace public correspond à ceux traités par les médias ; autrement dit, il existe des

¹²⁹ Dans les années 80, l'idée de conformisme est approfondie par la théoricienne allemande É. Noëlle-Neumann (1989) ; celle-ci l'explique au niveau de l'expression des opinions publiques : partant de l'idée selon laquelle l'individu redoute l'isolement – « peur d'être mis à l'écart qui s'accompagne d'un doute sur sa propre capacité de jugement » (Rieffel, 2001 : 29) –, elle présente comment une majorité se rallie aux opinions dominantes formulées par des leaders d'opinion, les avis minoritaires étant soit non-exprimés, soit mis à mal et/ou considérés comme protestataires donc peu visibles dans la sphère publique. C'est pourquoi on parle d'une « spirale du silence ».

« effets d’agenda » (*agenda settings*) qui se manifestent par une corrélation entre les préoccupations des journalistes et celles des individus : en ce sens, les médias influencent sur ce à quoi il faut penser, et non sur ce qu’il faut penser, pour reprendre les propos d’Éric Maigret (2003a : 198) : « Si rien ne détermine les opinions, positives, négatives ou indifférentes à l’égard d’un événement, tout pousse à produire des opinions sur cet événement, donc à éliminer des possibles ».

3.3. Le déficit de légitimité de la télévision

Entre les années 60 et les années 80, le rapport des individus à la télévision a considérablement changé, dans la mesure où le phénomène d’attraction s’est transformé en pratique illégitime, *i. e.* peu avouable et peu honorable. En 1964, lorsque Michel Crozier (1966 : 18) interroge des paysans et des ouvriers français au sujet de leur pratique de la télévision, ceux-ci sont enthousiastes : « L’image de la télévision que l’on a dans cette population n’est pas une image dépréciée, vulgarisée ; tout au contraire la télévision est considérée comme un moyen culturel [...]. Notons enfin qu’à cette image très vive, très valorisée, ne sont presque jamais associés des sentiments de culpabilité ». Deux décennies plus tard, la représentation du média au sein de la société française est à l’opposé : Dominique Boullier (1987 : 81-85) fait le constat d’une dénégation et d’une mise à distance de la pratique, qui se traduit dans les énoncés de téléspectateurs interrogés par l’assertion récurrente « On n’est pas télé »¹³⁰. Cependant, le chercheur remarque que cette mise à distance s’estompe à mesure des entretiens : les individus s’avèrent finalement « être télé », mais cela n’est pas socialement avouable. On est bien de l’ordre de la représentation de la télévision, et non des pratiques effectives qui auraient évolué. De la même manière, si 76 % des téléspectateurs (les trois-quart) interrogés par Michel Crozier (1966 : 19) jugent « tout à fait faux » l’assertion selon laquelle la télévision peut influencer les opinions des gens, 48 % d’un autre panel

¹³⁰ D. Boullier poursuit la réflexion engagée par P. Chambat et A. Ehrenberg (1986).

d'individus (la moitié), consultés en 2004¹³¹, pensent que leur opinion sur les faits de société est influencée par la télévision.

Quels sont les facteurs de production d'une représentation illégitime de la télévision ? « Cette télévision de l'ORTF était formidable, elle était culturelle ; mais, elle était critiquée au nom d'une vulgate de prêt-à-porter intellectuel contre la culture de masse » témoigne Sabine Chalvon-Demersay (entretien, 19 mars 2004). Nous évoquons que des chercheurs ont fondé de premières réflexions sur la télévision à partir de démarcations avec le cinéma (voir le chapitre 1). Cela a conduit certains, comme André Bazin (1954) à s'interroger sur le média d'un point de vue esthétique, et à conclure que l'imperfection et la faible superficie de son image – par rapport à celle du grand écran – ne lui permettent pas d'accéder au rang d'art plastique¹³². Mais, le déficit de légitimité de la télévision est essentiellement né au sein de l'espace public, avant de franchir les frontières du champ académique.

3.3.1. Manque d'objectivité de l'information télévisée

Les événements de mai 68 ont un retentissement particulier sur l'ORTF, en particulier sur ses journalistes¹³³. Les affrontements entre les manifestants et l'État et les grèves générales de mai 68 ont eu pour effet d'exacerber le problème du statut de l'Office et surtout du contrôle de l'information diffusée. En effet, au cours du mois de mai, les événements ainsi que les revendications des contestataires ont souffert de carence en terme de traitement et de visibilité à la télévision. D'une part, la direction de l'ORTF occultait les affrontements : aucun journaliste n'était envoyé en reportage « sur place » et la parole des grévistes n'était pas rapportée à la télévision. D'autre part, les ministères de l'Information et de l'Éducation ont exercé des censures au niveau de la diffusion d'émissions. Ainsi, le journal télévisé s'est-il caractérisé par une information tronquée et peu objective ; ceci a été dénoncé par les personnels de l'ORTF (les réalisateurs et

¹³¹ La question a été posée dans le cadre d'une étude sur la réception télévisuelle des images de l'immigration, dirigée par V. Meyer (2005) au Centre de recherches sur les médiations de l'Université Paul Verlaine-Metz, pour le Fonds d'action et de soutien pour l'intégration et la lutte contre les discriminations (Fasild).

¹³² Pour un commentaire de ces travaux, voir Lochard, Soulages, 1998 : 19.

¹³³ Pour un récit du rapport entre la crise de 1968 et l'ORTF, voir Brochand, 1994 : 134-154.

producteurs puis les journalistes) ainsi qu'au sein de l'opinion publique. Celle-ci s'indigne, lorsqu'à la fin de l'année 68, en guise de représailles, une majorité des journalistes grévistes sont renvoyés de l'ORTF : « De France et de l'étranger, les motions, pétitions affluent à la maison de l'ORTF et au ministère de l'Information. [...] Le Gouvernement reste insensible. Bilan : 57 journalistes mis à la porte, c'est-à-dire 34 à la télévision et 23 à la radio » (Brochand, 1994 : 154).

Au niveau des téléspectateurs, ces agitations autour de l'ORTF se sont traduites par des baisses d'audience et l'expression de mécontentements. Alors qu'en 1955, les enquêtes conduites par la RTF indiquent une adhésion très large des français au développement du média¹³⁴ – « Les programmes sont bien accueillis, la satisfaction des téléspectateurs est indiscutable et le public fidèle » (*ibid.* : 604) –, à la fin des années 60, le mécontentement s'installe : « Ceci conduit à une télévision qui ne donne pas satisfaction aux téléspectateurs » (*id.* : 175). De plus, les audiences diminuent tandis que les achats de postes continuent d'augmenter – *a fortiori* la quantité de téléspectateurs – : « Le journal télévisé de 20 heures qui jouait, avec 75 % d'écoute, un rôle de locomotive pour les émissions de la soirée avant la grève de mai, n'a plus qu'une audience de 50 % » (*id.* : 155).

3.3.2. Vers l'exclusion de la télévision des pratiques culturelles

Au cours des années 70, une représentation négative de la télévision au sein de l'opinion publique conduit le champ scientifique à exclure l'objet des pratiques culturelles consacrées. D'abord, peu à peu, aux représentations théâtrales, aux retransmissions en direct et aux documentaires s'ajoutent, voire succèdent, les feuilletons, notamment américains, les séries (*e.g.* policières), les jeux télévisés, les divertissements (voir Michel, 1995 : 72-79). Cette tendance est perçue comme le signe d'une médiocrité croissante des programmes, qui va de paire avec la problématique de la culture de masse (voir *supra*). Par exemple, en France, la popularité des feuilletons est condamnée, tandis

¹³⁴ En 1955, les enquêtes se constituent de quelques appels téléphoniques passés à des téléspectateurs ; aussi ils ne donnent qu'un indice de l'opinion générale. De plus, réalisé par et pour la RTF, celle-ci a tout intérêt à diffuser une image d'usagers satisfaits des programmes. Ceci dit, tout porte à croire en la satisfaction des individus, d'autant plus qu'à ce moment-là, les « grands directs » dominent la programmation et apparaissent comme des prouesses techniques (voir Michel, 1995 : 33-34).

qu'aux États-Unis, elle devient un objet d'analyse : un groupe de chercheurs sous l'égide d'Elihu Katz enquête sur la réception de la série *Dallas* (voir la partie 3.4.1). De plus, avec la multiplication des produits anglo-saxons, on reproche à la télévision de mal rendre compte de l'identité nationale. Ensuite, on s'aperçoit que la pratique de la télévision entraîne une diminution d'autres activités culturelles comme la fréquentation du cinéma, du théâtre, des rencontres sportives, la lecture, etc. ; un sentiment confirmé quelques années plus tard par les enquêtes menées sur les pratiques culturelles des français (Donnat, Cogneau, 1990)¹³⁵. Un phénomène d'individualisation des pratiques et de repli sur le foyer apparaît (Goetschel, Loyer, 1995 : 172-173).

Au sein du champ académique, les chercheurs oublient progressivement la télévision lorsqu'ils traitent des pratiques culturelles. À ce sujet, la sociologue des médias Dominique Pasquier évoque, lors d'un entretien (19 mars 2004), hors micro, le cas d'un colloque organisé en 2002 à Paris par le ministère de la Culture sur le thème « Les publics de la culture », dont l'appel à proposition ne mentionnait pas les médias, malgré sa requête et celles d'autres : son intervention (Pasquier, 2003a), qui portait sur les pratiques téléspectatorielles de jeunes *fans* de la série télévisée *Hélène et les garçons*, a été placée dans une section « jeunes » afin que cela n'apparaisse pas directement comme une communication sur la télévision. Dans les « actes » de la manifestation (voir Donnat, Tolila, 2003), le texte de Dominique Pasquier figure dans un chapitre intitulé « Culture jeune et publics juvéniles », aux côtés de contributions sur « La place et les conséquences de la radio dans l'univers culturel et social des jeunes » (Glévarec, 2003a), « Les réseaux de sociabilité » (notamment en ligne, Cardon, Granjon, 2003) et sur le rapport entre les « 6-14 ans et les équipements culturels » (Octobre, 2003)¹³⁶.

¹³⁵ Les enquêtes sur les pratiques culturelles des français, réalisées en 1973, 1981, 1989 et 1997 pour le Département des études et de la prospective (ministère de la Culture) par O. Donnat, sont devenues le principal outil de suivi des comportements culturels des Français. Si les usages de l'audiovisuel domestique figurent au sommaire des études, les résultats obtenus participent, d'une certaine manière, à la condamnation de la télévision : en 1998, O. Donnat (1998 : 74) observe que « le fait de regarder beaucoup la télévision est associé à une faible participation à la vie culturelle, notamment dans le cas de la fréquentation des équipements culturels ».

¹³⁶ Ces assertions doivent être nuancées, dans la mesure où la pratique de la télévision figure au sommaire du manuel *Sociologie des pratiques culturelles* rédigé par Ph. Coulangeon et publié en 2005.

3.4. La France absente d'une étape de l'histoire internationale des recherches

Précédemment (chapitre 2), nous précisons que les chercheurs français rendaient compte des travaux sur les médias de masse menés à l'étranger, souvent parce qu'ils avaient côtoyé leurs auteurs. Ainsi le champ académique français avait-il accès à une partie de la littérature américaine – notamment celle des tenants de l'École de Columbia – et européenne. Dès 1963, un texte de Theodor Adorno est traduit et diffusé au sein du champ scientifique *via* la revue *Communications*, dirigée par Edgar Morin qui s'est lui-même intéressé à l'étude des industries culturelles (voir *supra*).

Dans les années 70-80, il en va autrement : la circulation des textes venus de l'ouest (États-Unis et Grande-Bretagne) semble interrompue en France, alors qu'une série d'enquêtes menées dans ces deux pays produit des résultats importants sur l'activité des téléspectateurs. Ce, essentiellement en raison d'une configuration scientifique caractérisée davantage par l'idée d'une interprétation standardisée et conformiste des images que diversifiée (voir *supra*). De plus, nous remarquons que l'importation des recherches dans les années 60 était sélective puisqu'elle était organisée principalement autour des contacts que les chercheurs français entretenaient. Aussi, quelques enquêtes sur la réception médiatique ont été « découvertes » plusieurs décennies après leur publication originale¹³⁷. Nous verrons comment ces travaux ont été diffusés en France au début des années 90 (chapitre 6 et 7).

En définitive, toute une étape de l'histoire internationale des recherches sur les téléspectateurs s'est constituée hors de la France, durant les années 70-80 : *i. e.* celle qui a consisté à s'intéresser aux stratégies d'interprétation des formes et des contenus audiovisuels, autrement dit aux décodages des messages. En effet, nous pensons que les recherches sur les téléspectateurs, sur le plan international, s'organisent autour de quatre générations : celle de l'étude des effets du média, celle de l'identification des stratégies

¹³⁷ Par exemple, l'importance d'une enquête menée, dans les années 40, par la chercheuse américaine de Columbia Herta Herzog sur la réception de la radio est mentionnée à plusieurs reprises : D. Pasquier (1997a : 739) rappelle que « les auditrices étudiées par Herta Herzog parlent des feuilletons comme d'un modèle d'expérience sociale qui leur permet de trouver des solutions aux problèmes qui se posent dans leur vie quotidienne » ; Ph. Breton et S. Proulx (2002 : 226) présentent l'étude qui avait pour objectif d'« expliciter les satisfactions retirées par les auditeurs de jeux et de feuilletons radiophoniques ».

d'interprétation des récepteur, celle de l'ethnographie de la réception et celle, dont les frontières ne sont pas encore définitivement définies, de la production des publics et d'une culture médiatique. La première a été développée notamment depuis les années 30 (voir les chapitres 1 et 2), la France accusant un léger retard dans ce domaine ; les troisième et quatrième se développent successivement à partir des années 90, plutôt simultanément dans tous les pays. En revanche, la deuxième génération constitue une étape manquante pour le champ académique français. Durant les années 70-80, les discours hexagonaux sur les téléspectateurs posent toujours la question de l'influence des médias, pour les raisons évoquées *supra*. Nous verrons (chapitre 6 et 7) comment les chercheurs français raccrochent l'évolution des recherches en développant une approche ethnographique dans les années 90. Ce pan manquant des études de réception française a été développé, d'une part, à Columbia (États-Unis), et, d'autre part, à Birmingham (Grande-Bretagne).

3.4.1. L'étude des interprétations culturelles des messages

Aux États-Unis, à la suite de la remise en cause de la théorie des effets directs et illimités par la sociologie fonctionnaliste, *i. e.* après l'énonciation de la thèse du *Two-step flow of communication*, l'équipe de chercheurs réunie autour d'Elihu Katz s'est posé la question suivante : que font les individus des messages qu'ils reçoivent ? La problématique des usages a succédé à celle des effets, dans le cadre des *Uses and Gratifications Researches* (Recherches sur les usages et les gratifications/besoins), qui « ont fourni le modèle d'un téléspectateur actif développant une variété de réponses face au message » (Pasquier, 1997a : 737). Les perspectives développées au sein de ce courant de recherches sont cristallisées par l'étude dirigée par Elihu Katz sur la réception de la série *Dallas*. Les chercheurs ont analysé les réactions d'individus appartenant à différentes communautés ethniques et culturelles à la suite de la diffusion d'un épisode de cette série populaire (méthode du *focus group*)¹³⁸. Les résultats de ce travail empirique indiquent que les individus disposent de capacités critiques qu'ils mobilisent à des degrés divers. Les enquêteurs ont identifié des types de lecture – réelle/idéologique/ludique/esthétique (voir Liebes, 1994) – qui sont autant de modes

¹³⁸ Pour une présentation du mode opératoire des enquêtes, voir Breton, Proulx, 2002 : 227 ; Maigret, 2003a : 188-191.

d'appropriation d'un même programme. En outre, les individus mobilisent un arsenal de ressources culturelles lorsqu'ils interprètent les messages audiovisuels. La conclusion est que le téléspectateur est « un être social pourvu d'une identité culturelle spécifique formée par les relations interpersonnelles de la communauté ou des sous communautés dont il relève » (Pasquier, 1997 : 737). Par ailleurs, les auteurs établissent d'ores et déjà un lien entre la perception des programmes et leur utilisation dans la vie quotidienne.

3.4.2. Un programme d'enquête sur les décodages idéologiques

En Angleterre, les tenants des *Cultural Studies* (Études culturelles) s'intéressent aussi aux formes d'interprétation des messages médiatiques. Dès la fin du XIX^e siècle, le champ scientifique britannique a assisté à l'émergence d'une problématique, nommée « *Culture and Society* », caractérisée par une attitude critique, de type culturaliste, à l'égard de la civilisation moderne. Les fondateurs de ces recherches dénoncent la pauvreté de la culture, les nuisances de la société de masse et la mécanisation de la société. Un demi-siècle plus tard, trois enseignants de littérature anglaise publient des études sur l'influence de la culture diffusée dans les milieux populaires. Ces trois auteurs, Richard Hoggart (qui se focalise assez tôt sur les récepteurs), Raymond Williams et Edward P. Thompson sont considérés comme les pères fondateurs du courant des *Cultural Studies*. En effet, dès 1964, leurs premiers travaux sont institutionnalisés lors de la création du *Centre of Contemporary Cultural Studies* [Centre des études culturelles contemporaines]. Celui-ci a pour objet « les formes, les pratiques et les institutions culturelles et leurs rapports avec la société et le changement social ». Armand Mattelart et Érik Neveu (1996) précisent que les *Cultural Studies* constituent alors un « extraordinaire foyer d'animation scientifique, fonctionnant comme la plaque tournante d'un travail multiforme d'importation et d'adaptation de théories » autour des cultures populaires et des médias¹³⁹.

En 1974, le chercheur jamaïcain Stuart Hall, considéré comme le quatrième père fondateur, formalise les recherches sur la réception des médias avec l'écriture de

¹³⁹ Sur le courant des *Cultural Studies* voir l'ouvrage dirigé par A. Kaenel, C. Lejeune et M.-J. Rossignol (2003), le dossier « *Cultural Studies stories. La domestication d'une pensée sauvage ?* » dans *Réseaux* (Mattelart, Neveu, 1996), ainsi que la notice rédigée par É. Maigret (2003a).

l'article devenu une référence, « *Encoding/Decoding* » (Codage/Décodage) ; pour Philippe Breton et Serge Proulx (2002 : 228), « c'est la publication du texte de Stuart Hall sur l'encodage et le décodage d'émissions de télévision qui fonde théoriquement, du côté des problématiques critiques, le champ d'étude de la réception ». Pour Stuart Hall, non seulement la diversité des interprétations des récepteurs est socialement déterminée, mais, celles-ci se construisent en réaction à une « lecture prescrite » encodée dans les contenus médiatiques. Les décodages des messages ne sont alors pas multiples et infinis : face à cette lecture prescrite, trois attitudes sont possibles : celle « dominante » ou « de conformité », *i. e.* le récepteur accepte la lecture prescrite ; au contraire, l'« oppositionnelle » signifie que l'interprétation est en contradiction avec cette lecture prescrite ; la position de « négociation » renvoie à un accord partiel, une adaptation des significations attribuées.

David Morley, l'élève de Stuart Hall, a étudié empiriquement la validité de la thèse énoncée par son professeur. Entre 1975 et 1979, il enquête sur la réception d'une émission télévisée quotidienne d'affaires publiques réalisée sur le mode du divertissement, *Nationwide*. D'une part, il opère une analyse sémiotique des contenus du programme, et, d'autre part, il organise des séances de visionnage en groupe, suivies de discussions animées par un chercheur. Son objectif est de déterminer les corrélations entre les postulats implicites contenus dans l'émission et ceux qui sont tenus pour acquis dans le discours des récepteurs. Signalons également, dans le cadre du paradigme des études culturelles britanniques, une chercheur hollandaise, Ien Ang (1985), qui a mené elle aussi une enquête sur la série *Dallas* : elle mesure les consensus hégémoniques des jugements contenus dans des courriers écrits en réponse à une annonce publiée par l'enquêtrice, demandant aux lecteurs/lectrices d'un magazine féminin de dire s'ils aiment ou non le feuilleton.

3.4.3. Une mise en circulation tardive en France

Les recherches anglo-saxonnes sont mises en circulation en France plusieurs années après leur publication originale, notamment en raison de leur traduction tardive. Nous en présentons un condensé dans le tableau 7. Déjà, le texte écrit par Elihu Katz sur la théorie des deux étages de la communication, « *The two-Step Flow of Communication*.

An Up-to-Date Report on an Hypothesis », paru dans la revue *Public Opinion Quarterly* en 1957, est repris (et traduit) presque vingt années plus tard dans le recueil dirigé par Francis Balle et Jean Padioleau (1973). Deux autres décennies après, en 1993, des extraits figurent dans un autre recueil de *Textes essentiels* dirigé par Daniel Bounoux. L'enquête sur la réception de la série *Dallas*, est diffusée aux États-Unis via l'ouvrage de Tamar Liebes et Elihu Katz *The Export of Meaning* écrit en 1990. Auparavant, en 1984, les deux auteurs révélaient leurs premières conclusions dans une revue américaine. Les résultats sont publiés en français à plusieurs reprises à partir de 1993 (Liebes, Katz, 1993 ; Liebes, 1994, 1997). Les théorisations britanniques de Stuart Hall sont diffusées sous la forme d'un document de travail au sein du *Center of Contemporary Cultural Studies* à partir de 1974, puis dans un ouvrage collectif (Hall *et al.*, 1980). Il faut attendre 1994 pour que le texte soit traduit en français, et mis en circulation via la revue *Réseaux*. De même, en 1980, David Morley rend compte de ses travaux dans l'ouvrage *The Nationwide Audience. Structure and Decoding*. Treize ans après, ce sont les réflexions postérieures à cette enquête, formulées par le britannique lui-même, qui sont traduites via *Hermès* (Morley, 1993). L'enquête sur *Dallas* conduite par Ien Ang fait l'objet d'un ouvrage *Watching Dallas*, publié en 1985 ; la chercheur hollandaise publie un texte en français dans la revue *Hermès* en 1993 (voir le tableau 7).

Tableau 7. Diffusion(s) et traduction(s) en France de recherches anglo-saxonnes sur la réception, années 70-80.

Publication originale	Diffusion(s) et traduction(s) en France
Katz E., 1957 , « The two-Step Flow of Communication. An Up-to-Date Report on an Hypothesis », <i>Public Opinion Quarterly</i> , 21.	Katz E., 1973 , « Les deux étages de la communication », trad. de l'américain par É. Potel, in : Balle F., Padioleau J., <i>Sociologie de l'information. Textes essentiels</i> , Paris Larousse. Katz E., 1993 , « Les deux étages de la communication », extraits, trad. de l'américain par É. Potel, pp. 704-713, in : Bougnoux D., <i>Sciences de l'information et de la communication. Textes essentiels</i> , Paris Larousse.
Katz E., Liebes T., 1984 , « Once upon a time, in Dallas », <i>Intermedia</i> , 12(2) Katz E., Liebes T., 1985 , « The export of Meaning. Cross-cultural Readings of American TV », Colloque sur la diffusion télévisée, Manchester Liebes T., Katz E., 1990 , <i>The export of Meaning. Cross-cultural Readings of Dallas</i> , New York, Oxford University Press	Liebes T., Katz E., 1993 , « Six interprétations de la série "Dallas" », <i>Hermès</i> , 11-12, pp. 125-144 Liebes T., 1994 , « À propos de la participation des téléspectateurs », trad. de l'anglais par É. Zeitlin et D. Pasquier, <i>Réseaux</i> , 64 Liebes T., 1997 , « À propos de la participation du téléspectateur », trad. de l'anglais par É. Zeitlin et D. Pasquier, pp. 797-810, in : Beaud P., Flichy P., Pasquier D., Quéré L., dirs, <i>Sociologie de la communication</i> , Paris, Cnet
Hall S., 1974 , « Encoding/Decoding », <i>Working Paper, Center of Contemporary Cultural Studies</i> Hall S. et al., 1980 , <i>Culture, Media, Language</i> , Londres, Hutchinson University Library	Hall S., 1994 , « Codage/ Décodage », traduit de l'anglais, <i>Réseaux</i> , 68 Hall S., 1997 , « Codage/ Décodage », pp. 59-72, in : Beaud P., Flichy P., Pasquier D., Quéré L., dirs, <i>Sociologie de la communication</i> , Paris, Cnet
Morley D., 1980 , <i>The Nationwide Audience. Structure and Decoding</i> , Londres, British Film Institute	Morley D., 1993 , « La "réception" des travaux sur la réception. Retour sur "Le public de Nationwide" », trad. de l'anglais par D. Dayan, <i>Hermès</i> , 11-12, pp. 31-46
Ang I., 1985 , <i>Watching Dallas</i> , Londres, Methuen	Ang I., 1993 , « Culture et communication. Pour une critique ethnographique de la consommation des médias », trad. de l'anglais par la Maîtrise de traduction de l'Université de Liège (1992) et D. Dayan, <i>Hermès</i> , 11-12, pp. 73-95

3.4.4. Un débat sur les études de réception

Les chercheurs des deux écoles, l'une représentant le courant empirique, l'autre l'approche critique, avaient une problématique – l'étude des modes d'interprétation des messages médiatiques – et une méthodologie – le visionnage en groupe suivi d'une discussion collective – en commun. Ils partageaient le postulat des décodages diversifiés, et celui de la réception secondaire, *i. e.* l'activité de réception se manifeste face à l'écran et en dehors, par exemple, lors d'échanges interpersonnels. Ce dernier

point est éprouvé en 1986-87 par le chercheur français Dominique Boullier (1987), qui a observé les conversations sur la télévision en situation professionnelle. Ces courants de recherche sont traditionnellement opposés (voir Missika, Wolton, 1983 : 187-189) ; mais, leur antagonisme aurait trouvé un point de convergence dans les années 80 (Schroder, 1990). Un débat est alors engagé, sur le plan international, entre les représentants des approches : l'existence de cette polémique traduit l'absence du champ académique français dans la recherche internationale sur les médias de masse des années 70-80. L'Hexagone récupère le débat dans les années 90, lorsque des revues publient les textes des principaux protagonistes (Schroder, 1990 ; Jensen, Rosengren, 1993 ; Curran, 1993) ; mais, elle n'y a pas participé¹⁴⁰.

D'une manière générale, nous avons relevé peu de contributions d'auteurs étrangers dans notre corpus : 27 textes (dont 3 rééditions) et 1 ouvrage traduit, 3 textes en version originale (langue anglaise) (voir annexe 1i et 1j). La livraison 11-12 d'*Hermès* (Dayan, 1993) a fait l'événement dans ce domaine, puisqu'elle contient 10 contributions traduites (sur les 19 que comporte le dossier) (voir le chapitre 6). En France, la circulation des textes étrangers semble fonctionner d'abord par réseaux interpersonnels puis par le biais des publications scientifiques. De plus, si les travaux en langue originale sont évidemment bien plus disponibles au lecteur français aujourd'hui que dans les années 60, la barrière linguistique demeure un frein. Nous pensons qu'une étude menée auprès des maisons d'édition et des revues savantes, sur les politiques éditoriales, les coûts financiers et humains de telles opérations, permettrait d'éclairer les conditions et les contraintes de traduction des textes. Par exemple, deux bilans anglo-saxons des études de réception télévisuelle ont été publiés en 2002 et 2003, rédigés respectivement par les danois Klaus Bruhn Jensen et Kim Christian Schroder ; à l'heure actuelle, à notre connaissance, il n'en a pas été fait mention dans la littérature française.

¹⁴⁰ Pour une lecture des tenants et aboutissants du débat, nous renvoyons le lecteur au texte de K. C. Schroder (1990).

Chapitre 4. Les interventions des praticiens dans le champ académique.

À mesure de l'évolution de l'industrie télévisuelle, le champ professionnel se dote de savoirs et savoir-faire pour l'étude des téléspectateurs, notamment grâce à la professionnalisation de la mesure des audiences et l'institutionnalisation des recherches. En 1974, la réforme de l'ORTF, *i.e.* la création, d'une part, d'un office chargé de produire des données quantitatives sur les comportements des publics à l'aide d'outils peu à peu perfectionnés, et, d'autre part, d'un institut missionné sur leur exploitation scientifique, a mis en place une configuration propice aux réflexions sur ce sujet. Dès lors, une série d'interventions des praticiens au sein du champ académique s'installe (production d'outils, diffusion de savoirs, organisation des recherches) et un réseau se forme au croisement des deux champs. Ce dernier constitue les fondements d'un maillage à partir duquel les recherches sur les téléspectateurs se déploient à la fin des années 80. Deux praticiens, témoins de ces évolutions et représentants de ces interventions, se voient accorder le statut d'experts de la connaissance des publics par les tenants du champ académique.

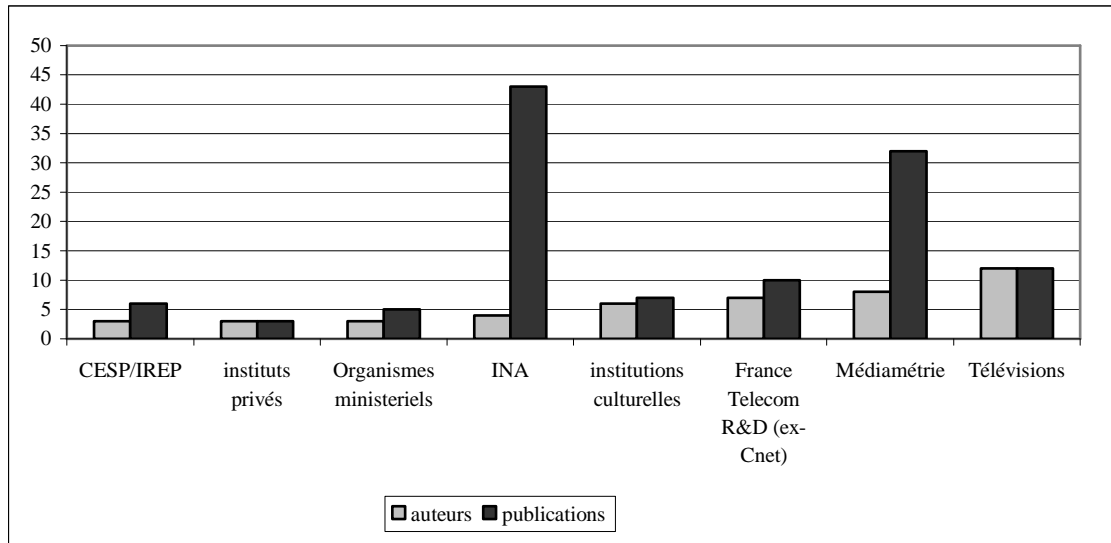
Au moment où nous présentions les acteurs des recherches sur les téléspectateurs (voir introduction), nous précisons qu'environ un quart des auteurs recensés dans notre corpus est rattaché au champ professionnel (par opposition aux chercheurs universitaires ou CNRS rattachés au champ académique)¹⁴¹. Plusieurs secteurs d'activité sont représentés, parmi lesquels celui de la publicité (CESP/Irep), de l'industrie médiatique (chaînes de télévision, instituts de sondage, Institut national de l'audiovisuel (Ina)), des institutions culturelles (Écomusée de Fresnes, Bibliothèque du film, Centre national de la cinématographie), des télécommunications (France Telecom R&D, ex-Centre national d'étude des télécommunications (Cnet)) (voir la figure 11). En outre, plusieurs praticiens figurent parmi le noyau principal d'auteurs identifié : Jacques Durand et Michel Souchon sont ceux pour lesquels nous recensons le plus grand nombre de publications (respectivement 24 et 26) ; parmi le second cercle d'acteurs principaux, on trouve Gisèle Bertrand et Régine Chaniac de l'Ina, ainsi que Chantal de Gournay (Cnet) ; soit un total de 5 chercheurs sur 18. Au niveau des lieux de diffusion, l'empreinte du champ professionnel est aussi présente : plusieurs des revues importantes sont soutenues par un des foyers d'activité identifiés (le Cnet et l'Ina éditent respectivement *Réseaux* et *Les dossiers de l'audiovisuel*)¹⁴².

Dans cet ensemble, trois foyers d'activité se démarquent, tant par la quantité de leurs interventions dans le champ académique que par leur pérennité (voir *infra*) : l'Ina, Médiamétrie et le Cnet. La figure 11 indique les quantités de textes et d'auteurs de notre corpus rattachés à différents organismes de l'industrie professionnelle.

¹⁴¹ Sur un total de 192 auteurs recensés, nous avons identifié 46 praticiens et 106 chercheurs universitaires. Nous ne sommes pas parvenue à identifier le rattachement de 40 d'entre eux. Aussi, les praticiens représentent un tiers des auteurs « identifiés » (46 sur 152).

¹⁴² Les interventions des praticiens extraites de notre corpus figurent en annexe 2. Rappelons également qu'une présentation rapides des acteurs cités est proposée en annexe 7b.

Figure 11. Instituts de rattachement des acteurs du champ professionnel des recherches sur les téléspectateurs.



La professionnalisation de la mesure de l'audience et l'institutionnalisation des études sur les récepteurs ont doté les acteurs de l'industrie médiatique de compétences au sujet des enquêtes sur les téléspectateurs. Notamment, la réforme de l'ORTF¹⁴³, *i.e.* la création, d'une part, d'un office chargé de produire des données quantitatives sur les comportements des publics à l'aide d'outils peu à peu perfectionnés, et, d'autre part, d'un institut missionné sur leur exploitation scientifique, a mis en place une configuration propice aux réflexions sur ce sujet.

Nous avons vu que, durant les années 70 et 80, le champ académique a peu traité la problématique de la réception télévisuelle. En revanche, durant cette période, les praticiens¹⁴⁴ ont développé une somme de savoirs et de savoir-faire dans ce domaine. En quelque sorte, ils ont assuré le rôle d'intérimaires de la recherche. En effet, au moment du retour de l'objet « téléspectateurs » sur la scène académique (voir le

¹⁴³ En 1974, la suppression de l'ORTF s'est accompagnée de la création de 7 sociétés autonomes : Radio France, Télévision française 1, Antenne 2, France-Régions 3 chargées de concevoir et programmer les émissions de radio pour la première, de télévision pour les suivantes, la Société française de production (SFP) et Télédiffusion de France (TDF) devant respectivement produire et diffuser les programmes, la société de radiodiffusion Radio France et l'Institut national de l'audiovisuel (Ina) missionné sur la conservation des archives, la recherche, la création audiovisuelle et la formation professionnelle (voir Balle, 1980 : 385).

¹⁴⁴ Nous utilisons la terminologie « praticiens » pour désigner les acteurs du champ professionnel, par opposition aux chercheurs universitaires.

chapitre suivant), les travaux et réflexions des praticiens ont constitué les fondations de l'édifice des connaissances alors développées. Dans quelles conditions et de quelles manières les interventions des acteurs de l'industrie médiatique se sont-elles effectuées ? Quels effets cela a-t-il entraîné au niveau des recherches ?¹⁴⁵

4.1. Développement de savoirs et de savoir-faire

Durant les années 70 – le phénomène s'accroît avec l'éclatement de l'ORTF en 1974 –, la mesure de l'audience des chaînes de télévision revêt une dimension nouvelle avec le développement d'une industrie télévisuelle concurrentielle : « Une nouvelle culture s'impose dans le fonctionnement interne des chaînes, celle du secret. On ne doit rien divulguer de la future programmation et, au contraire, exploitant la moindre indiscretion, être capable de réagir vite en diffusant un film réputé faire de l'audience, le soir où la chaîne d'en face présente une émission annoncée comme un événement » affirment Fabrice d'Almeida et Christian Delporte (2003 : 259). Ainsi, la place de la mesure de l'audience au sein de l'industrie télévisuelle n'est-elle pas l'effet du perfectionnement des outils : la filière s'est développée parce que cela répondait à une tendance économique et culturelle, *i.e.* une culture de la satisfaction du plus grand nombre.

Dès le début de la décennie, et bien avant la privatisation de certains canaux, les chiffres issus des enquêtes du Service des relations avec les téléspectateurs (ORTF) avaient plusieurs fonctions : ils orientaient la composition des grilles de programmes car les dirigeants cherchaient à conquérir le plus grand nombre – l'idée d'une offre complémentaire était dépassée ; ils intervenaient dans le calcul de répartition des montants de la redevance¹⁴⁶. De plus, l'évolution de la législation au niveau de la

¹⁴⁵ Des éléments de ce chapitre ont fait l'objet d'un article publié dans le bulletin de liaison du groupe Org&Co de la SFSIC (6, 2004).

¹⁴⁶ Avec l'éclatement de l'ORTF, le Centre d'étude de l'opinion (CEO) – qui a remplacé le Service des relations avec les téléspectateurs – avait pour mission de « calculer les chiffres qui intervenaient dans l'équation de répartition de la redevance » (Souchon, entretien 2 fév. 2005). En effet, la loi de 1974 dispose que l'attribution de la redevance dépend de deux critères : « Un indice d'écoute composé des résultats quantitatifs et qualitatifs du CEO » et « un indice de qualité que décerne la commission de la qualité des programmes » (Michel, 1995 : 70).

publicité¹⁴⁷ a offert une ressource financière supplémentaire aux chaînes qui ne pouvaient attirer les annonceurs qu'avec de bons scores d'audience. C'est pourquoi, nous parlons d'une mesure d'audience qui se professionnalise : des métiers apparaissent (« *audience researcher* »), les outils sont perfectionnés, les résultats deviennent de plus en plus précis. Par ailleurs, en marge de l'organe officiel de calcul des téléspectateurs, d'autres lieux déploient une palette d'enquêtes sur les pratiques spectatorielles.

4.1.1. La professionnalisation de la mesure de l'audience

- *Perfectionnement des outils*

À partir de 1967, le Service des relations avec les auditeurs et les téléspectateurs de l'ORTF met en place un système de panel postal par carnet d'écoute¹⁴⁸. Les individus composant ce panel avaient pour mission d'indiquer sur des feuilles pré-remplies¹⁴⁹ les programmes regardés pendant quelques semaines. On leur demandait de préciser s'ils ont regardé l'émission « en entier », « le début seulement » ou « la fin seulement », une case « autres cas » étant prévue. Puis, les participants devaient évaluer sur une échelle de 1 à 6 leur intérêt pour le programme (1 signifiait « pas du tout intéressé », 6 « extrêmement intéressé »)¹⁵⁰. Des feuilles d'écoute plus simples étaient réalisées à l'intention des « jeunes » avec une adresse plus simple, par exemple l'évaluation de la qualité des émissions s'effectue en terme de « mauvaise », « moyenne » ou « bonne ». L'avantage de ce système est de fournir les premiers indicateurs d'audience quotidienne (qui a regardé quoi et quand), avec la possibilité de mesurer la satisfaction des téléspectateurs, tout en sachant que les informations recueillies sont soumises à l'honnêteté et l'assiduité du répondant (Médiamétrie, 1991).

¹⁴⁷ Pour exemple de cette évolution, en 1971, la deuxième chaîne est autorisée à diffuser de la publicité ; celle-ci est plafonnée à douze minutes par jour.

¹⁴⁸ Pour davantage de détails sur les enquêtes et le fonctionnement du carnet d'écoute, voir Méadel, 1998 ; Durand, 1998.

¹⁴⁹ À ce moment-là il était possible de remplir à l'avance les feuilles avec le nom et l'heure de diffusion de chaque programme pour chaque chaîne : évidemment le paysage audiovisuel français était restreint, et les grilles de programmation étaient moins chargées que celles que nous connaissons aujourd'hui.

¹⁵⁰ Nous remercions J. Durand qui a bien voulu nous transmettre quelques unes de ses archives, parmi lesquelles une feuille d'écoute ORTF datée du 30 août 1971, une feuille d'écoute ORTF « panel jeunes » datée du 8 avril 1974, un carnet d'écoute de l'étude radio télévision de la SOFRES pour la période du 11 août au 28 sept. 1980 et un carnet d'écoute de l'étude radio-télévision du CESP pour l'année 1988. Ces documents nous permettent de renseigner le détail des enquêtes réalisées.

En 1981, la mesure de l'audience franchit une étape avec les premières utilisations françaises d'un instrument technologique – déjà mobilisé depuis plusieurs années en Europe (en Allemagne notamment) et aux États-Unis – : l'audimètre. Il s'agit d'un appareil directement relié au poste de télévision qui enregistre, toutes les deux secondes, l'utilisation qui en est faite ; 650 foyers, constituant un panel représentatif, en sont alors équipés. Par la suite, le dispositif est progressivement équipé d'un bouton poussoir permettant à chaque membre du foyer de signaler son activité face au poste de manière individuelle ; le nombre de foyers interrogé passe alors à 1000 puis à 2300. En marge du dispositif, des enquêtes par téléphone sont réalisées périodiquement à grande échelle (jusqu'à 20 000 interviews par an).

- *L'autonomisation des mesures d'audience*

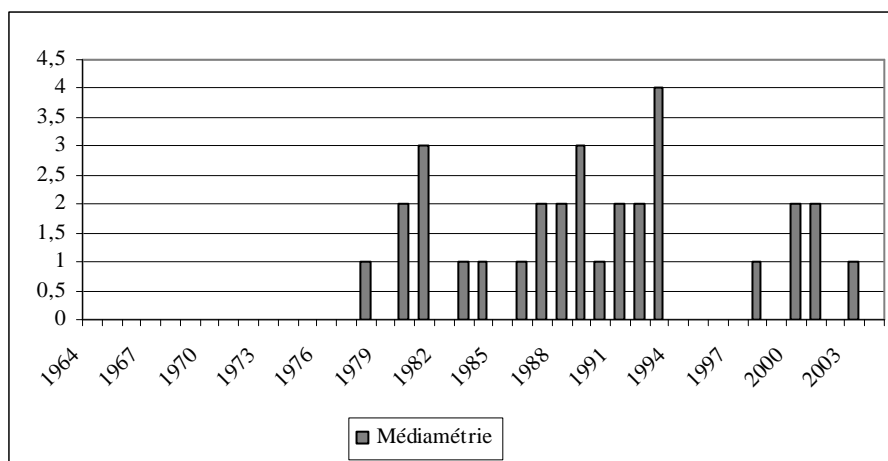
À la fin de l'ORTF en 1974, la mesure des auditeurs se professionnalise à l'extérieur de la télévision, avec la création du Centre d'étude d'opinion (CEO) – en remplacement du service des études d'opinion¹⁵¹ – chargé de fournir aux pouvoirs publics une mesure du volume d'écoute et de la qualité des programmes (Durand, 1998 : 83-88). En 1985, le CEO devient l'institut Médiamétrie, une « société "dont le capital serait majoritairement détenu par l'État et les sociétés du secteur public audiovisuel" avec une participation minoritaire (20%) de partenaires privés » (*ibid.* : 89). À l'heure actuelle, Médiamétrie est considéré comme l'observatoire des médias : en 1991, l'institut affirme (Médiamétrie, 1991 : VI) : « Depuis sa création, Médiamétrie est la référence de la mesure d'audience télévisuelle grâce d'abord au célèbre Audimat, auquel a succédé en 1989 Médiamat, qui permet la mesure, à la seconde près, de l'audience de chaque chaîne auprès de 5600 personnes âgées de 6 ans et plus, représentatives de la population française »¹⁵².

¹⁵¹ Le « Service des études d'opinion » a remplacé le « Service des relations avec les auditeurs et les téléspectateurs » en 1971.

¹⁵² Récemment, Ph. Tassi (2005), Directeur général adjoint en charge de la qualité et de la valeur ajoutée des dispositifs de mesure à Médiamétrie, a publié un ouvrage où il présente les outils statistiques utilisés pour le calcul des données d'audience à Médiamétrie.

À partir de 1979, des praticiens de CEO et de Médiamétrie ont écrit sur les téléspectateurs pour le champ académique, assez régulièrement (32 textes recensés, voir la figure 12), sans doute sous l'impulsion de Jacques Durand qui a occupé des fonctions directoriales dans les deux instituts entre 1975 et 1990 (voir partie 4.3). À l'exception de ce dernier, les auteurs (8) sont intervenus à une seule reprise : il s'agit de livraisons occasionnelles, consistant souvent à présenter les outils développés par l'institut ; *e.g.* Olivier Appé, Jean Mauduit, 2003, « Câble et satellite : il était une fois MédiaCabSat ». Ils assument aussi un rôle de représentant officiel de l'audience, à l'instar de la Présidente de l'institut, Jacqueline Aglietta (2001, « L'audience, un concept de statisticien ? »).

Figure 12. Évolution des publications d'auteurs rattachés à Médiamétrie (1964-2004).



Aujourd'hui, le grand public dispose, *via* le serveur internet de Médiamétrie (www.mediametrie.fr), de données précises sur l'audience de la télévision ; par exemple, pour les chaînes généralistes, le site indique les meilleurs scores d'audience des quatre semaines passées pour chaque chaîne, il propose la part d'audience des chaînes et le palmarès des émissions les plus regardées de l'année précédente, la durée d'écoute moyenne de la télévision par jour pour différentes tranches d'âge et/ou catégories socio-professionnelles, etc. L'institut est une source de données pour les chercheurs puisqu'elle fournit des résultats chiffrés sur la composition des publics. Elle est aussi un lieu de production d'enquêtes à caractère davantage qualitatif, notamment sur les pratiques d'écoute. Signalons que la publicité des scores d'audience n'a pas toujours été de soi : les enquêtes officielles produites par la RTF, l'ORTF, puis le CEO demeuraient quasi confidentielles ; elles n'étaient pas rendues publiques et « l'usage

purement interne » des résultats – « outils politiques, très strictement contrôlés et largement confidentiels » (Méadel, 2001 : 126) – était vivement reproché aux différents organismes de mesure ; c'est une des raisons pour lesquelles des études extérieures (distribution de questionnaires, réunions de groupe, interview en profondeur sur de petits échantillons, etc.) ont été menées en parallèle par d'autres secteurs¹⁵³.

4.1.2. Activités menées dans le champ de la publicité

L'intérêt pour les téléspectateurs a dépassé les frontières du champ audiovisuel, comme l'explique Cécile Méadel : des protocoles d'enquêtes plus ou moins indépendants, commandés par d'autres acteurs intéressés par les publics de télévision, se sont développés en marge de la mesure dite officielle de l'audience : « Les syndicats, les journaux, les représentants des téléspectateurs, les loueurs de récepteurs, les publicitaires,... » indique le chercheur (1998 : 69). Notamment, avec l'évolution de la place des publicités à la télévision, il s'agit des enquêtes menées par le Centre d'étude des supports de publicité (CESP) à partir de 1964, ainsi que par l'Institut de recherche et d'études publicitaires (Irep). Les protocoles mis en place sont assez lourds (voir *infra*) et le traitement des résultats est soumis à la sincérité et la motivation de celui qui est interrogé. Mais, ils permettent de croiser des données variées telles l'âge, la profession, la chaîne de télévision privilégiée le dimanche soir, la radio écoutée dans la voiture le matin en conduisant les enfants à l'école, etc. Autrement dit, cela conduit à construire des profils de consommateurs des médias : en ce sens, ces enquêtes dépassent les possibilités offertes par la seule utilisation d'audimètres par exemple. Elles renforcent l'intérêt des enquêtes qualitatives sur les téléspectateurs.

- *Le CESP : enquêtes sur les habitudes des usagers*

Le Centre d'Étude des Supports de Publicité (CESP) est « l'association interprofessionnelle qui regroupe l'ensemble des acteurs du marché publicitaire concernés par l'étude de l'audience des médias : annonceurs, agences et conseils

¹⁵³ Au sujet des enquêtes privées dirigées par l'Institut français d'opinion publique (Ifop), voir Durand, 1998 : 81-82.

médias » (source : www.cesp.org). Sa mission première consiste à assurer l'audit (conception et réalisation) et à labelliser les études et recherches sur les médias, et, en particulier, des études de référence sur l'audience des médias. L'organisme est aussi « pour l'interprofession, un lieu de rencontres, d'échanges, de discussion, de concertation... sur l'ensemble des problématiques liées à l'audience et à sa mesure ». Il publie certains travaux, par exemple *Mesurer l'audience des Médias : du recueil des données au média-planning* aux éditions Dunod, et annuellement un guide sur les études d'audience des médias, *Le médiagraphe*.

Le CESP, qui rassemble différents partenaires de l'industrie publicitaire, menait depuis 1958 des études sur les audiences de supports variés (la presse notamment) ; il s'intéresse peu à peu à la télévision (et à la radio) et il met en place une enquête expérimentale qui consistait à interviewer individuellement 10 290 personnes sur leur écoute de la veille (Durand, 1998 : 81-82), l'objectif étant de « reconstituer quart d'heure par quart d'heure la journée de l'auditeur et du téléspectateur selon le seul critère de sa présence devant le poste » (Méadel, 1998 : 65)¹⁵⁴.

D'autres types d'enquêtes sont alors menées en parallèle sur les « habitudes » des usagers : on interroge un panel d'individus à domicile, au sujet de leur pratique de la radio, de la télévision et de la presse. À l'aide d'une grille, l'enquêteur peut indiquer la fréquence d'écoute de la radio en général et de chaque radio en particulier, pendant la semaine (du lundi au vendredi), le samedi et le dimanche. Ensuite, il renseigne pour chacun des cas (lundi à vendredi, samedi, dimanche) les moments d'écoute au quart d'heure près, entre 5h et 24h. La deuxième partie de l'enquête porte sur les habitudes d'écoute de la télévision (de la même manière en différenciant la semaine, le samedi et le dimanche) ; par exemple on demande : « D'habitude, vous, personnellement, regardez-vous, en semaine, la télévision tous les jours, presque tous les jours, 1 à 2 fois par semaine, moins souvent ou jamais ? » La même question était ensuite posée pour chaque chaîne, puis par tranche horaire (avant 9h, entre 9h et midi, entre midi et 1h30, entre 1h30 et 6h, entre 6h et 7h, entre 7h et 8h, entre 8h et 8h30, entre 8h30 et 10h, après 10h). À cela est associée la reconstitution de la consommation de médias la

¹⁵⁴ Si les enquêtes du CESP sont finalement peu utilisées par les programmeurs (Méadel, 1998 : 65), la Régie française de publicité (RFP) mobilisent les résultats pour définir ses tarifs en fonction du quart d'heure télévisuel dans le lequel se situe l'écran publicitaire.

veille : les personnes doivent indiquer les différentes activités réalisées au cours de la journée (sommeil, toilette, repas...), ainsi que les stations de radio écoutées et les chaînes regardées, pour chaque quart d'heure. Après un questionnement sur les moyens de déplacement de l'individu, on lui demande de détailler ses « habitudes de lecture » : quels hebdomadaires/mensuels lus (parmi une liste donnée), et à quelle fréquence (toutes les semaines, 2 à 3 fois par mois, 1 fois par mois, 5 à 6 fois par an, moins souvent, pas lu au cours des douze derniers mois). Enfin, les dernières parties correspondent à l'équipement de la maison, en terme de télévision, de radio, d'appareils électroménagers, puis aux renseignements socio-démographiques relatifs au répondant et aux membres de son foyer.

- *L'Irep : un forum pour les études sur les médias*

En 1958, en parallèle à la création du CESP chargé de « faire des enquêtes, recueillir des données sur les audiences » (Jacques Durand, entretien, 2 fév. 2005), a été mis en place l'Institut de recherche et d'études publicitaires (Irep) dont l'ambition était d'être « un forum pour permettre aux chercheurs en publicité de venir exposer leurs recherches » (*ibid.*). Celle-ci témoigne d'une ouverture dans la mesure des consommateurs des médias : non seulement dénombrer, mais aussi réfléchir sur les outils et les pratiques. Ses membres pouvaient être des représentants des médias et des publicitaires¹⁵⁵.

L'institut a organisé une série de séminaires et de journées d'étude où des chercheurs et des professionnels échangeaient au sujet des audiences et de leur mesure (voir le tableau

¹⁵⁵ À l'heure actuelle, l'Institut exerce encore ses activités comme « lieu institutionnel privilégié d'ouverture, de débat, d'approfondissement de la connaissance dans le domaine de la publicité, des médias, du hors média, du marketing et de la communication » (source : www.irep.asso.fr). Mais, il est davantage tourné vers la thématique de la publicité qu'à ses origines. Le fonctionnement est assuré par des membres appartenant aux domaines académique (université) et professionnel (instituts de sondage, entreprises privées, chaînes de télévision, etc.) ; par exemple, le président du conseil scientifique est F. Mariet, Professeur en sciences de l'information et de la communication à l'université Paris Dauphine, à qui on doit l'article « Le marché télévisuel et la démocratie de l'audience » publié en 1990 dans la revue *Communications*. Outre l'organisation régulière de séminaires et journées d'étude, l'Irep est aussi un centre de documentation ouvert aux professionnels et aux universitaires, rassemblant une collection d'ouvrages et d'articles de référence sur la publicité, les médias, la communication : « Une mémoire des travaux présentés à la tribune de l'Irep qui retracent les progrès accomplis depuis les années 60 » (*ibid.*).

8¹⁵⁶). Par ailleurs, l'institut a encouragé la diffusion des travaux présentés lors des séances par la publication de plusieurs « comptes-rendus » et d'ouvrages collectifs – *e.g.* *L'audience et les médias* (1989), *La télévision, de l'audience à l'efficacité de la publicité* (1991), *Les médias, la publicité et la recherche* (1991), *Les médias en France et en Europe* (1994), *Les médias. Expériences et recherches* (1999) – où les questions des effets de mémorisation des publicités, de la signification des audience (*e.g.* la fidélité des spectateurs), de la complémentarité entre les médias, etc. sont abordées : autrement dit, des réflexions proches de celles du champ académique¹⁵⁷.

Six interventions de praticiens rattachés au CESP ou à l'Irep ont été recensées dans notre corpus (souvent signées d'auteurs récurrents, *e.g.* François Mariet, président du Conseil scientifique de l'Irep et Emmanuel Fraisse, directeur général du Cesp). En terme de publications, ces instituts ne constituent pas un foyer important des recherches académiques sur les téléspectateurs ; mais, ils sont un lieu d'émergence et de réflexion de thèmes proches de ceux qui y sont ensuite exploités.

¹⁵⁶ La plupart des informations sur l'activité de l'Institut de recherche et d'études publicitaires ont été recueillies sur le site de J. Durand (<http://perso.wanadoo.fr/jacques.durand/Site.htm>), qui a participé activement à l'animation de ces séminaires.

¹⁵⁷ L'étude des rapports entre les activités de recherche menées au sein du milieu publicitaire et celles du champ académique mériterait d'être approfondie : les thèmes abordés lors des séminaires CESP et Irep sont très proches des préoccupations développées dans ce dernier. Pourtant, le lien entre publicité et réception n'apparaît pas d'emblée dans le paysage de recherches sur les téléspectateurs ; il s'est manifesté dans le cadre de travaux mobilisant la psychologie expérimentale (Courbet, 2004b ; Fourquet-Courbet, 2004 ; Georget, 2004). Il serait intéressant d'identifier l'usage de ces travaux par les chercheurs universitaires ; pour cela, une enquête sur l'organisation et le fonctionnement des instituts mentionnés, ainsi que sur la composition des membres, les lieux d'exercice des séminaires, etc. serait nécessaire. On pourrait interroger les facteurs ayant entraîné un intérêt pour l'étude de la réception de programme plutôt que celle de publicités : héritage d'une crainte des effets de persuasion ou complémentarité recherchée avec les études sémiopragmatiques de contenu des programmes ?

Tableau 8. Journées d'étude et séminaires organisés par l'Irep (1966-1989).

Date	Thème de la journée d'étude/du séminaire	Intervention(s) en lien avec les téléspectateurs
1966 (mars)	<i>Les nouvelles contributions de la recherche à la publicité</i>	Gerhard Schröter, « L'analyse de l'audience télévisuelle »
1968 (mai)	<i>La recherche publicitaire face à l'ouverture des frontières</i>	
1969 (mai)	<i>Études et recherches sur la télévision</i>	Jean Oulif, « Le baromètre de l'écoute des émissions à l'ORTF »
1973 (juillet)	<i>Contribution des panels à la mesure des audiences de télévision</i>	
1974 (novembre)	<i>Recherche publicitaire : aujourd'hui et demain</i>	Jean-Michel Agostini et Giovanni Fabris, « Préviation des audiences de la télévision. Expériences et résultats »
1975 (mai)	<i>Les panels</i>	
1976 (novembre)		Jacques Durand, « La mesure de la qualité des programmes de télévision. Définition du problème »
1978 (octobre)	<i>Les médias et les recherches</i>	
1979 (juin)	<i>Bilan et perspectives de la recherche en communication</i>	
1979 (octobre)	<i>Les médias : études, expériences et recherches actuelles</i>	Bernard Coutrot et Daniel Martinet, « Analyse de l'évolution de l'audience radio et télévision »
1981 (mai)	<i>La communication et son efficacité</i>	Jacques Durand, « La mesure automatique de l'audience de la télévision : le système Audimat »
1981 (octobre)	<i>Nouveaux médias, nouvelles technologies</i>	
1983 (octobre)	<i>Les nouveaux médias et la publicité</i>	
1983 (décembre)	<i>Les médias. Expériences, recherches actuelles, applications</i>	Jean-Claude Lioret, « Les "saute-chânes", une nouvelle race de téléspectateurs »
1985 (juin)	<i>La communication publicitaire. Recherche et réalité</i>	Thierry Fabre, « Quels systèmes de mesure d'audience pour la télévision ? »
1985 (décembre)	<i>Les médias. Expériences et recherches</i>	Jean-Louis Laborie, « Mesurer l'audience de la télévision : modéliser, observer ? robotiser ? ... ? » Dominique Scaglia, « Peut-on prévoir l'audience télévision individuelle à partir des mesures audimétriques sur les foyers ? »
1986 (décembre)	<i>Les médias. Expériences et recherches</i>	Claude Barriere et Emmanuel Fraisse, « Notes d'attraction exprimées pour les émissions et audience effective de la télévision » Alain Parodi et Pierre Lerouge, « Construction des audiences du média télévision »
1987 (juin)	<i>Télévision et publicité. Réflexion sur la communication</i>	Élisabeth Boeswillwald, « Les expériences de mesure d'audience de la télévision par bouton-poussoir » Claude Charbonnier, « Audience et audiences » Robert Haby, « Audience potentielle et audience active de la télévision »
1987 (décembre)	<i>Séminaire Médias</i>	Jacques Durand, « Des sondages sans frontières. Vers une mesure de l'audience de la télévision au niveau

		européen »
1989 (décembre)	<i>Les médias, la publicité, la recherche</i>	Jacques Durand, « Le concept d'audience en question »

4.1.3. Institutionnalisation professionnelle des enquêtes sur les pratiques

- *Le département recherche à l'Ina*

L'Institut national de l'audiovisuel (Ina) est un établissement public à caractère industriel et commercial (Epic), créé par la réforme de l'audiovisuel de 1974 et mis en place le 6 janvier 1975. Il est chargé de la conservation du patrimoine audiovisuel national (les archives), de l'exploitation et de la mise à disposition de ce patrimoine ainsi que d'accompagner les évolutions du secteur audiovisuel à travers des activités de recherche, de production audiovisuelle et de formation professionnelle (Michel, 1995 : 81 ; missions énoncées sur le site de l'Ina, www.ina.fr).

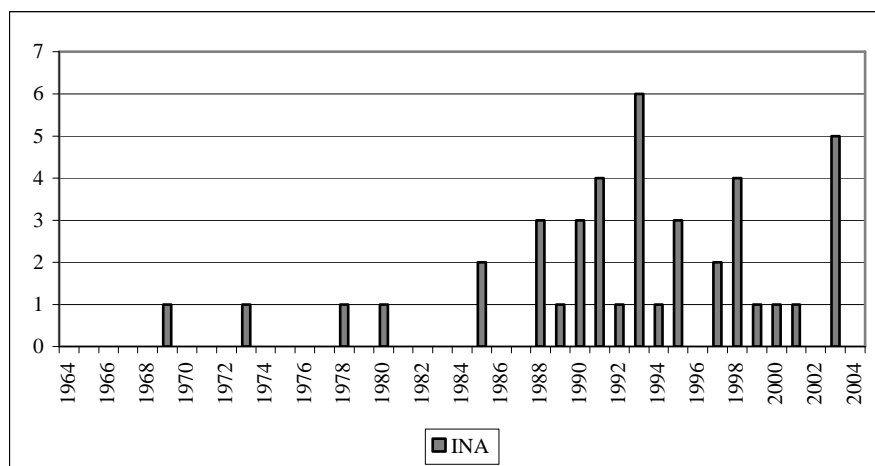
En terme de travaux sur les téléspectateurs, l'Ina représentait alors le lieu d'une liberté de manœuvre par opposition au CEO, rattaché au gouvernement à qui il devait rendre des comptes. Cette caractéristique a incité Michel Souchon (entretien, 2 fév. 2005) à quitter le Service d'études d'opinion pour l'Ina : « Je suis rentré sans trop de difficultés au Service de la Recherche de l'Ina où je suis resté 10 ans, de 1975 à 1985, bénéficiant là d'une grande liberté de manœuvres, c'est-à-dire que je faisais exactement ce qui me plaisait, m'amusait, m'intéressait ; il ne fallait pas que ça coûte trop d'argent, mais j'allais chercher, aux services du premier ministre, chez Jacques Durand [au CEO], des chiffres, des documents qui me permettaient de continuer à travailler, à voir un peu ce que devenaient la télévision, les programmes, la programmation, les comportements des téléspectateurs. J'ai travaillé sans trop de préoccupations d'utilité. [...] J'ai publié des travaux, un livre *Petit écran, grand public* au début des années 80, qui faisaient le résumé de tous ces travaux, de ma vie, mon entrée à l'ORTF et à l'Ina ».

Ainsi, les acteurs rattachés à l'Ina n'avaient-ils pas pour mission de développer des outils de mesure de l'audience ou des protocoles d'enquêtes. Ils ne concurrençaient pas le CEO. Mais, le financement d'enquêtes et la politique de soutien de l'Institut semblent

avoir été à l'initiative d'une série d'intérêts envers la problématique, manifestés dans un cadre plus proche de celui du champ académique que de celui des exigences industrielles. En ce sens, à partir de 1974, l'industrie médiatique dispose à la fois d'outils et d'idées pour l'exploitation de la problématique des publics de télévision.

Les interventions attribuées à l'Ina dans le champ académique sont le fait de quelques acteurs et l'effet de leurs trajectoires professionnelles personnelles. Nous pouvons voir, sur la figure 11, que ce foyer important se caractérise par une quantité importante de publications (43) signées d'un faible nombre d'auteurs (4). Parmi ceux-ci, figurent Michel Souchon, directeur du Groupe d'études des systèmes de communication entre 1975 et 1985 (voir *infra*), Régine Chaniac et Gisèle Bertrand. Cette dernière a contribué à la large publicisation, auprès des chercheurs universitaires, d'une enquête sur les pratiques de *zapping*, menée en collaboration avec Chantal de Gournay, du Cnet et Pierre-Alain Mercier du CNRS (Bertrand, de Gournay, Mercier, 1988a, 1988b, 1990, 1997 ; Bertrand, Mercier, 1993 ; Bertrand, Derèze, Mercier, 1995), avant de mettre en circulation les résultats de travaux sur les processus de décision en lien avec la télévision au sein des familles (Bertrand, 1999).

Figure 13. Évolution des publications d'auteurs rattachés à l'INA (1964-2004).

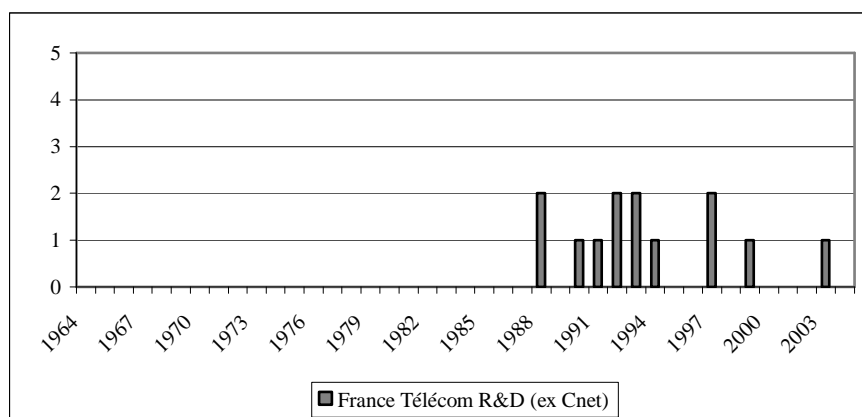


- *Le Cnet et les usagers des médias*

En marge de l'industrie médiatique, l'étude des téléspectateurs a été développée dans le cadre des activités d'un laboratoire de recherche du champ professionnel, le Centre national d'étude des télécommunications (Cnet). Ce, notamment sous l'impulsion de Patrice Flichy. Ce dernier a importé de l'Ina – il a travaillé au Service de la recherche – l'idée de travailler sur les publics médiatiques au laboratoire de sociologie du Cnet, qu'il a contribué à fonder et a dirigé pendant quinze années voir notre entretien, annexe 8i).

Le département « Recherche et développement » de France Télécom se situe dans la continuité des activités développées par le Cnet : « Fondé en 1944, le Cnet a contribué de façon déterminante aux progrès des services et des réseaux de télécommunications français, ainsi qu'à l'édification d'une industrie forte dans ce secteur. [...] Le 1er mars 2000, le Cnet a été rebaptisé France Télécom R&D. Véritable centre de recherche et développement intégré, il regroupe et pilote, depuis la réorganisation de France Télécom en 2003, toutes les activités R&D du groupe » (source : www.rdfrancetelecom.com). Le département « R&D » de l'opérateur France Télécom a notamment pour enjeux et missions l'élaboration de technologies et services innovants (WiFi, UMTS, visio et vidéo sur tous réseaux, réseaux domestiques, réseaux privés virtuels pour les entreprises....). Les membres qui le composent s'attachent à entretenir une coopération régulière avec la communauté scientifique ; en témoigne un soutien à la publication de la revue *Réseaux* depuis ses débuts en 1983.

Figure 14. Évolution des publications d'auteurs rattachés à France Télécom R&D (et au Cnet) (1964-2004).



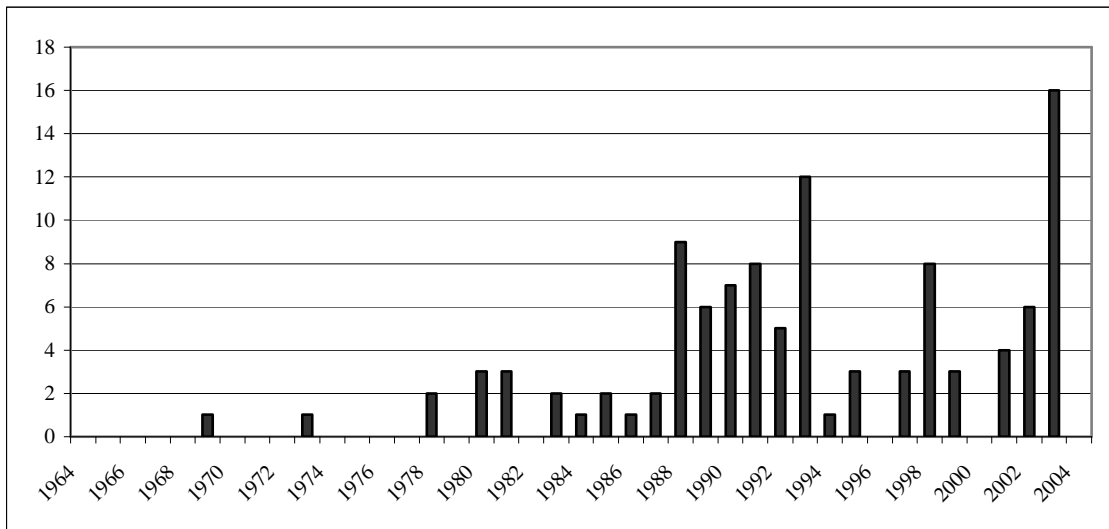
4.2. Diffusion d'un savoir faire et organisation des recherches

4.2.1. La recherche professionnelle : l'intérim du champ académique

Nous avons recensé 111 publications signées de praticiens (voir l'annexe 2) et 228 de chercheurs universitaires. Les premières représentent 32 % de l'ensemble et sont réparties entre 1969 et 2003¹⁵⁸ (voir la figure 15). Au sein du champ académique, les praticiens sont sollicités pour rendre compte des résultats d'une étude (Souchon, 1985 ; Perin, 1992 ; Cardon, Heurtin, 2003), traiter d'un point précis en lien avec leurs préoccupations professionnelles (Cazeneuve, 1989 ; Souchon, 1993a), présenter leur activité (Durand, 1987 ; Guichenev, 2002 ; Benoit, 2003), commenter l'actualité de leur institut de rattachement (Donnat, 1991 ; Aglietta, 2001), leur position au sein de l'industrie médiatique (Mougeotte, 2003 ; Tessier, 2003).

¹⁵⁸ La répartition des textes dans les deux corpus a parfois posé problème en raison de choix méthodologiques. Par exemple, le texte inaugural de la série de publications des praticiens est l'ouvrage *La télévision des adolescents* issu de la thèse soutenue par M. Souchon un an plus tôt. Il a été recensé parmi cette catégorie dans la mesure où son auteur a poursuivi une carrière d'*audience researcher*. Mais, il aurait pu être comptabilisé dans l'ensemble des écrits académiques car il s'agissait d'une recherche doctorale, sanctionnée par un titre universitaire.

Figure 15. Évolution des publications de praticiens dans le champ académique (1964-2004).



- ***Complémentarité des interventions***

La représentation graphique de l'évolution, entre 1964 et 2004, des publications signées des praticiens en comparaison de celles de chercheurs universitaires (voir la figure 16), aide à comprendre que les interventions des premiers au sein du champ académique ont été de deux formes successives : entre 1964 et 1983, les publications des uns se substituent à celles des autres. Dans un premier temps (1964-1973), les chercheurs universitaires inaugurent le domaine des recherches. Dans un deuxième temps (1974-1983), les praticiens maintiennent l'objet sur l'agenda scientifique au moment du silence académique à ce sujet (voir le chapitre 3) ; ils en assurent l'intérim (voir *infra*). Par la suite, entre 1984 et 2004, les recherches menées dans les deux champs évoluent en parallèle (on observe des pics de publication identiques) : leurs compétences s'additionnent pour constituer les savoirs sur les téléspectateurs. Mais, à partir de 1993, les publications des chercheurs universitaires sont majoritaires, ce, de manière constante – certaines années (1996, 2000, 2004), nous ne recensons aucun texte écrit par un praticien. Nous verrons comment les années 1992-93 sont celles d'une « re-naissance » pour les recherches académiques sur les téléspectateurs (voir la section 2).

Dans le même ordre d'idées, on observe une addition des compétences lorsque l'on examine les publications sur l'audience¹⁵⁹ : cette facette de l'objet téléspectateurs est l'apanage des praticiens de l'industrie médiatique car elle est reliée à leur pratique professionnelle. Ceux-ci signent 43 des 59 textes recensés, contre 16 pour les chercheurs universitaires. Mais, la problématique se déplace peu à peu du champ professionnel au domaine académique (voir la figure 17) : depuis 1998, les chercheurs universitaires écrivent presque autant sur ce thème que les praticiens, voire davantage (en 2003 et 2004). En outre, la part de textes sur l'audience parmi l'ensemble des éléments publiés est sensiblement plus importante durant la période 1988-93 (voir la figure 18) – elle représente 38 %, contre 13 % pour 1994-04. Par ailleurs, 45 % des publications sur l'audience sont diffusées durant ces cinq années (29 sur 64).

- *1975-1987 : une période d'intérim*

Entre 1975 et 1987 (*i.e.* la période présentée dans le chapitre précédent), 16 publications de praticiens sont recensées dans notre corpus, contre 3 de chercheurs universitaires (voir le tableau 9) : les acteurs du champ professionnel ont été les intérimaires de la recherche sur les téléspectateurs.

¹⁵⁹ À l'instar du mode opératoire de sélection du corpus principal (voir introduction), l'extraction des publications sur l'audience (59 recensées sur un total de 263 « identifiables ») a été effectuée à l'aide de mots clés (audience, audimètre...) et de lectures de contenu.

Figure 16. Évolution des publications sur les téléspectateurs signées par les praticiens et les chercheurs universitaires.

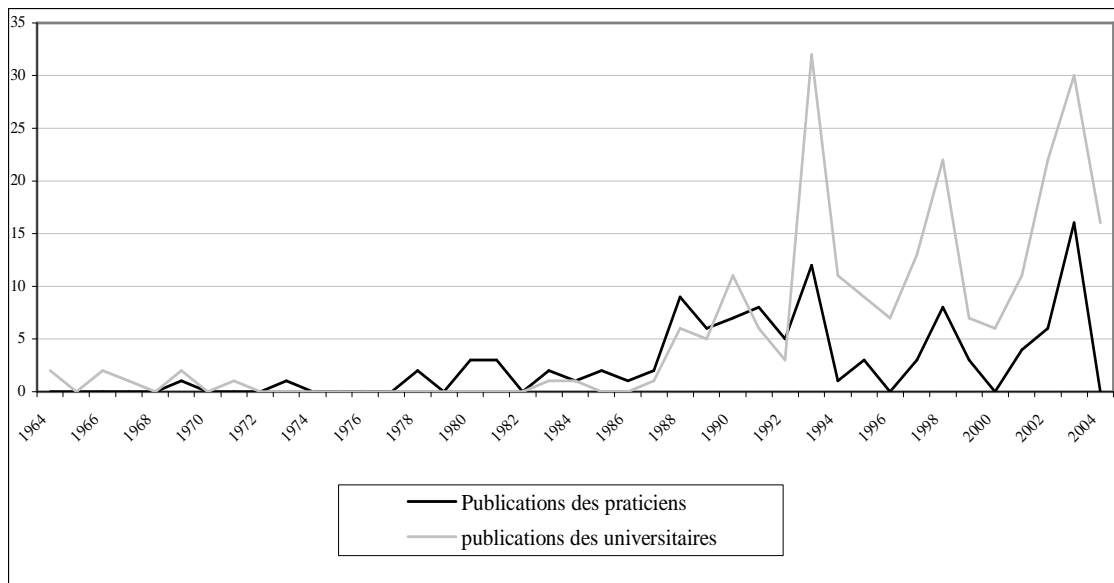


Figure 17. Évolution des publications sur l'audience signées par les praticiens et les universitaires.

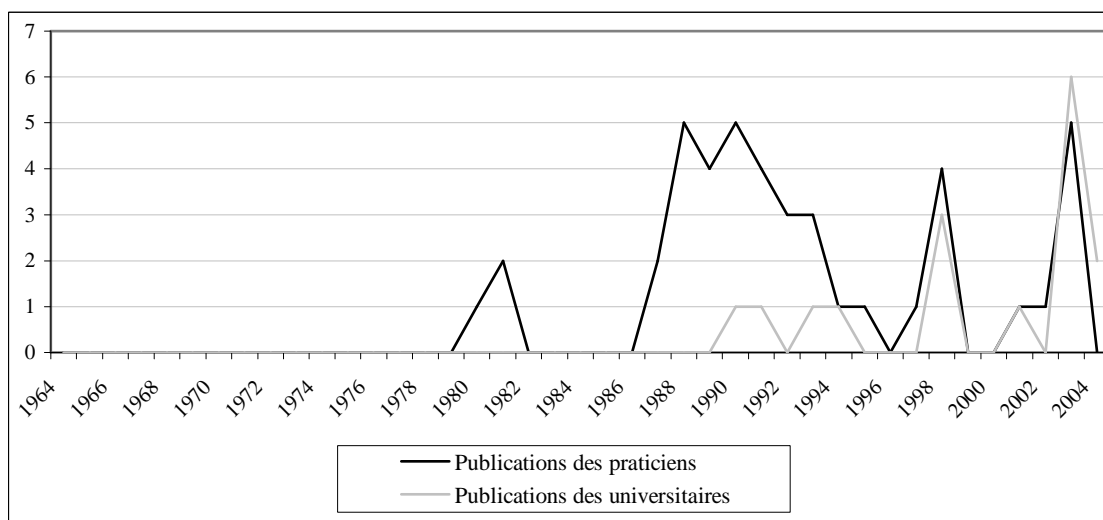


Figure 18. Part des publications sur l'audience dans l'ensemble des publications académiques sur les téléspectateurs (1964-2004).

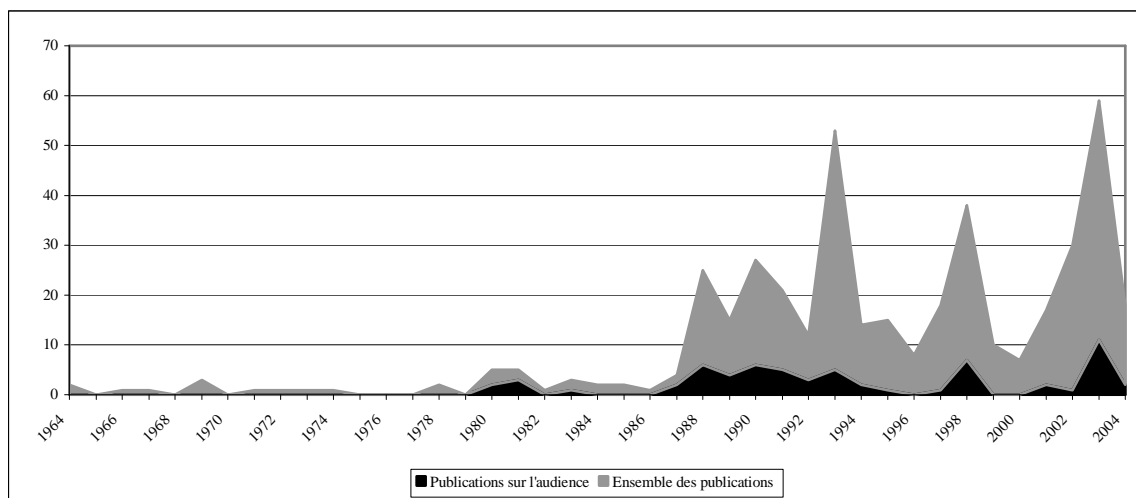


Tableau 9. Publications sur les téléspectateurs en France (1975-1987).

Année	Revue (articles)	Contribution à un ouvrage collectif	Ouvrages
1978	- Durand J., L'étude par panel du public de la radio-télévision française, <i>Revue française du marketing</i> , 74		
1980	- Durand J., La consommation audiovisuelle en Europe, <i>Com'7</i> - Durand J., L'évolution de l'audience à la télévision, <i>Revue française de communication</i> , 4		- Souchon M., <i>Petit écran, grand public</i>
1981	- Durand J., La consommation audiovisuelle en Europe, <i>Sonovision</i> - Durand J., La mesure automatique de l'audience de la télévision : le système AUDIMAT, <i>Revue française du marketing</i> , 87		
1982			- Pierre E., Chaguiboff J., Chapelain B., <i>Les nouveaux téléspectateurs de 9 à 18 ans</i>
1983	- Durand J., La consommation des médias : recherche d'un modèle, <i>Cahiers de la communication</i> , 5		- Missika J.-L., Wolton D., <i>La folle du logis</i>
1984	- Dayan D., Le spectateur performé, <i>Hors Cadre</i> , 4 - Durand J., Communication et effets, <i>Les Cahiers de l'INSIC</i> , 1		
1985	- Souchon M., Petit écran, grand public: des nouvelles récentes, <i>Ré</i> , 11	- Souchon M., La réception des émissions culturelles, in : <i>L'économie du spectacle vivant et l'audiovisuel</i>	
1986	- Durand J., Le rôle des sondages dans le domaine de l'audiovisuel, <i>Communication et langages</i> , 67		
1987	- Durand J., Vers une mesure internationale de l'audience de la télévision, <i>Médiaspouvoirs</i> , 8		- Boullier D., <i>La conversation télé</i>

4.2.2. Une modélisation des interventions

Les interventions se situent à plusieurs niveaux de la chaîne de fabrication des savoirs dans le champ académique. Si l'on fait appel aux compétences professionnelles des praticiens – description des outils de mesure de l'audience, de la composition et de la consommation audiovisuelle des téléspectateurs (voir Durand, 1992 ; Souchon, 1985) –, ceux-ci assument également d'autres fonctions : ils produisent, diffusent et structurent les savoirs (voir le tableau 10).

Tableau 10. Organisation des interactions entre les praticiens et le champ académique.

PRODUCTION d'outils de fabrication et mise en circulation des savoirs	DIFFUSION d'un savoir et d'un savoir-faire	STRUCTURATION d'un domaine de recherches
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Organisation de séminaires (journées d'étude, ateliers, conférence...) réunissant praticiens et chercheurs universitaires ▪ Création (édition, financement...) de revues scientifiques ▪ Production d'enquêtes (financement, appel d'offre, commande...) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Activités d'enseignement à l'Université ou dans les Écoles spécialisées ▪ Écriture d'articles dans des revues scientifiques, d'ouvrages, de contributions à des ouvrages collectifs ▪ Participation à des manifestations scientifiques 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Participations à des comités de rédaction (ou scientifiques) de revues ▪ Direction de dossiers de revues ou d'ouvrages collectifs ▪ Participation à la définition des concepts et fondements d'un domaine de recherches ▪ Mise en réseau de personnes

- *La production d'outils de production et de diffusion des connaissances*

D'abord, le champ de l'industrie médiatique est un lieu de production de connaissances ensuite diffusées dans le champ académique. Depuis les années 60, à différents moments, des institutions organisent des séminaires au sein desquels sont exposés des résultats d'enquête, ou des réflexions sont soumises à une assemblée pouvant être composée de praticiens et de chercheurs. Nous avons présenté *supra* les journées d'étude organisées par l'Irep. Citons également les activités mises en place par l'Ina : les ateliers méthodologiques, le collège iconique, les « Lundis de l'Ina »... Chacune de

ses manifestations a pour vocation d'associer les « chercheurs, archivistes-documentalistes, universitaires et professionnels de l'Ina », de susciter l'échange entre « chercheurs, professionnels de l'audiovisuel, théoriciens, enseignants, et public, réunis par le même besoin d'une réflexion commune sur l'image, les médias et la communication » (www.ina.fr). En outre, l'Institut a organisé en 2002 un forum international de discussion et d'échanges sur le thème « Le temps des médias » qui a réunit de nombreux chercheurs universitaires français et étrangers (e.g. Jérôme Bourdon, Francesco Casetti, Daniel Dayan, Divina Frau-Meigs, Elihu Katz, Lorenzo Vilches). Ainsi ces activités se rapprochent-elles de celles habituellement initiées par les centres de recherche universitaires.

L'industrie médiatique produit des outils de production et de circulation des connaissances lorsqu'elle participe à la création et l'animation de revues. Celles-ci sont nécessaires à l'activité scientifique, en tant que « vecteur[s] du débat rhétorique par lequel le fait scientifique est construit » (Bougnoux, Rasse, 2002 : 7). Elles nécessitent une force de travail importante puisqu'il s'agit de recueillir, expertiser, mettre en forme, corriger, etc. les futurs articles, ainsi qu'un financement suffisant pour leur édition et mise en circulation. Dans le domaine des recherches sur les téléspectateurs, les revues ont joué un important rôle structurant *via* la publication d'articles et de dossiers (ceux-ci représentent 62 % des références sur les téléspectateurs recensées entre 1964 et 2004¹⁶⁰).

Parmi les périodiques concernés, plusieurs émanent du champ professionnel : par exemple, *Les Dossiers de l'audiovisuel* est éditée par l'Ina depuis 1985 – son directeur de publication est le président de l'Ina. Elle a pour objectif de « faire un point régulier sur les mutations de l'audiovisuel » et d'être un « outil de travail et de référence pour tous ceux qui s'intéressent aux médias et aux nouvelles technologies » (www.ina.fr/produits/publications/). En 1988, les *Dossiers* sont à l'origine du premier dossier sur le thème des téléspectateurs publié dans une revue scientifique : intitulé « La recherche sur l'audience », il était dirigé par la directrice de recherches à l'Ina Régine Chaniac et comportait neuf articles de praticiens (voir l'annexe 3). Un autre exemple est celui de *Réseaux*, une revue soutenue depuis 1983 par le Cnet. Deux chercheurs du

¹⁶⁰ Voir les chapitres 5 et 7.

Cnet, Patrice Flichy et Paul Beaud, aujourd'hui professeurs de sociologie à l'Université Paris 12 Val de Marne pour le premier, celle de Lausanne pour le second, sont à l'initiative d'un projet consistant à « rendre compte de l'évolution et de la multiplication des approches disciplinaires en ce domaine [l'apport des sciences humaines à l'étude de la communication] [...] avec la double ambition de devenir dans ce champ une revue de référence et de suivre au plus près l'évolution de la réflexion sur les médias, tant sur le plan empirique que théorique » (Beaud *et al.*, 1997)¹⁶¹. Depuis sa création, *Réseaux* a publié 54 contributions sur l'objet « téléspectateurs », ainsi que 9 dossiers où il en est question (dont « La réception des médias », 1989, « Les théories de la réception », 1994, « Figures du public », 2004). En 2006, *Réseaux* figure aux côtés des périodiques académiques reconnus par le Conseil national des universités comme « revues scientifiques insérées dans le champ des sciences de l'information et de la communication »

En dernier lieu, la production de savoirs par le champ professionnel se situe au niveau du financement d'enquêtes. Plusieurs cas de figure existent : un organisme commandite une équipe de chercheurs universitaires pour la réalisation d'une étude, des instituts de recherche professionnels s'associent à des laboratoires universitaires ou au CNRS. En effet, les universitaires effectuent des recherches dans le cadre de thèse de doctorat, de programmes de recherche émanant du laboratoire au sein duquel ils sont rattachés ; mais, ceux-ci nécessitent davantage de financements pour mener à bien leur projets, mobiliser des outils technologiques, réaliser des enquêtes à grande échelle... En ce sens, l'interaction avec l'industrie médiatique est une ressource financière au même titre qu'une expérience de partage des compétences. Ainsi pouvons-nous citer plusieurs études de ce type qui ont jalonné l'histoire des recherches sur les téléspectateurs en France : celle sur les usages du magnétoscope commandée par le Cnet (Bertrand, de Gournay, Mercier, 1988a) ; l'enquête quantitative « lancée par le Centre national de la cinématographie, France Télécom et l'Institut national de l'audiovisuel » (Arnal, Busson, 1997 : 951) sur les pratiques de zapping ; l'appel d'offre initié par le ministère de la Recherche, soutenu par le Cnet et remporté par Dominique Boullier (étude sur les « conversations télé », 1987) ; celui commandité par le Fonds d'action et de soutien pour l'intégration et la lutte contre les discriminations pour une étude – hors corpus – de

¹⁶¹ Nous examinons le rôle de ces revues au moment du retour de l'objet téléspectateurs dans le chapitre 5.

la représentation et de la réception des images télévisuelles de l'immigration (Meyer *et al.*, 2005).

- *La diffusion des compétences de chercheurs professionnels*

Ensuite, les praticiens diffusent leurs savoirs et savoir-faire dans le champ académique, *via* des activités d'enseignement et surtout l'écriture d'articles scientifiques. Les professionnels de l'industrie médiatique ont exercé ou exercent des activités d'enseignement à l'université. Notamment dans les départements d'information-communication, certains cours peuvent nécessiter le savoir-faire de professionnels (journalisme, photographie, communication d'entreprise, création numérique...) ¹⁶². De plus, il importe à certains chercheurs de caractériser leur trajectoire professionnelle par cette double activité, à l'instar de Jacques Durand (entretien, 2 fév. 2005) : « J'avais l'impression que, quand on était professionnel, il était impératif d'avoir en parallèle une activité soit de recherche soit d'enseignement ». Par exemple, Michel Souchon, *audience researcher* à l'ORTF, l'Ina, France Télévisions, est intervenu à plusieurs reprises à l'Institut français de presse à la demande de Jean-Marie Charon, comme Jacques Durand qui y a assuré un poste de chargé d'enseignement entre 1967 et 1983 ; François Mariet, le président du conseil scientifique de l'Irep, occupe des fonctions directoriales dans le champ de l'industrie publicitaire et est également professeur en gestion des médias à l'université Paris Dauphine ; Emmanuel Fraisse, directeur général du CESP et de l'Institut national de la recherche pédagogique (INRP), a enseigné la littérature française à l'université de Cergy Pontoise jusqu'en 2003 ; en 1966, Jean Cazeneuve est élu professeur de sociologie à la Sorbonne ; en parallèle, il mène une carrière professionnelle à l'ORTF (1964-1974) puis il dirige la société nationale de télévision TF1 (1971-1978).

Le plus souvent, les publications des praticiens se font sous la forme d'articles, aux côtés des contributions des chercheurs universitaires, mais nous relevons aussi la

¹⁶² À ce sujet, voir les questionnements traités dans les actes du colloque « Enseignement du cinéma et de l'audiovisuel. État des lieux et perspectives » (Fleury, Walter, 2004) organisé par l'Association française des enseignants et chercheurs en cinéma et audiovisuel.

présence d'ouvrages¹⁶³ (Souchon, 1969, 1980 ; Bertrand, de Gournay, Mercier, 1988a ; Cazeneuve, 1974 ; Bahu-Layser, Chavenon, Durand, 1990 ; Tassi, 2005). Concrètement, ces discours concernent principalement la thématique de l'audience. Les propos portent sur la mesure quantitative des auditoires telle qu'elle est pratiquée au sein de l'industrie médiatique, *i.e.* le recensement des téléspectateurs présents devant tel programme à tel moment. Les discours traitent de la production des données (outils, indicateurs, etc.), de leur utilisation au sein des chaînes de télévision (lien entre les chiffres d'audience et la conception des grilles de programmes, etc.). Par exemple, il s'agit de contributions intitulées « Audience. Définition et méthodes de mesures » (Durand, 1993), « Sondages et programmes » (Grandcoing *et al.*, 1988), « Pour une utilisation complète de l'audimétrie » (Souchon, 2003)... En ce sens, c'est la compétence professionnelle des individus qui est sollicitée : ceux-ci présentent leurs savoirs et savoir-faire aux universitaires.

Mais, ils adoptent aussi des démarches académiques lorsqu'ils, tout en se fondant sur des matériaux recueillis dans le cadre de leur pratique professionnelle, dépassent les frontières de celle-ci et développent des réflexions, parfois à titre personnel – qu'ils n'ont peut être ni l'opportunité ni la possibilité d'exprimer dans leur fonction d'*audience researcher*, de statisticien, de chargé d'étude et de prospective, consultant... Celles-ci adoptent deux formes : en premier lieu, les praticiens interrogent les pratiques spectatorielles (sens du *zapping*, conditions d'usage des équipements connexes, *e.g.* le magnétoscope, organisation de la pratique au sein de groupes sociaux ou familiaux...). Par exemple, les textes « Le zapping » (Perin, 1992), « Les possesseurs de magnétoscope : vers de nouvelles pratiques audiovisuelles » (Arnal, Busson, 1997). À d'autres moments, ils se positionnent comme des intermédiaires entre les publics et l'institution médiatique : ils sont les relais de l'expression des goûts, attentes, opinions, plébiscites, critiques... des individus (« Les français et leurs médias : le désenchantement », Missika, 1991 ; « Le médiateur : entre émetteur et récepteur », Guichenev, 2002). Dès lors, ils partagent les compétences et les problématiques du champ académique, d'autant plus lorsque des enquêtes associent praticiens et universitaires – *e. g.* celles menées par Gisèle Bertrand (Ina) et Pierre-Alain Mercier

¹⁶³ Cet argument est à prendre en considération compte tenu de la faible quantité d'ouvrages scientifiques (individuels) publiés sur les téléspectateurs, en France (universitaires et praticiens confondus) : 27 pour 224 articles recensés.

(CNRS/Institut de recherche et d'information socio-économique), voir Bertrand *et al.*, 1988, 1990).

Ainsi les interventions se font-elles, d'une part, sur un mode d'intervention classique – le praticien livre au profane la compétence en lien avec sa fonction professionnelle (il est un expert, un témoin...) – ; d'autre part, elles s'effectuent sur un mode partagé : le praticien adopte une perspective de chercheur qui se traduit dans la nature du discours et dans son mode d'écriture (problématisation, référence à des textes scientifiques...). Signalons également les communications des praticiens lors de manifestations scientifiques – *e.g.* celle du chercheur à France Télécom R&D Dominique Cardon lors du colloque *Les sens du public* tenu à l'université de Picardie (7-8 mars 2002), celle de la directrice de recherche à l'Ina Régine Chaniac lors de la journée d'étude *Questionnements croisés sur le public et l'audience*, organisée à l'Institut français de presse (1^{er} avr. 2005) ; elles sont assez rares mais représentent autant d'occasions de diffuser et partager une compétence et/ou une réflexion.

- *L'organisation d'un domaine de recherches*

Enfin, les praticiens participent à la structuration du domaine de recherches sur les téléspectateurs. Cette intervention est peut être la plus intéressante à étudier, dans la mesure où elle se démarque des activités « classiques » de production et diffusion de compétences. En premier lieu, nous pensons aux praticiens qui figurent parmi les membres des comités de rédaction (ou comités scientifiques, d'orientation...) des revues. En quelque sorte, celles-ci organisent l'agenda des recherches : aussi, les personnes qui en assurent le fonctionnement plus ou moins direct font de même. Or, le plus souvent, peu de praticiens participent à ces lieux de fabrication. Mais, nous avons remarqué que plusieurs auteurs « professionnels » de notre corpus sont parmi les plus actifs dans ce domaine. Par exemple, pour la revue *Hermès*, en 1993, un seul praticien figure parmi les 35 membres du comité de rédaction et il s'agit d'un des auteurs les plus importants de notre corpus : Jacques Durand. En 2006, la « rédaction en chef » de la revue, plus restreinte (17 membres) se compose de chercheurs académiques et de Régine Chaniac, directrice de recherche à l'Ina et elle aussi auteur importante des recherches sur les téléspectateurs. En 2006, nous identifions trois praticiens sur les six

participants au comité de rédaction de *Réseaux*, dont deux sont présents dans notre recension (Dominique Cardon et Olivier Donnat du ministère de la Culture et de la Communication) ; Chantal de Gournay, du Cnet, est l'une des deux professionnelles qui en composent le conseil scientifique.

De plus, certains professionnels assurent la direction de dossiers de revues, ou celle d'ouvrages collectifs. Il s'agit d'une activité ponctuelle de collecte et mise en perspective de textes sur un thème précis. Ce type d'exercice a l'avantage de réunir en un même lieu plusieurs voix, ceci permet l'échange voire la confrontation des expériences et des points de vue. Au niveau des périodiques, citons Régine Chaniac qui a dirigé « Télévision. La mesure de l'audience » pour *Les Dossiers de l'audiovisuel* en 1988, ainsi que « L'audience. Presse, radio, télévision, internet » pour *Hermès* en 2003, Gisèle Bertrand (« Les approches du téléspectateur », *Les Dossiers de l'audiovisuel*, 1993). Michel Souchon (1973, 1991) a coordonné les ouvrages collectifs *Anatomie d'un feuilleton : François Gaillard et L'enfant devant la télévision* ; plus récemment, on doit à Alexandre Delarge et Juliette Spire (2002) la réunion de textes sur *La télé au logis*, tandis qu'Emmanuel Fraisse organisait, la même année, l'édition de *Mesurer l'audience des médias : du recueil des données au mediaplanning*.

En outre, certains praticiens ont participé de la définition des concepts et des fondements (théoriques, méthodologiques) des recherches sur les téléspectateurs. Nous pensons à la production d'écrits (état des lieux, définition...) qui ont valeur de « textes de références » parce qu'ils sont destinés à des dictionnaires, des manuels, des dossiers fondateurs, etc. En 1989, Jacques Durand réalise un « Inventaire des recherches en langue française » au sujet des méthodologies des études d'audience ; il poursuit par l'écriture du texte « Audience – Définition et méthodes de mesure », destiné à l'édition du *Dictionnaire critique de la communication* dirigé par Lucien Sfez (1993), au sein duquel figure aussi la définition des notions de « Public » et « Publics de la télévision » par Michel Souchon. La même année, ce dernier produit un « texte essentiel » des sciences de l'information et de la communication, à destination de l'ouvrage éponyme dirigé par Daniel Bougnoux. En 1997, un texte du même auteur, intitulé simplement « L'audience de la télévision » et publié 6 ans plus tôt dans *Réseaux*, est diffusé à nouveau (première forme de labellisation) dans le *Reader* « Sociologie de la communication » édité par le Cnet, qui offre « un panorama à la fois cumulatif et

actualisé des développements de la recherche [...], un recueil en forme de bilan ouvert » (deuxième forme). Citons aussi l'« Histoire des indicateurs de l'audience » proposée par Michel Souchon (1998a), et celle des « études sur l'audience et la radio-télévision » de Jacques Durand (1998).

4.3. Quels effets pour ces interventions ?

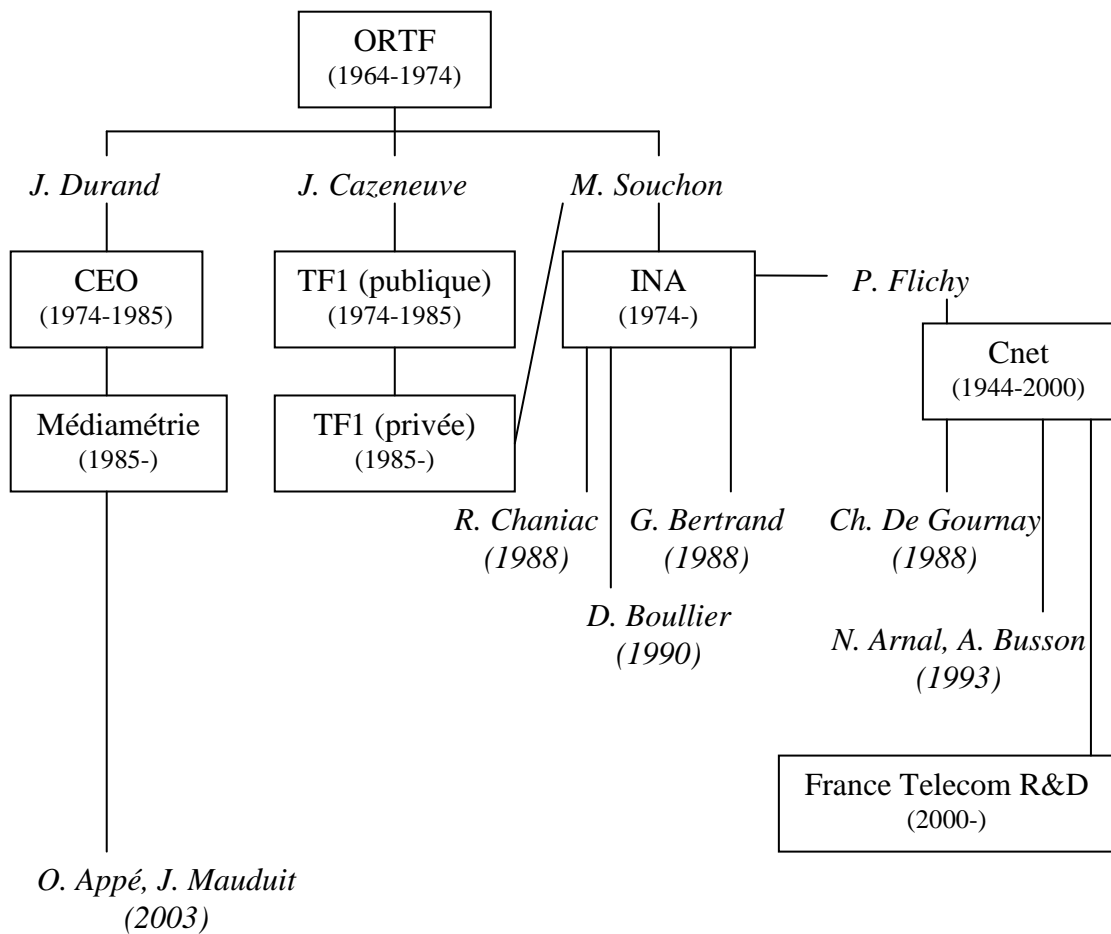
4.3.1. Prémisses de la constitution d'un réseau d'acteurs

Avant 1974, une connexion peut être établie entre le champ académique et l'industrie médiatique, *via* Jean Cazeneuve, Jacques Durand et Michel Souchon. Nous avons vu que le premier occupait des fonctions directoriales à l'ORTF tout en menant une carrière universitaire, le second dirigeait le Service des études d'opinion (de l'ORTF) entre 1972 et 1974, tout en suivant les séminaires des chercheurs du Cecmas et le troisième a intégré l'Office en tant que responsable d'études (1970-1974), après avoir soutenu sa thèse à l'École pratique des hautes études.

Après 1974, les trois hommes poursuivent des carrières dans les différentes sociétés issues de l'éclatement de l'ORTF. Par leur intermédiaire et en fonction de l'évolution de leurs trajectoires professionnelles, un réseau se forme entre le CEO, que Jacques Durand dirige entre 1975 et 1985 – puis il est directeur de la recherche et du développement de Médiamétrie les cinq années suivantes –, l'Ina, où Michel Souchon dirige le groupe d'étude des systèmes de communication pendant la même décennie. Entre 1974 et 1978, Jean Cazeneuve est le président-directeur général de la Société nationale de télévision TF1, ce qui ajoute un maillon au réseau, mais, celui-ci est peu exploité. En revanche, la création du laboratoire de Sociologie au Cnet par un ancien de l'Ina, Patrice Flichy, l'augmente d'une ramification supplémentaire. La figure 19 représente les trois foyers importants du champ professionnel pour les recherches sur les téléspectateurs : nous y plaçons les praticiens à l'origine d'enquête sur les publics de télévision diffusées au sein du champ académique (entre parenthèses figure la première date de publication de leurs travaux dans ce champ). De la sorte, nous identifions les acteurs qui ont franchi les frontières de leur champ professionnel. En effet, nous verrons

dans le chapitre suivant comment des institutions académiques, notamment le Groupement de recherche « Communication » du CNRS – dirigé par Patrice Flichy – et le Laboratoire Communication et Politique (dirigé par Dominique Wolton), ont contribué à tisser les liens, d’une part, entre ces acteurs professionnels et, d’autre part, entre les champs académiques et professionnels.

Figure 19. Ramifications d'un réseau professionnel des recherches sur les téléspectateurs à partir de 1975.



4.3.2. Des représentants des échanges

Jacques Durand et Michel Souchon sont les auteurs les plus importants de notre corpus : nous recensons 24 et 26 textes, publiés entre 1978 et 1998 pour le premier, entre 1969 et 2003 pour le second (voir les figures 20 et 21, et les annexes 10a et 10b). À première

vue, il peut sembler étonnant que les auteurs majoritaires d'un corpus de publications académiques soient des praticiens. L'évolution de leur parcours a accompagné l'histoire des interventions des tenants du champ professionnel – notamment de l'industrie médiatique – dans le champ académique (que nous venons de présenter). De témoins du développement des recherches professionnelles, les deux chercheurs ont été positionnés en tant qu'experts de l'audience par les universitaires.

Figure 20. Évolution des textes publiés par Jacques Durand dans le champ académique (1964-2004).

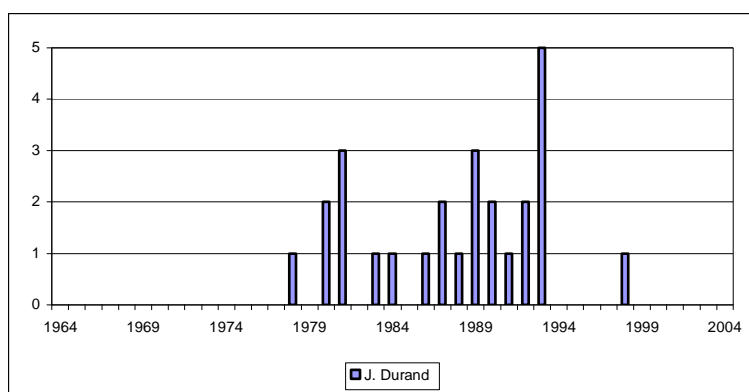
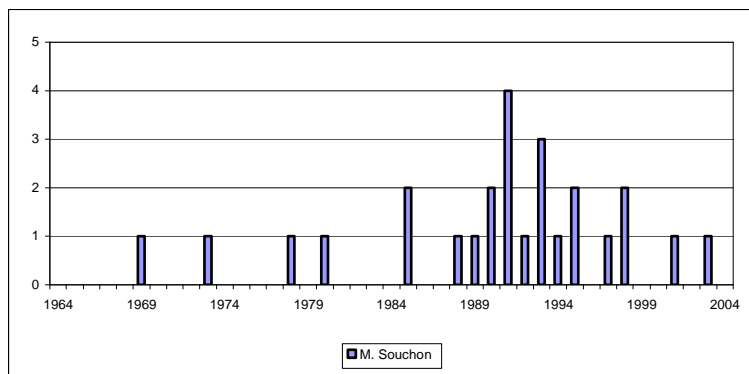


Figure 21. Évolution des textes publiés par Michel Souchon dans le champ académique (1964-2004).



- Les témoins des recherches professionnelles sur l'audience

Leurs parcours sont assez similaires : ils ont suivi une formation académique, sont titulaires de doctorats mais ont mené des carrières professionnelles au sein de l'industrie médiatique, se côtoyant (ORTF), se succédant, se complétant ou non (voir les entretiens

avec les chercheurs, annexe 8f et 8g)¹⁶⁴. En parallèle, ils ont participé à l'activité académique (enseignement, membre de comité de revues, voir *supra*) et à l'enrichissement des savoirs par la publication d'articles, d'ouvrages, de contribution à des ouvrages collectifs, la participation à des colloques et des enseignements (voir les annexes 10a et 10b). Bien qu'ils n'aient pas occupé de poste de « titulaire » à l'université – les deux hommes ont assuré des enseignements à l'Institut français de Presse et à Science Po. – ils semblent avoir joué un rôle au moins aussi important – sinon plus – dans le domaine académique que professionnel, et ils l'affirment eux-mêmes : « Les étudiants trouvent encore mon nom dans les bibliographies, mais dans les milieux professionnels on disparaît de la circulation » (Michel Souchon, entretien, 2 fév. 2005).

Ceci va souvent de paire avec l'affirmation d'une volonté d'interagir entre les deux univers : « C'est comme ça que je suis passé du côté académique au côté professionnel. J'ai toujours eu la nostalgie naturellement de créer des passerelles » (*ibid.*) ; « Pour moi, et cela va peut-être vous surprendre, toute la partie finale de mon parcours professionnel ne m'a pas plu. Depuis, 1972, lorsque je suis entré à l'ORTF, j'ai l'impression de n'avoir plus rien fait d'intéressant à partir de ce moment-là. J'ai dirigé un service, le CEO, finalement j'ai eu une tâche surtout administrative à ce moment-là, alors qu'au départ j'étais beaucoup plus motivé pour faire de la recherche. [...] J'avais l'impression

¹⁶⁴ En résumé, les trajectoires professionnelles des deux chercheurs : J. Durand a fait son entrée à Publicis en 1962 au service « recherche sur les médias ». En parallèle, il suivait les séminaires du Cecmas à l'École pratique des hautes études : « À l'époque je suivais les cours de Roland Barthes. J'avais connu l'enseignement de Roland Barthes assez tôt, à l'École pratique des hautes études. [...] [L'EPHE] était extrêmement vaste, encore aujourd'hui on pourrait y suivre des cours sur n'importe quoi. On se trouvait à 4 ou 5 à suivre un enseignement qui était un séminaire, on y participait, c'est une formule que je trouve très bonne. [...] À partir de là j'ai suivi le séminaire de Georges Friedmann, dans lequel il y avait Roland Barthes, Edgar Morin, tous ces gens-là ». Entre 1972 et 1974, il dirige le Service des études d'opinion de l'ORTF. Sa carrière se poursuit au CEO (directeur adjoint, 1975-1983, puis directeur, 1983-1985), puis à Médiamétrie (directeur de la recherche et du développement, 1985-1990). Ce faisant, il participe aux activités d'institutions et organismes de recherche, en lien avec la publicité (au Centre d'étude des supports publicitaires de 1962 à 1992, à l'Institut de recherche et d'études publicitaires depuis 1970), il est membre puis *chairman* du *Group of European Audience Researchers* [Groupe des chercheurs européens sur l'audience], etc. Devenu docteur en sociologie en 1969, M. Souchon fait son entrée dans les études d'audience industrielles et exerce la profession d'*audience researcher* au sein de l'ORTF (responsable d'études au service des recherches, 1970-75), puis à l'Ina (directeur du groupe d'étude des systèmes de communication, 1975-85), peut-être par manque d'opportunité professionnelle au sein du champ universitaire. Il est aussi directeur des études à TF1 (1985-1987) puis à Antenne 2 (1987-1989), enfin consultant à la présidence de France Télévisions (1990-1995). Pour autant, il ne rompt pas avec le milieu académique : « Une fois la thèse passée, j'ai eu envie de continuer à suivre les séminaires du Cecmas encore quelques années et j'ai eu envie de continuer à faire des études empiriques, cela me semblait intéressant et important ».

que c'était impératif que quand on était professionnel, on ait en parallèle une activité soit de recherche soit d'enseignement, j'ai tenu pendant des années à avoir cette double activité » (Jacques Durand, entretien, 2 fév. 2005).

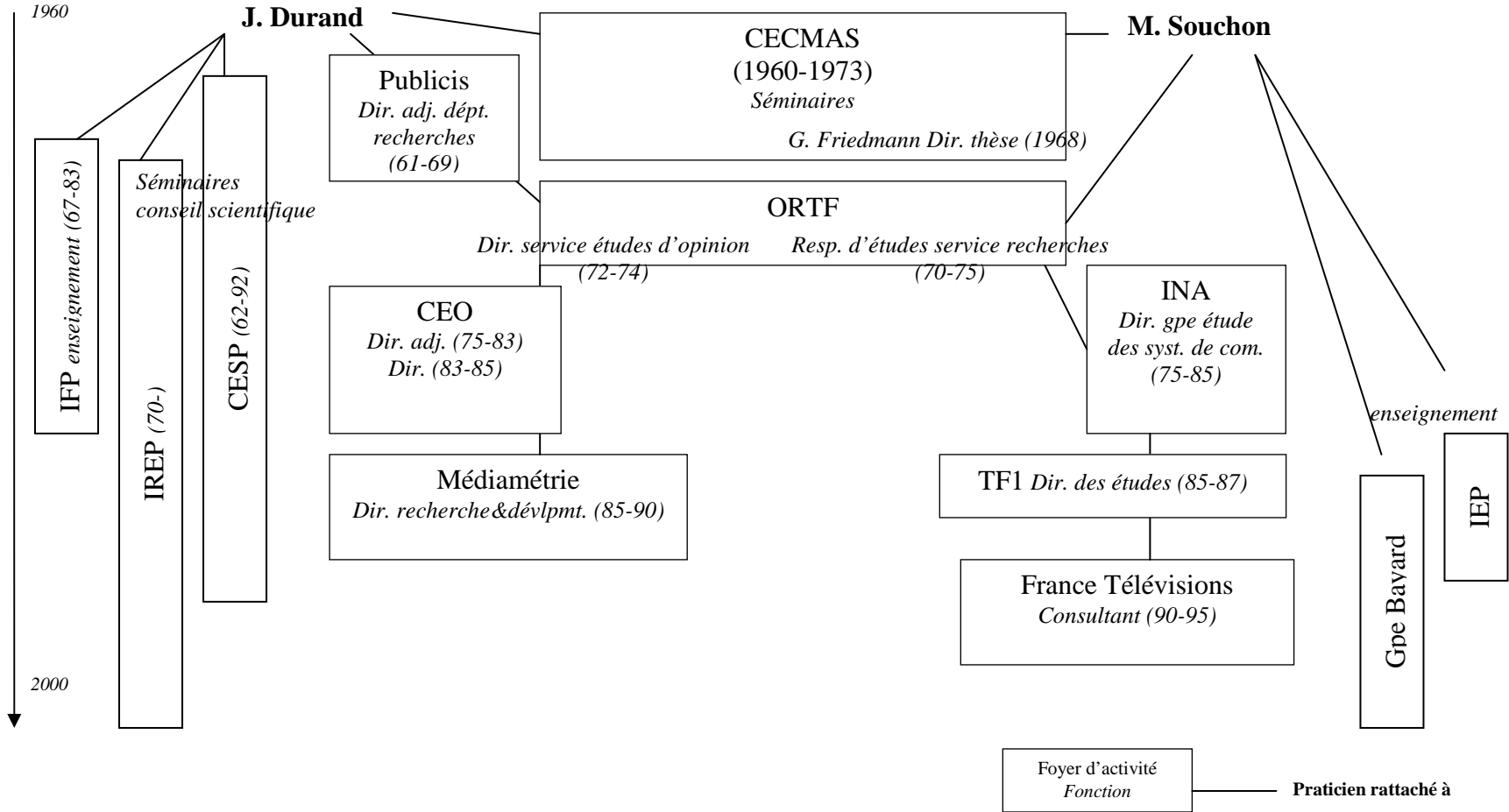
Entre les années 60 et les années 90, à eux deux, Jacques Durand et Michel Souchon évoluent parmi les différents lieux de la recherche professionnelle sur les publics des médias : celui de la production quantitative de données sur les comportements téléspectatoriels (ORTF, CEO, Médiamétrie) et celui de leur exploitation (Ina, chaînes de télévision) (voir la figure 22). Ainsi sont-ils des témoins de cette lignée de travaux.

- *Deux experts des publics de télévision*

Leur position haute dans le champ professionnel¹⁶⁵, ajoutée à des compétences reconnues dans le champ académique (rédaction de textes à destination d'un public de chercheurs ou d'étudiants) ont fait de Jacques Durand et Michel Souchon les personnes de référence des chercheurs en quête de définition, d'explication et de réflexion sur le thème de la connaissance des publics de télévision. Jacques Durand (1993) signe une contribution intitulée « Audience – Définition et méthodes de mesure » pour le *Dictionnaire critique de la communication* dirigé par Lucien Sfez, dans lequel Michel Souchon (1993b) écrit sur les « Publics de télévision » ; ce dernier publie également « "Le vieux canon de 75". L'apport des méthodes quantitatives à la connaissance du public de la télévision » en tant que *Texte[s] essentiel[s] des sciences de l'information et de la communication* (Bougnoux, 1993).

¹⁶⁵ Les fonctions directoriales et les positions occupées par les deux hommes dans différents organismes témoignent d'une reconnaissance professionnelle.

Figure 22. Les parcours professionnels de Jacques Durand et Michel Souchon depuis les années 60.



Non seulement ces praticiens ont été beaucoup sollicités au sein du champ scientifique : ils affirment avoir rédigé la plupart de leurs textes en réponse à une demande émanant du champ universitaire. Mais, ils ont aussi voulu et su jouer le jeu de la publication académique : « Dès le début de mon activité, en même temps que je faisais mon travail, j'avais le souci de publier des articles » (Jacques Durand, entretien, 2 fév. 2005). Ils ont adopté les pratiques d'écritures académiques : on peut penser que les textes écrits par des praticiens sont identifiables de ceux d'universitaires parce qu'ils ne comportent pas de citation en référence, de modèle théorique, de problématisation ; ils sont davantage sur le mode du récit, parfois sur celui de l'entretien (*e.g.* Cottet, 2003 ; Mougeotte, 2003). Les publications de Jacques Durand et de Michel Souchon correspondent aux modes d'écritures académiques (introduction, conclusion, argumentation, citations, etc.)¹⁶⁶. Par ailleurs, si l'on suit les conceptions de l'activité scientifique telles qu'énoncées par les sociologues des sciences¹⁶⁷, les auteurs se sont adaptés aux nécessités de la recherche à chaque publication et ont produit des énoncés en fonction : dans les années 70 et 80, on peut imaginer les lecteurs en quête de chiffres, de résultats d'enquêtes, de données sur les téléspectateurs, tandis qu'à partir des années 90 et avec la multiplication des travaux un besoin de modélisation se présente ; dès lors, les auteurs proposent des définitions, bilans, voire modélisations autour de la notion et la mesure de l'audience¹⁶⁸.

Ceci dit, les sollicitations de directeurs de dossiers de revue, d'ouvrages collectifs confèrent un statut de spécialiste à un auteur, dans la mesure où ce dernier n'est pas soumis au schéma de « lecture/expertise/corrections avant accord pour publication »

¹⁶⁶ Ce, au point que, face aux nombreuses sollicitations, M. Souchon reprend des problématiques publiées en d'autres lieux ; en note de bas de page d'une contribution à un ouvrage collectif, il précise : « Cet article reprend et développe deux contributions à la revue *Réseaux* : "Les programmeurs et leurs représentations du public", n° 39, p. 93-108 ; "Le point sur l'audience de la télévision", n° 49, p. 129-134. Ce texte, inédit en français, a été publié en anglais dans l'édition britannique de *Réseaux* » (Souchon, 1998b : 47).

¹⁶⁷ On se réfère ici à une conception anthropologique de l'activité scientifique proposée notamment par D. Pestre (1996 : 38) qui nous conduit à prendre en compte le contexte de pratique de la science : « Si la pratique des sciences est bien une activité de connaissance, elle se mène dans des espaces toujours spécifiques. Ses praticiens sont insérés dans des systèmes culturels et politiques donnés, ils participent d'univers sociaux multiples – et ce n'est qu'en recomposant la variété de ces espaces qu'on peut appréhender ce qui est capital ».

¹⁶⁸ En début de parcours, les praticiens livrent les résultats des études qu'ils ont menées dans le cadre de leurs fonctions professionnelles (en ce sens ils alimentent les connaissances empiriques et factuelles) ; ils occupent ensuite des rôles de témoin (d'un système de mesure de l'audience télévisuelle qui est en train de se perfectionner), qui prend tantôt le caractère expert (d'un outil de mesure, de sa pertinence) ou d'historien (des travaux menés).

souvent en vigueur dans les revues scientifiques (Séguir, 2004). L'effet est accentué lorsque les publications sont régulières et adoptent un caractère systématique : à chaque dossier de revue son ou ses articles de Jacques Durand et/ou Michel Souchon (voir le tableau 11). L'ensemble attribue également une forme de reconnaissance académique aux auteurs, qui se traduit notamment par la publication, en 2004 dans la revue *Le temps des médias*, d'un entretien entre la chargée de recherches CNRS Isabelle Veyrat-Masson et Michel Souchon, où ce dernier fait le récit de son parcours.

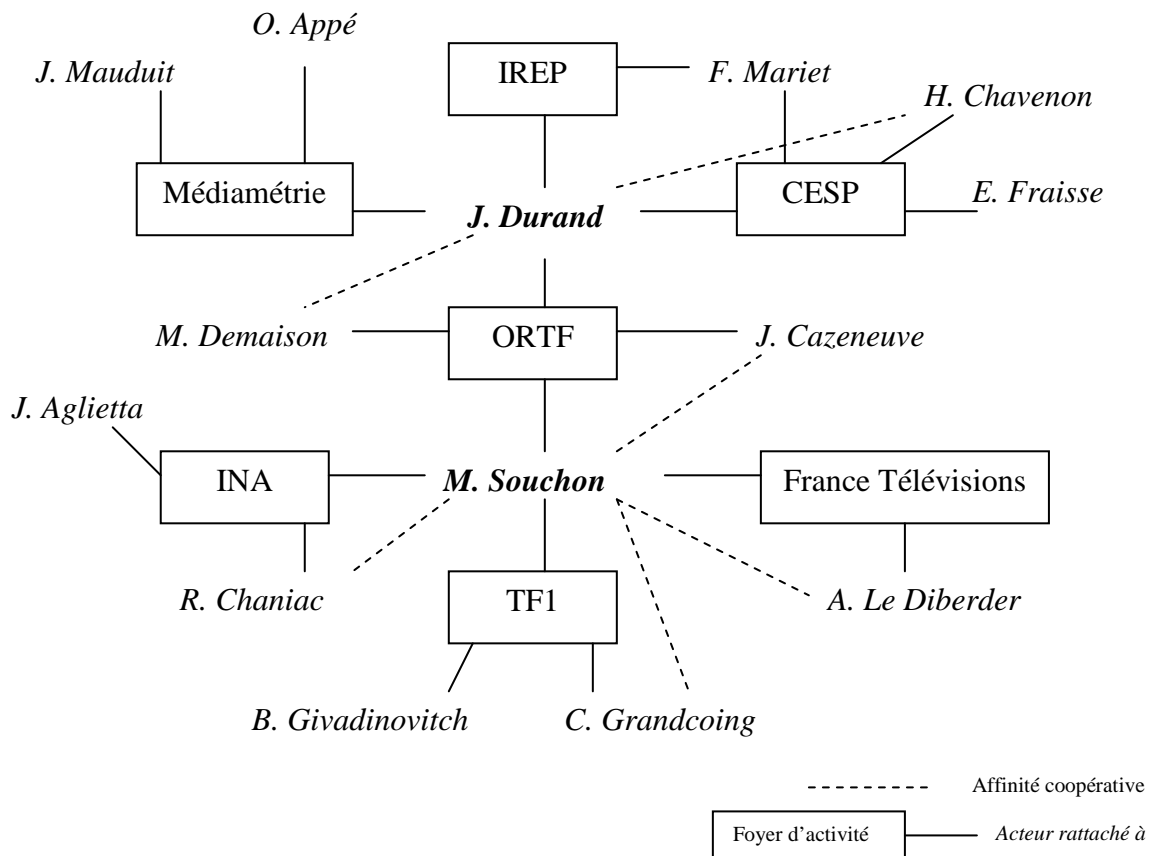
Tableau 11. Contributions de J. Durand et M. Souchon aux principaux dossiers de revue sur les téléspectateurs.

1988	« Télévision. La mesure de l'audience », <i>Les dossiers de l'audiovisuel</i> , 22	Grandcoing C., Souchon M. , Delecour B., Chaniac R., « Sondages et programmes »
1990	<i>Réseaux</i> , 39	Souchon M. , « Les programmeurs et leurs représentations du public »
1990s1	« Les médias et leur public », <i>Mediaspouvoirs</i> , 21	Durand J. , « L'évolution des audiences de la radio et de la télévision au cours des quarante dernières années » ; Souchon M. , « Où va la télévision française ? » ; Souchon M., « Audience cumulée, audience moyenne audience totale »
1993	« Les approches du téléspectateur », <i>Les dossiers de l'audiovisuel</i> , 51	Durand J. , « Mesurer l'audience : le cas de la télévision »
1993	« À la recherche du public », <i>Hermès</i> , 11-12	Durand J. , « Les jugements des téléspectateurs. L'évaluation des programmes de télévision » ; Souchon M. , « "Le vieux canon de 75". L'apport des méthodes quantitatives à la connaissance du public de la télévision »
1997	Chapitre 6 Les travaux sur la réception, <i>Réseaux HS Sociologie de la communication</i>	Souchon M. , « L'audience de la télévision »
1998	« Les publics, généalogie de l'audience télévisuelle », <i>Quaderni</i> , 35	Durand J. , « Les études sur l'audience de la radio-télévision en France » ; Souchon M. , « Histoire des indicateurs de l'audience »
2003	« L'audience. Presse, radio, télévision, internet », <i>Hermès</i> , 37	Souchon M. , « Pour une utilisation complète de l'audimétrie »
2004	« Psychologie sociale, traitements et effets des médias », <i>Questions de communication</i> , 5	–
2004	« Public, cher inconnu ! », <i>Le Temps des Médias</i> , 3	Durand J. , « Rencontre avec Jean Oulif (1909-1987) » « Michel Souchon , du Cecmas à France Télévisions, un itinéraire » (Propos recueillis par I. Veyrat-Masson)
2004	Figures du public, <i>Réseaux</i> , 126	–

Jacques Durand et Michel Souchon ont eu une activité de « passeurs » – *via* la diffusion de savoir-faire dans le champ académique, la mise en circulation du savoir académique auprès de praticiens, la présentation de praticiens à des directeurs de revue, d'ouvrages

– au sein d’un réseau d’acteurs professionnels constitué au cours de leurs trajectoires professionnelles. La représentation (figure 23) de celles-ci permet de situer plusieurs des auteurs (praticiens) figurant dans notre corpus (noms en italique sur la figure).

Figure 23. Un réseau de praticiens autour de Jacques Durand et de Michel Souchon.



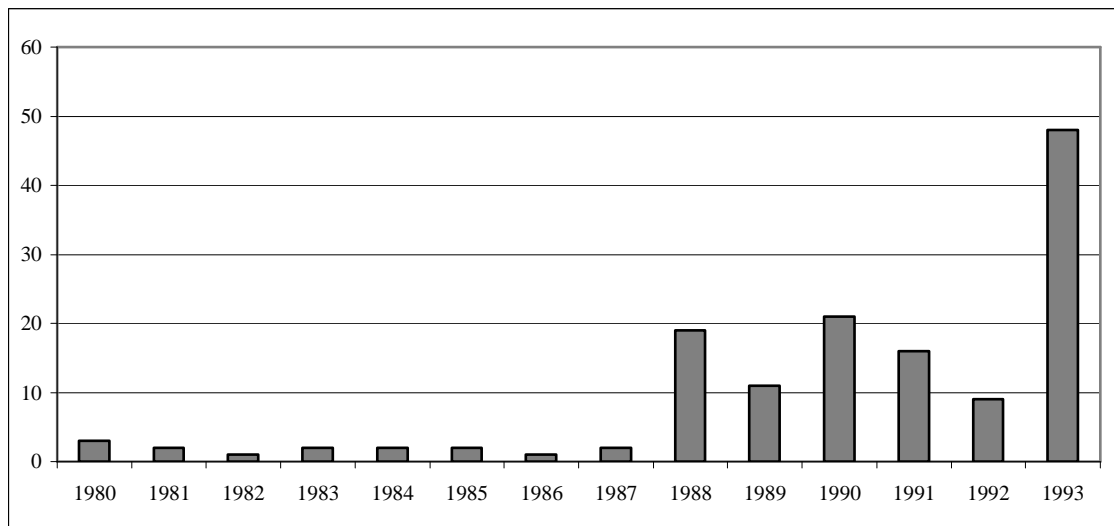
En résumé, la constitution d’un réseau entre les champs académique et professionnel accompagnée de la circulation d’idées et d’hommes ont entraîné les interventions des praticiens, présentées dans ce chapitre. Les études d’audience, qui en sont l’apanage, constituent une entrée disponible pour le retour de l’objet, sur une scène académique elle aussi alors disponible pour cette problématique.

Chapitre 5. Le retour des téléspectateurs sur la scène académique française

Si la configuration du champ académique français des années 70 a ajourné les travaux sur la réception (voir le chapitre 3), celle de la fin des années 80 leur était plus favorable. Durant la deuxième moitié des années 80, les capacités technologiques en lien avec le développement du paysage audiovisuel sont des facteurs de la conduite d'enquêtes ; on assiste à une effervescence pluridisciplinaire autour de la problématique de la réception et au développement des recherches en communication ; les compétences des praticiens au niveau de la connaissance des publics sont mises à la disposition du champ académique ; la télévision comme objet de recherche est réhabilitée au sein du champ académique ; enfin, c'est une période de création d'outils de mise en circulation des savoirs ainsi que de foyers scientifiques. L'addition de ces éléments a pour effet de placer la problématique des téléspectateurs au premier plan sur l'agenda des recherches : des enquêtes empiriques sont conduites ; les résultats produits sont diffusés et discutés ; un réseau d'acteurs se profile entre les champs professionnels et académiques, à même d'alimenter encore plus ces activités.

L'année 1988 marque le retour de l'objet « téléspectateurs » sur la scène académique (voir la figure 24) ; cette problématique connaît un regain d'intérêt, après une période de carence. À partir de cette date, le nombre de publications recensées est bien plus important qu'il ne l'a été auparavant : entre 1964 et 1987, de 0 à 3 textes par année ont été relevés ; entre 1988 et 2004 les chiffres vont de 7 à 48. 92 % des éléments de notre corpus sont datés entre 1988 et 2004 (331 textes contre 28 pour 1964-1987). De plus, les premiers dossiers de revue traitant l'objet de manière centrale sont diffusés cette année-là. Quels sont les facteurs qui ont favorisé ce retour ? Rappelons que, durant les deux décennies qui ont précédé, la recherche française a eu tendance à éluder (complètement) la question des téléspectateurs et non à la traiter (que ce soit en terme de passivité ou d'activité). C'est pourquoi, nous préférons parler d'un téléspectateur « retrouvé » plutôt que d'un téléspectateur « réhabilité », pour caractériser la recherche française sur les médias de masse dans les années 80. Pourtant, nous allons voir qu'une entreprise de « reconstruction » de l'objet anime certains tenants du champ académique. Nous limitons cette période à quatre années, car, à partir de 1993, les téléspectateurs peuvent être considéré comme un objet installé dans le champ académique.

Figure 24. Évolution des publications académiques sur les téléspectateurs (1980-1993).



5.1. Effet de l'évolution du paysage audiovisuel français

Les capacités technologiques en lien avec le média ont été des facteurs de la conduite d'enquêtes sur les téléspectateurs qui marquent le retour de l'objet sur la scène académique. Gisèle Bertrand, Chantal de Gournay et Pierre-Alain Mercier (1988a) étudient les pratiques de *zapping* en 1986-87, soit au moment de la création de canaux supplémentaires et de la diffusion de la réception par câble. L'utilisation du magnétoscope est analysée par Nicole Arnal et Alain Busson (1993) lorsque l'équipement se généralise. En revanche, les études sur les usages sociaux de la télévision ne sont pas déclenchées par l'observation d'usages nouveaux de la télévision. En 1986-87, Dominique Boullier (1987) étudie les conversations sur la télévision menées sur le lieu du travail, un phénomène qui existait dès les années 60 (voir le chapitre 2).

En effet, ce n'est pas tant l'autonomisation des services et la mise en place d'un régime concurrentiel que leur pérennisation qui ont pu entraîner les chercheurs à poser, à nouveau, la question de la réception de la télévision. En effet, l'éclatement de l'ORTF (1974) n'a pas été immédiatement suivi d'interrogations académiques sur les pratiques d'individus qui pouvaient alors choisir entre plusieurs programmes. En revanche, la seconde phase de multiplication des chaînes et la privation de certaines coïncident avec le retour de l'objet : en 1984, la chaîne privée à péage Canal + diffuse ses premiers programmes ; les années suivantes les cinquième et sixième canaux sont créés, tandis que TF1 est privatisée en 1987. De même, à notre connaissance, les premières formes d'intervention du téléspectateur lambda dans les programmes n'ont pas immédiatement suscité la curiosité des chercheurs. Par exemple, en 1976, *via* les stations régionales, les téléspectateurs de toute la France pouvaient participer aux *Jeux de 20H* diffusés sur Fr3 ; un an plus tard, le « président Giscard d'Estaing dialogue en direct avec une soixantaine de français choisis par la Sofres » (Michel, 1995 : 77). Dans l'ensemble, les transformations de l'industrie télévisuelle des années 80 (le développement d'équipements et technologies connexes comme le câble¹⁶⁹, le magnétoscope ;

¹⁶⁹ En 1982, le « Plan Câble » est lancé en France. L'utilisation de cette technique permet une distribution plus étendue et de meilleure qualité que celle des voies hertziennes (qui ne disparaissent pas pour autant). Elle conduit à la multiplication de l'offre de chaînes de télévision, notamment thématiques (voir Balle, 1980 : 153-157).

l'utilisation des premiers audimètres ; la création de Médiamétrie ; celle du Conseil supérieur de l'audiovisuel¹⁷⁰) semblent avoir eu une influence plus grande sur l'activité académique que celles des années 70 (suppression et éclatement de l'ORTF, création du Centre d'étude de l'opinion). Elles ont surtout coïncidé avec des facteurs propres au champ académique, comme le développement des sciences de la communication (voir *infra*).

5.2. Effervescence pluridisciplinaire

5.2.1. La réhabilitation de la télévision

Durant les années 80, une représentation d'une perception passive, massive et endormie des publics de télévision s'installe au sein du champ académique ; elle se greffe sur l'idée d'un échec du programme de recherche sur les communications de masse (voir le chapitre 3). Elle se traduit par la mise en place d'une entreprise de réhabilitation des téléspectateurs, *via* la publication d'ouvrages généraux sur les médias et la télévision. Leurs auteurs insistent sur la nécessité de ré-affirmer l'activité des téléspectateurs, au point que, pour Nicolas Pélissier (2005 : 116), cette réhabilitation « passe sous silence » d'autres aspects de la communication télévisuelle, en particulier « l'évolution du statut des producteurs d'information que sont les journalistes ». Par exemple, en 1983, Jean-Louis Missika, alors conseiller du Président Directeur Général d'Antenne 2, et Dominique Wolton, directeur de recherches CNRS, publient *La folle du logis. La télévision dans les sociétés démocratiques* ; un ouvrage dans lequel ils affirment le rôle démocratique et socio-éducatif du média. Quelques années plus tard, l'idée est certifiée avec encore plus d'enthousiasme par Dominique Wolton (1990), qui publie un *Éloge du grand public*. Dans cet ouvrage, le chercheur explique clairement que son objectif est de « montrer l'importance » de la télévision, « d'un point de vue démocratique », en raison du « quasi désert de réflexion, comme l'absence de réflexion, dont il [le média] est l'objet » (*ibid.* : 3). De plus, il dénonce les « lieux communs sur son pouvoir, son

¹⁷⁰ Créé en 1989 en remplacement de la Commission nationale de la communication et des libertés (CNCL), le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) a pour mission principale le contrôle et la sanction des programmes télévisuels. Il se compose de 9 membres nommés pour 6 ans, par tiers par les présidents de la République, de l'Assemblée Nationale et du Sénat.

influence, la bêtise du public, la passivité du spectateur, l'aliénation de l'image » (*id.* : 11).

Certains n'ont pas fait l'apologie des médias à l'instar de Dominique Wolton, mais, leur discours affirmait la nécessité d'étudier ces objets. Par exemple, dans *La société de connivence*, Paul Beaud (1982) dénonce les inégalités sociales reproduites par la télévision ; c'est pourquoi, dit-il, l'étude des médias par les sociologues ne peut pas faire l'impasse sur cette dimension. D'une manière générale, la problématique de la réception s'installe dans les discours des chercheurs. En 1986, Armand et Michèle Mattelart ont consacré un chapitre de leur ouvrage, *Penser les médias*, aux « procédures de consommation et de réception des médias » (chap. 8) ; Pierre Chambat et Alain Ehrenberg publient, en 1988, un long article sur la télévision, dans lequel ils déplorent la « méconnaissance des pratiques réelles » des téléspectateurs et la représentation du public comme masse, et insistent sur le « développement des pratiques culturelles actives et l'importance des usages ».

Il est vrai que le média a souffert d'un déficit de légitimité au sein de l'opinion publique et du champ scientifique (voir le chapitre 3). Mais, il n'en a pas été explicitement de même pour les téléspectateurs : nous avons vu que l'activité et la diversité des récepteurs sont affirmées et/ou reconnues dans les discours dès les années 30, pour la presse et la radio, dès les années 50 pour la télévision. Cet amalgame a pour effet positif d'inscrire la thématique de la réception à l'agenda des recherches, mais, il conduit aussi certains à penser les années 90 comme celles de la naissance de la problématique des téléspectateurs en France (voir la section 2).

5.2.2. Dépasser la question des effets

À ce moment-là, la question de la réception télévisuelle est alors d'actualité, parfois elle est annoncée dans le cadre d'études où elle n'est pas prioritairement traitée. Elle émerge dans les esprits et dans les discours. Surtout, elle se développe autrement que dans le cadre d'une problématique des effets puissants des médias ; ce qui a pour effet d'élargir le débat – du moins la teneur des discours – sur le sujet. Par exemple, la chercheur en science politique Brigitte Le Grignou (entretien, 12 sept. 2006) explique que ses

premières interrogations sur la réception d'émissions politiques sont nées en partie d'un « agacement vis-à-vis des analyses habituelles de la politique télévisée, qui se contentent de postuler des effets : "Il est entendu que les médias de masse produisent des effets de masse ; il est entendu que la propagande est toujours efficace" ». Autrement dit, la représentation d'une influence uniforme et directe de la télévision demeure assez prégnante en France à ce moment-là, d'autant plus qu'elle repose sur la diffusion de discours et non sur la conduite d'enquête : « L'idée ne repose jamais sur une enquête empirique, ou très rarement : "Il est entendu", "on sait que". Il suffit d'avoir vu l'émission, d'en avoir déconstruit la structure, l'énoncé, pour savoir que ça produit ces effets-là. Il n'y a pas d'enquête réelle » (*ibid.*).

5.2.3. Enquête sur la télévision et réception

En 1986-87, les chercheurs en science politique Brigitte Le Grignou et Érik Neveu analysent la mise en scène de la politique à la télévision¹⁷¹. Pour cela, ils procèdent à une analyse du contenu d'un programme en particulier, de l'activité des journalistes et mènent des entretiens avec les responsables de l'émission. Une partie de l'enquête a consisté à présenter et commenter le profil sociologique du public de l'émission, à partir des résultats d'un sondage publié dans le quotidien *Le Monde*. Cet élément a sans doute guidé le choix de l'article présentant l'enquête : « Émettre la réception », alors que le versant « réception » ne constitue pas l'essentiel du travail. Interrogée sur ce sujet, Brigitte le Grignou (entretien, 12 sept. 2006) rapporte que la question de la réception n'était pas prévue initialement pour ce travail, elle s'est imposée : « Il n'y avait pas *a priori* une volonté systématique de travailler sur les réceptions. Progressivement, en travaillant sur les conditions de production, on a été amenés à réfléchir aux anticipations de la part des émetteurs. Petit à petit, je crois que c'est vrai pour nous deux, je parle essentiellement pour moi mais je pense que c'est aussi vrai pour Érik Neveu, on s'est aperçus que les conditions de réception réelles devaient être prises en compte pour parler d'une émission, *a fortiori* de ses échecs ». Il est intéressant de noter que ce texte, riche en tant qu'étude de contenu mais pauvre en tant qu'étude de réception, a fait l'objet de deux rééditions : l'une, dans le chapitre « Les programmes » d'une livraison

¹⁷¹ Cette enquête s'inscrit également dans une tendance à l'étude de l'influence des médias au niveau de la communication politique, dans le domaine de la science politique, repérée quelques années plus tôt par J.-P. Marhuenda (1983 : 440).

hors-série de *Réseaux* sur le thème « Sociologie de la télévision » (Beaud, Flichy, 1993) ; l'autre, dans celui « Les travaux sur la réception » d'un *Reader* « Sociologie de la communication », à l'initiative de cette même revue (Beaud *et al.*, 1997). Ce déplacement de classification traduit une instabilité de la définition de l'objet téléspectateurs, caractéristique du champ académique français (voir le chapitre 9). Il montre aussi une politique de promotion de l'objet par *Réseaux*, entravée par un problème dans le renouvellement et/ou la poursuite des enquêtes initiées à la fin des années 80¹⁷². Si l'on parle beaucoup des téléspectateurs dans le champ académique au cours des années 90 (Allard, 1994 ; Champagne, 1994 ; Le Grignou, 1995 ; Quéré, 1996 ; Amiel, 1998) les quelques investigations empiriques (Derville, 1995 ; Mostefaoui, 1996 ; Coulomb-Gully, 1997) ne semblent pas à même de représenter « Les travaux sur la réception », à la différence de leurs prédécesseurs. S'agit-il des prémisses d'une définition de l'objet promulguée par les tenants de la revue ?

5.2.4. L'interprétation des messages et les psychosociologues

En marge du phénomène décrit *supra*, et des sociologues et des anthropologues intéressés par la question des pratiques téléspectatorielles (voir *infra*), les tenants du sous-champ de la psychologie sociale s'attachent alors à traiter la question de l'interprétation des messages médiatiques ; autrement dit, à rattraper le retard français au niveau des études de réception. En effet, dans le chapitre 3, nous affirmions que cette problématique, développée en Angleterre et aux États-Unis, ne l'a pas été dans l'Hexagone¹⁷³.

Dans le cadre d'un programme de recherche sur les communications langagières engagé au Centre d'analyse des discours (CAD) de l'Université Paris 3, le psychosociologue Claude Chabrol aborde directement la question de l'interprétation des images télévisuelles, ou plutôt des discours témoignant de celle-ci. Le chercheur a pour projet de mesurer empiriquement l'écart entre les perceptions possibles de séquences

¹⁷² À ce sujet, voir notre entretien avec B. Le Grignou (annexe 8i) où le chercheur fait l'hypothèse que la troisième publication du texte co-écrit avec É. Neveu en 1988 est l'effet d'une carence de textes dans ce chapitre « Les travaux sur la réception ».

¹⁷³ Dans les années qui suivent, la question de l'influence des médias devient l'apanage d'une approche psychosociale française (voir le chapitre 8, et Courbet, Courbet-Fourquet, 2003 ; Marchand, 2004).

télévisuelles identifiées dans une démarche sémio-pragmatique par le linguiste Patrick Charaudeau (qui dirige le Centre) et celles exprimées par des individus. Pour cela, il développe une « procédure quasi-expérimentale » (Chabrol, 1991 : 191), qui se caractérise par l'identification de variables indépendantes et dépendantes. D'une part, il s'agit de constituer des groupes d'étudiants (8x5 dans le cas présenté, soit quarante personnes) à partir du critère sélectionné de « familiarité » au genre « débat littéraire » : à l'aide d'un questionnaire préalablement rempli, le chercheur identifie les sujets *via* quatre modalités, « chacune définissant un niveau de compétence psycho-socio-langagière (P.S.L.) supposé » (*id* : 195) et correspondant à des niveaux de familiarité (1) à l'émission *Apostrophes* et (2) au genre littéraire. Le degré de « familiarité » est aussi construit par le dispositif d'enquête, *via* la diffusion préliminaire soit d'une séquence de l'émission, soit d'« une émission de débats relevant d'un sous-genre discursif appartenant à la zone de concurrence discursive ». Ainsi dresse-t-il la nomenclature suivante : « familiers », « familiarisation directe », « familiarisation indirecte » et « non familiers ».

D'autre part, la définition de variables sémiolinguistiques et situationnelles permet à l'auteur de distinguer quatre stratégies discursives de l'animateur à partir desquelles il propose deux types de sous-séquences (duelles : « interview » et plurielles : « débat ») ; puis il mobilise la notion de « contrat de communication » développée par Patrick Charaudeau (voir partie 3.1.2) afin de proposer quatre séquences : « Une sous-séquence duelle conforme au contrat communicationnel (sous-séquence typique où l'animateur tient des rôles de questionnant et l'invité des rôles de répondant) et une séquence duelle non conforme (où l'animateur régule, évalue et où c'est l'invité qui propose et gère l'échange). De la même manière, sur les deux sous-séquences plurielles choisies, l'une d'elles s'accorde au contrat communicationnel (où l'animateur joue un rôle de régulant les échanges, les invités prenant successivement des rôles de sujet déclarant, donnant son point de vue, se défendant, évaluant), et l'autre pas »¹⁷⁴ (*id* : 197). Deux de ces extraits sont diffusés à chaque groupe d'individus, ceux-ci devant évaluer en fin de séance les stratégies de l'animateur à l'aide d'une grille à échelle. La pluralité des variables permet au chercheur de croiser les données obtenues, par exemple : évaluation de la personnalité de Bernard Pivot (animateur) en fonction du degré de familiarité à

¹⁷⁴ Les *items* relevant du contrat de communication sont définis *via* un questionnaire distribué auprès de 289 étudiants et une écoute du dire social sur l'émission.

l'émission et au genre¹⁷⁵ ; jugements sur sa stratégie discursive mis en rapport avec les traits « personnologiques » qui lui sont attribués.

Entre 1982 et 1992, c'est une équipe « Communication-Réception » de l'Institut de recherche en pédagogie de l'économie et en audiovisuel pour la communication dans les sciences sociales (IRPEACS) du CNRS d'Écully qui a travaillé sur les activités complexes d'interprétation, de production de sens et de plaisir des usagers de la télévision. Les chercheurs rattachés à ce groupe préféraient au terme de « réception » celui d'« expérience médiatique » (Belisle, Bianchi, Jourdan, Kouloumdjian, 1992 : 59). Plusieurs d'entre eux, dont Claire Belisle et Marie-France Kouloumdjian sont des psychosociologues. Une partie des travaux est l'objet de l'ouvrage écrit par l'ancien journaliste et chercheur en sciences de la communication Jean Bianchi (Bianchi, Bourgeois, 1992), intitulé *Les médias côté public. Le jeu de la réception*.

5.3. Développement des recherches en communication

Les années 80 sont aussi les années d'une effervescence autour des recherches sur la communication ; à ce moment, Claude Baltz (1985) évoque « la nébuleuse inforcom ». Une majorité de chercheurs fait le constat de la nécessité d'« ancrer la thématique de la recherche en communication dans l'institution scientifique » (Marhuenda, 1983 : 447), tandis que les premiers représentants des sciences de l'information et de la communication (Sic) poursuivent l'institutionnalisation de la discipline. Ceci entraîne, d'une part, la création de lieux de production et de diffusion des travaux sur la communication. D'autre part, on assiste à la mise en place de programmes de recherche « Communication » dans le cadre du CNRS, au sein desquels la thématique de la réception prend une place importante.

¹⁷⁵ Pour exemple, à ce sujet Cl. Chabrol (1991 : 206) conclut : « Les sujets, quel que soit leur *degré de familiarité* évaluent de façon homogène chaque trait. L'attitude générale de la population étudiante vis-à-vis de la personnalité de l'animateur est valorisante et uniformisée. On a sans doute ici un effet lié à l'attraction et à la crédibilité de la SOURCE, vedette médiatique "intellectuelle" ».

5.3.1. Création de revues de communication

- *Une inscription explicite dans les recherches sur la communication*

Corrélativement à un engouement général pour la problématique de la communication, les années 80 se caractérisent par la création de plusieurs revues scientifiques centrées sur l'étude des médias et/ou des communications de masse : *Réseaux*, en 1983, *Médiaspouvoirs* et *Les dossiers de l'audiovisuel* deux ans plus tard, *Quaderni*, en 1987 et *Hermès* en 1988. Elles sont fondées par et pour les chercheurs en communication. Trois d'entre elles émanent directement de foyers scientifiques dont l'axe principal se constitue de ces thématiques : en 1983, *Réseaux* est créée sous l'égide du Centre national d'étude des télécommunications ; elle est fondée et dirigée par Patrice Flichy, directeur du laboratoire de sociologie du Cnet, et Paul Beaud. Ce dernier, professeur de sociologie à l'université de Lausanne, vient alors de publier un ouvrage dans lequel il prône le renouvellement des études sur les médias : « L'étude des médias doit [...] se replacer dans la perspective des transformations de la structure sociale, des rapports sociaux, des rapports de classe » (Beaud, 1982 : 332). Le périodique a pour objectif de diffuser de savoirs dans le domaine de la communication et souhaite multiplier les genres de discours scientifiques : « *Réseaux* se propose de rendre compte du renouveau de la recherche sur la communication. [...] Alors que les sciences de la communication sont éclatées, *Réseaux* ne veut pas les unifier mais les faire communiquer, en mettant des textes en circulation, en suscitant des débats dans son séminaire. *Réseaux* s'intéresse aussi bien aux approches et aux apports théoriques nouveaux qu'aux résultats des recherches » (Présentation de la revue en quatrième de couverture des livraisons). Bien qu'éditée par le Cnet, la revue n'a pas eu pour vocation d'en être l'outil, elle devait être un espace d'écriture pour les chercheurs académiques, comme le précise Patrice Flichy (entretien, 20 sept. 2006) : « Il faut bien comprendre que *Réseaux* n'était pas la revue du Cnet au sens "lieu de publication du Cnet". *Réseaux* s'est positionnée très vite comme la revue de référence de la communication ».

Les dossiers de l'audiovisuel est fondée à l'initiative de l'Ina : la création s'inscrit dans les activités de recherche confiées à l'Institut en 1974¹⁷⁶ ; la revue a pour ambition d'être un « outil de travail et de référence pour tous ceux qui s'intéressent aux médias et aux nouvelles technologies » et de « faire un point régulier sur les mutations de l'audiovisuel » (www.ina.fr/produits/publications/)¹⁷⁷. En 1988, la fondation du Laboratoire communication et politique par Dominique Wolton¹⁷⁸ (voir *infra*) s'accompagne de celle de la revue *Hermès*, véritable outil de diffusion des problématiques développées dans le cadre de ce dernier. D'emblée, le périodique s'inscrit explicitement dans la tendance de l'étude de la communication : « Un nouveau paradigme mobilise aujourd'hui la communauté des chercheurs : celui de la communication. Au-delà des effets de mode, il mérite d'être pris au sérieux. Tel est le pari scientifique de la revue » (D. Wolton, éditorial, 1993).

Médiaspouvoirs et *Quaderni* se positionnent elles aussi dans le domaine de la communication ; la première, lancée en 1985, s'adresse alors « à tous ceux dont l'activité ou la curiosité touche à la communication » et est présentée par son éditeur, le groupe Bayard Presse comme une « revue de réflexion sur la communication » (www.difpop.com)¹⁷⁹. De même, la seconde fait le pari « d'explorer un champ encore en jachère : la communication et ses rapports essentiels avec les technologies et le pouvoir » (www.quaderni.univ-paris1.fr) ; elle est dirigée depuis 1987 par Lucien Sfez, chercheur en science politique¹⁸⁰.

- ***Des revues pérennes, mais une reconnaissance contrastée***

Ces revues connaissent une pérennité depuis, qui a dépassé la décennie d'engouement pour les recherches en communication pourrait-on dire, à l'exception de

¹⁷⁶ Depuis cette date, le directeur de publication de la revue est le directeur de l'Ina. En 2002, celle-ci est rebaptisée *Les nouveaux dossiers de l'audiovisuel*.

¹⁷⁷ L'étude des médias occupe une place conséquente dans les recherches en communication telles qu'elles sont présentées durant les années 80 ; c'est pourquoi nous insérons la revue *Les dossiers de l'audiovisuel* dans cette perspective, bien que son ciblage sur l'étude des médias lui confère un statut particulier.

¹⁷⁸ Nous verrons *infra* que D. Wolton a joué un rôle important dans le développement des recherches en communication en France.

¹⁷⁹ Pour une présentation de l'histoire de la revue, voir Pélissier, 2005 : 159-162.

¹⁸⁰ *Quaderni* est publiée par les éditions Sapienza et domiciliée à l'université Paris 1 Sorbonne.

Médiaspouvoirs dont la publication a été arrêtée en 1998. En 2006, deux d'entre elles sont reconnues par le Conseil national des universités (CNU) comme des revues scientifiques insérées dans le champ des sciences de l'information et de la communication : *Hermès* et *Réseaux*¹⁸¹. Ces dernières sont aussi reconnues par le CNRS : elles apparaissent comme des outils de référence. Toutes figurent au sommaire d'un « annuaire des revues en Infocom » réalisé par Daniel Bougnoux et Paul Rasse (2002) à l'occasion d'un colloque, parrainé par la SFSIC, sur les « Place et enjeux des revues pour la recherche en Infocom » (manifestation tenue à l'université de Nice Sophia-Antipolis en 2002). Aussi, *Les dossiers de l'audiovisuel* et *Quaderni* ne bénéficient pas de la reconnaissance institutionnelle mais de celle des chercheurs. Ce, d'autant plus lorsque Daniel Bougnoux et Paul Rasse (*ibid.* : 8) rapportent les résultats d'une enquête menée en 2001 par Philippe Jeannin sur la notoriété des revues en sciences de l'information et de la communication : ceux-ci indiquent que, sur une liste de 263 revues recensées en Infocom au plan mondial, « 17 seulement sont connues d'au moins un chercheur sur deux ». *Hermès*, *Réseaux* et *Quaderni* figurent parmi celles-ci.

Il est à noter que, parmi les deux revues qui ne sont pas directement produites dans le champ académique, *i.e.* *Les dossiers* et *Réseaux*, la seconde y est unanimement reconnue (CNU, CNRS, chercheurs), tandis que la première l'est moins¹⁸² : elle apparaît comme une revue professionnelle. Il semble que la revue ait davantage laissé la place aux chercheurs universitaires dans ses premiers numéros (*e.g.* la livraison 51 comporte un dossier sur « Les approches du téléspectateurs », composé de 8 articles de praticiens sur un total de 15), mais, est plus proche aujourd'hui du format et du contenu d'un magazine à destination de professionnels, *via* la présence de publicités, de nombreuses photographies et illustrations, de textes courts (une demie à deux pages par article pour la livraison de 2006¹⁸³), d'interviews de professionnels, d'articles de journaliste... Cela peut aussi être reliée aux politiques éditoriales des revues. Par exemple, dès ses débuts,

¹⁸¹ Afin d'évaluer dans quelles mesures ces revues ont réussi leur pari d'être des revues de référence pour les recherches sur la communication, il conviendrait de prendre en compte les critères d'évaluation du CNU (rattachement disciplinaire des membres du comité de rédaction ? des auteurs ? problématiques développées ?).

¹⁸² Au-delà d'une distinction entre les revues du champ académiques (produites par et à destination des acteurs du champ) et celles du domaine professionnel, nous considérons ces revues comme scientifiques, dans la mesure où toutes participent à l'alimentation des connaissances dans le champ académique (elles sont citées par les chercheurs universitaires), ainsi qu'à l'activité de ces derniers (qui y publient). Nous verrons *infra* comment certaines constituent des relais entre les deux champs.

¹⁸³ Dans cette huitième livraison (la numérotation a repris lors du changement en *Nouveaux dossiers*), 1 article sur 20 est signée d'un chercheur universitaire.

Réseaux s'est positionnée comme la revue de référence dans le domaine de la communication ; ses liens étroits avec le GDR Communication CNRS puis le Centre d'étude des mouvements sociaux (laboratoire CNRS) (voir notre entretien avec Patrice Flichy, annexe 8j) lui ont attribué un pouvoir, une autorité dans le champ académique, qui s'est traduit par une notoriété importante : « Dans le bilan fait il y a deux-trois ans par le CNRS, qui s'est livré à un travail bibliométrique, on s'aperçoit que *Réseaux* est de très loin la première revue sur la communication » (Patrice Flichy, entretien, 20 sept. 2006). Par souci de clarté, le tableau 12 répertorie les caractéristiques de ces cinq revues.

Tableau 12. Cinq revues de communication créées durant les années 80.

Revue	Direction	Institut de rattachement	Éditeur	Reconnaissance		
				Chercheurs (2002)	CNU (2006)	CNRS
<i>Réseaux</i> [1983-]	P. Flichy	Cnet/France Télécom R&D	Cnet	O	O	O
<i>Les dossiers de l'audiovisuel</i> [1985-]	Directeur de l'Ina	Ina	La documentation française	O	N	N
<i>Médiaspouvoirs</i> [1985-1998]	J.-M. Charon (1990-1993)	-	Bayard Presse	-	-	-
<i>Quaderni</i> [1987-]	L. Sfez	-	Éditions Sapienza	O	N	N
<i>Hermès</i> [1988-]	D. Wolton	Laboratoire communication et politique	CNRS éditions	O	O	O

- *Premiers dossiers sur les téléspectateurs*

Il est important de retenir que trois de ces revues (*Les dossiers de l'audiovisuel*, *Réseaux* et *Hermès*) sont étroitement liées à l'évolution d'autant de foyers d'activité de recherche sur les téléspectateurs (Ina, Cnet et laboratoire Communication et politique). De fait, elles figurent parmi les acteurs principaux du réseau qui se met en place au début des années 90, au sein duquel les recherches sur les téléspectateurs se sont développées majoritairement (voir *infra*). Notamment, leur rôle s'y manifeste par la publication des premiers dossiers sur le thème des téléspectateurs : entre 1988 et 2005¹⁸⁴, 12 sont édités (voir le tableau 13 et l'annexe 3)¹⁸⁵. Un dossier de revue a une

¹⁸⁴ Afin d'être exhaustifs, nous dépassons la période étudiée dans ce chapitre. Mais, 1988-1992 constitue un point de départ pour ce phénomène de publication de dossiers (3 sont édités pendant ces années)

valeur structurante : il peut réunir des approches, des points de vue différents ou non autour d'une problématique ; il représente un état des lieux polyphonique des recherches. La réception d'une livraison, e.g. le nombre de citations en référence, est un outil d'évaluation de cette caractéristique.

Par ailleurs, la publication de ces dossiers est soutenue par leur recension dans d'autres revues, notamment *Quaderni*. Cette dernière joue un rôle pour le retour des téléspectateurs, non pas tant par la diffusion d'articles, mais par la mise en visibilité de textes dans une rubrique « Revue critique des revues ». Ce, en particulier à l'initiative de la chercheur en science politique, membre du comité de rédaction de *Quaderni*, Brigitte Le Grignou (1991, 1992, 1994). Elle commente les livraisons 21 et 22¹⁸⁶ de *Médiaspouvoirs* ainsi que le dossier « À la recherche du public » publié dans *Hermès* en 1993 (voir le chapitre 7), dans des termes qui invitent à parcourir ces recueils d'articles et mettent l'accent sur l'intérêt de la « réhabilitation des publics » : « Hermès prend le temps et l'espace pour ouvrir un riche débat sur le public des médias de masse et plus particulièrement la télévision ». Le dossier « L'invention du spectateur » publié dans *Réseaux* est également l'objet d'un compte rendu dans *Quaderni*, écrit par Laurence Allard et Philippe Chaniel (1991). Ces textes augmentent la visibilité et la légitimité des articles – et des chercheurs qui les ont écrits – dont il est rendu compte ; leurs auteurs en prescrivent la lecture, tout au moins, ils les mettent en circulation dans le champ académique¹⁸⁷. Ceci contribue également à inscrire *Quaderni* et Brigitte Le Grignou dans le réseau d'acteurs des recherches sur les téléspectateurs au tournant des années 90.

¹⁸⁵ Si l'on ajoute les dossiers sur le thème des médias qui comportent une partie importante sur le versant réception (ce que nous faisons en annexe 3), le total passe à 18.

¹⁸⁶ En 1992, *Médiaspouvoirs* publie, à la suite du dossier « Les médias et leurs publics » (Charon, 1991) un retour sur les théories de la réception sous la forme d'un article de « discussion » écrit à quatre mains (Belisle *et al.*, 1992).

¹⁸⁷ La réception des « comptes rendus » est difficilement évaluable dans la mesure où il est rare qu'un auteur cite ce type de texte en référence. C'est pourquoi nous insistons ici sur leur rôle de mise en visibilité et de légitimation.

Tableau 13. Dossiers de revues sur les téléspectateurs (1988-2004).

Année	Directeur(s) du dossier	Titre du dossier	Revue
1988	R. Chaniac	Télévision. La mesure de l'audience	<i>Les dossiers de l'audiovisuel (22)</i>
1990	P. Beaud, P. Flichy	La réception des médias. L'invention du téléspectateur	<i>Réseaux (39)</i>
1991	J.-M. Charon	Les médias et leur public	<i>Médiaspouvoirs (21)</i>
1993	G. Bertrand	Les approches du téléspectateur	<i>Les dossiers de l'audiovisuel (51)</i>
	D. Dayan	À la recherche du public	<i>Hermès (11-12)</i>
1994	P. Beaud, L. Quéré	Les théories de la réception	<i>Réseaux (68)</i>
1998	S. Chalvon-Demersay	Les publics. Généalogie de l'audience télévisuelle	<i>Quaderni (35)</i>
1999	J. Jouët, D. Pasquier	Les jeunes et l'écran	<i>Réseaux (92-93)</i>
2003	R. Chaniac	L'audience. Presse, radio, télévision, internet	<i>Hermès (37)</i>
2004	C. Méadel	Public, cher inconnu !	<i>Le temps des médias (3)</i>
	D. Mehl, D. Pasquier	Figures du public	<i>Réseaux (126)</i>
	Cl. Chabrol, D. Courbet, M.-P. Fourquet-Courbet	Psychologie sociale, traitements et effets des médias	<i>Questions de communication (5)</i>

Pourquoi insister autant sur ces revues ? Elles deviennent les outils privilégiés de la mise en circulation des savoirs sur les téléspectateurs dans le champ académique français – par rapport aux ouvrages et contributions à des ouvrages collectifs (voir la figure 26). En effet, nous avons recensés 224 articles sur les téléspectateurs sur un total de 359 éléments, soit 62 % (voir l'annexe 1d et la figure 25). Ainsi, l'évolution des publications dans les revues accompagne celle des textes sur les téléspectateurs (voir la figure 26).

Figure 25. Répartition des publications sur les téléspectateurs de notre corpus.

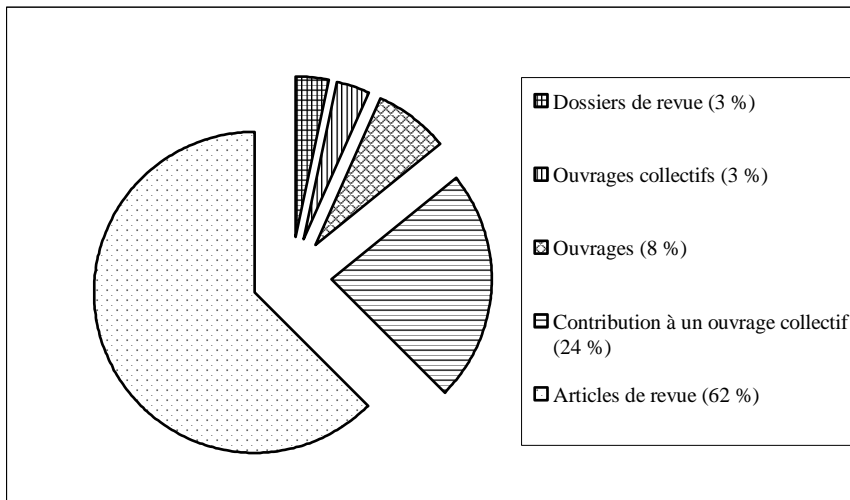
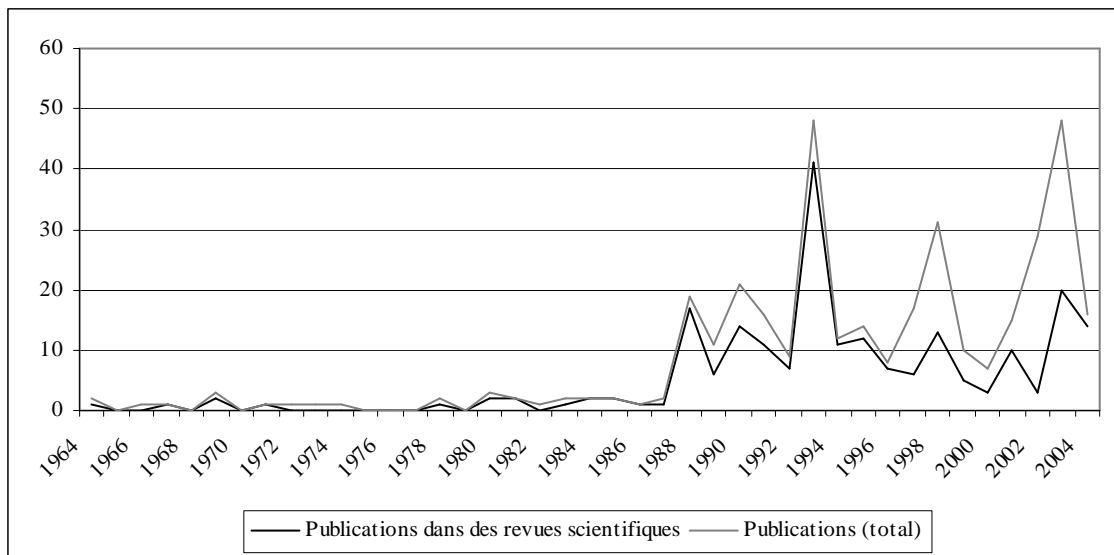
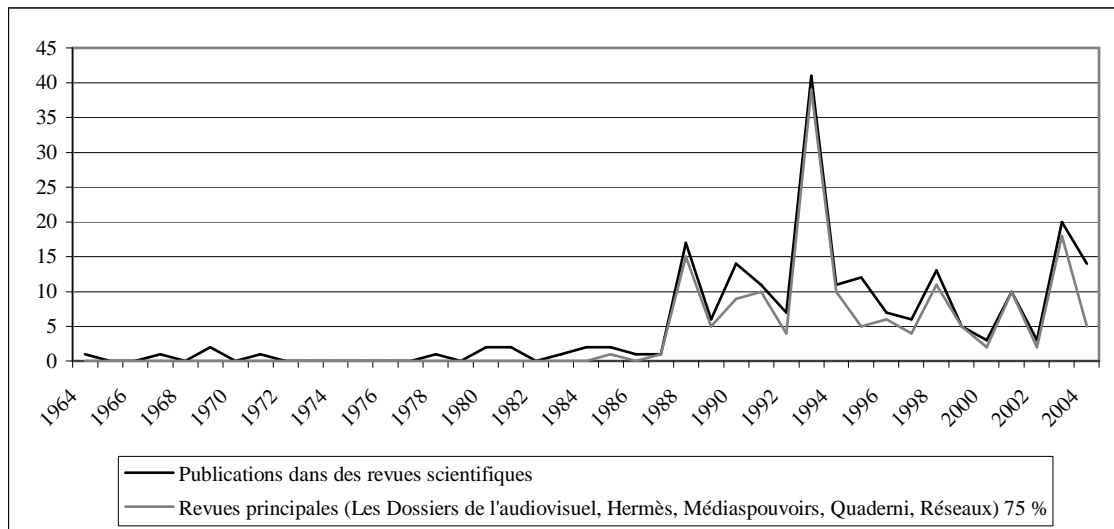


Figure 26. Évolution des publications d'articles et de textes sur les téléspectateurs (1964-2004).



Surtout, les cinq revues de communication créées dans les années 80 ont assuré 75 % de la production d'articles sur les téléspectateurs (162 articles sur 224). Ce groupe restreint de périodiques a constitué l'outil privilégié de diffusion des connaissances sur les téléspectateurs (au total, les articles qu'elles ont publiés représentent 45 % de l'ensemble de notre corpus) (figure 27).

Figure 27. Évolution des publications sur les téléspectateurs et des articles figurant dans les cinq revues principales (1964-2004).



5.3.2. Engouement pour les recherches sur la communication

En 1982, Armand Mattelart et Yves Stourdzé rendent un rapport au ministre de la Recherche et de l'Industrie sur le thème *Technologie, culture et communication*, dans lequel ils dénoncent le retard français au niveau des recherches sur la communication, par rapport à leurs voisins anglo-saxons. Les conclusions de cette étude portent sur l'instabilité de ce lieu d'interdisciplinarité, comme le rapporte Jean Pierre Marhuenda (1983 : 429) : « A. Mattelart et Y. Stourdzé ont moins rencontré un bilan de travaux achevés aisément cumulatifs, qu'une collection de secteurs d'études, de domaines d'intérêt relativement hétérogènes et passablement cloisonnés, développés dans le cadre d'institutions différentes et inégalement valorisées ». Les auteurs y préconisent l'intégration des problèmes de communication à la recherche scientifique et la diffusion plus large de ses résultats.

La même année, est organisé un colloque sur le thème « Recherche et technologie » où certains, comme Dominique Wolton, alors responsable du programme scientifique « Science, technologie, société » pour le CNRS, « dresse le constat de la dispersion des études sur les communications de masse » (Marhuenda, 1983 : 428). Face à ce problème, Claude Bartz (1985 : 8) prescrit « la reconnaissance théorique du phénomène

inforcom ». Le constat du manque de légitimité des recherches dans ce domaine est unanime et particulièrement vif dans la première moitié de la décennie. Ce, d'autant plus qu'il croise la quête de reconnaissance scientifique des tenants de la jeune discipline « sciences de l'information et de la communication ».

Si l'institutionnalisation universitaire des Sic est effective depuis les années 70, il n'en a pas été de même pour leur reconnaissance scientifique. En 1965, Robert Escarpit, entouré notamment de Roland Barthes, Anne-Marie Laulan et Jean Meyriat, fonde les prémises d'un comité de recherches en communication, qui se traduit, deux années plus tard, par la création d'un IUT à l'université de Bordeaux sur les « Carrières de la communication » (voir Escarpit, 1992 ; Meyriat, 1992). Il s'agit des premiers enseignements sur ce thème. Peu à peu les diplômes universitaires se développent, dans d'autres universités aussi, jusqu'à la constitution d'une section Sic (la 52^e) au Comité consultatif des universités (CCU) en 1975 – les Sic sont devenues la 71^e section en 1981¹⁸⁸. En parallèle, en 1972, les fondateurs créent un Comité des sciences de l'information et de la communication qui devient, en 1978, la Société française des sciences de l'information et de la communication (SFSIC) ; celle-ci organise, la même année, son premier colloque à Compiègne¹⁸⁹. Dans les années qui suivent, les représentants de la discipline s'efforcent de faire reconnaître les Sic par le CNRS¹⁹⁰ : dans les années 80, la quête de légitimité CNRS des Sic se fonde dans la demande de reconnaissance scientifique des recherches en communication.

¹⁸⁸ Cette étape est importante car elle autorise officiellement l'enseignement de la discipline, comme le souligne Jean Meyriat (1992) : jusqu'alors, pour ceux qui dispensaient des cours sur la communication, c'était « le risque de s'engager dans une impasse, du point de vue de leur carrière. En effet, les spécialités auxquelles ils consacrent leur enseignement, et quand ils le peuvent leur recherche, et pour lesquelles ils doivent affirmer leur qualification, ne sont pas reconnues par le Comité consultatif des universités. Or, les avis de ce CCU sont en fait décisifs, à la fois pour le recrutement des personnels enseignants de statut universitaire et ensuite pour le déroulement de leur carrière (titularisation, promotions) ». Aujourd'hui, le Conseil national des universités (CNU) a remplacé le CCU ; organisme émanant du ministère de l'Éducation nationale, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche, il a pour compétence la qualification, le recrutement et le suivi de la carrière des enseignants-chercheurs.

¹⁸⁹ Sur l'histoire et l'institutionnalisation des Sic en France, voir Boure, 2002, 2006 ; Lancien *et al.*, 2001. Sur les champs d'investigation et de compétence de la discipline et de ses tenants, voir Cardy, Froissart, 2006 ; Olivesi, 2006.

¹⁹⁰ Cette opération a été un échec puisqu'à l'heure actuelle, il n'existe pas de section Sic au CNRS. Mais, depuis la rentrée 2006, le projet de création, par le CNRS, d'un Institut des sciences de la communication (ISCC), dirigé par D. Wolton, est en cours de réalisation (voir le site internet <http://institutdelacommunication.atspace.org/>).

Ces mouvements entraînent la mise en place d'efforts financiers et institutionnels émanant du CNRS ainsi qu'un engouement vers les recherches en communication, notamment de la part des sociologues des médias. En effet, l'étude des médias est au cœur des préoccupations de ce domaine (voir Marhuenda, 1983). Pour Dominique Boullier (entretien, 3 mars 2005), les années 80 ont été un moment important où « on pouvait penser [...] qu'il allait se structurer un champ sur la communication et sur les médias en particulier, assez fort grâce à des opérations assez lourdes, encouragé par le ministère et le CNRS. À l'époque, courant des années 80, le paradigme de la communication était un paradigme assez dominant, enfin émergent mais qui pouvait prétendre dominer, avec des gens comme Morin, etc. ». Ceci se traduit, en 1985, par la création d'un programme scientifique « Communication » au CNRS, dirigé par Dominique Wolton¹⁹¹. Il s'agit de financer des enquêtes, des colloques, des séminaires annuels, des équipes de recherche et lancer des appels d'offres¹⁹².

Dans ce cadre, l'étude de la réception médiatique figure parmi les thèmes les plus traités¹⁹³, notamment sous l'impulsion de Dominique Wolton, souvent mentionné comme « un acteur clef dans ce domaine » (Boullier, entretien, 3 mars 2005) ; Sabine Chalvon-Demersay (entretien, 19 mars 2004), va jusqu'à affirmer que, en matière de recherche sur les téléspectateurs en France, « tout s'arrête jusqu'à ce que Dominique Wolton reprenne la problématique ». Patrice Flichy et le Cnet jouent alors également un rôle primordial à ce moment-là, avec la création du Groupement de recherches « Communication » par le CNRS et le Cnet (voir *infra*).

¹⁹¹ Ce programme dure jusqu'en 1997.

¹⁹² Les actions du CNRS n'étaient pas exclusivement tournées vers des travaux se réclamant des Sic, mais à l'égard de recherches pluridisciplinaires s'inscrivant dans le domaine de la communication. Par exemple, nous pouvons lire dans le « Programme de recherche sur les sciences de la communication » du CNRS (1989), que 43 équipes (de chercheurs en droit, économie et sociologie pour l'essentiel) ont été financées en 1985 et 1989 pour des travaux sur la communication politique, le concept juridique d'information, la déréglementation des télécommunications et de l'audiovisuel, la communication entre l'opinion publique et les associations, etc.

¹⁹³ Elle est un thème récurrent dans les appels d'offre lancés par le CNRS entre 1985 et 1989 dans le cadre du « Programme de recherche sur les sciences de la communication » (voir note de bas de page précédente). Par exemple, les « Recherches méthodologiques sur les conditions de réception et d'appropriation de l'image dans différents contextes culturels » et l'« ethnographie des publics des émissions de fiction et des émissions d'information : constitution du sens par les publics » sont deux axes d'un appel sur le traitement de l'image fixe et animée proposé en 1986 ; celui de communication politique (1988) comporte un volet « Pluralité des publics et différenciation du langage politique ».

5.3.3. Une reconnaissance institutionnelle

- *L'étude des « conversations télé »*

La commande d'une enquête sur les téléspectateurs émanant du CNRS traduit une reconnaissance pour cette problématique. En effet, en 1986, le ministère de l'Industrie et de la Recherche et le Cnet (voir le chapitre 4) coordonnent l'action concertée « Recherches en communication » (voir *supra*). Dans ce cadre, ils lancent un appel d'offres, soutenu par le CNRS, sur le thème : « La télévision dans l'espace public : télé-cultures et télé-événements ». Celui-ci est remporté par Dominique Boullier, docteur en anthropologie familiarisé aux travaux nord-américains, qui avait mené quelques enquêtes contractuelles sur les usages du minitel : « J'avais fait une étude anthropologique où les gens recensaient sur un journal les médias qu'ils avaient consulté, les personnes avec qui ils avaient discuté, etc. J'avais un suivi anthropologique un peu particulier ; je mettais en évidence, déjà, l'importance des relais dits informels dans la validation des informations et dans le répertoire des ressources disponibles. C'est-à-dire que quand on va chercher une info, éventuellement on peut la chercher sur le minitel ou dans une encyclopédie, mais on va aussi chercher son beau-frère qui connaît un médecin qui... Tous ces relais là m'intéressaient beaucoup, c'était tout à fait dans la lignée des travaux de Katz par exemple sur le two step flow » (Boullier, entretien, 3 mars 2005). En ce sens, les « conversations télé » alors étudiées par le chercheur constituait un cas particulier dans l'étude plus large des usages des nouvelles technologies et des médias : « Il se trouve que les conversations télé étaient un biais d'introduction, un dispositif méthodologique original que j'avais mis en place, lié à d'autres travaux sur les problèmes de transmission des informations par des navigations sociales » (*ibid.*).

Les résultats produits à l'issue du travail sur les « conversations télé » (Boullier, 1987) ont connu un accueil favorable dans le champ académique : non seulement, nous recensons treize articles et ouvrages en présentant l'un ou l'autre aspect, publiés entre 1987 et 2004 (voir annexe 11a), mais l'auteur de l'enquête affirme avoir été sollicité pour une réédition du rapport original seize ans après son rendu : « Des collègues depuis 10 ans n'arrêtaient pas de me dire "on ne le trouve plus... et pourtant je le donne à mes

étudiants" : ce n'est quand même pas si fréquent que l'on nous dise ça ; donc je me suis dit que cela pouvait servir à quelque chose » (Boullier, entretien, 3 mars 2005).

- *La réception de la télévision comme une activité interprétative partagée*

En sélectionnant la proposition de Dominique Boullier, les commanditaires de l'appel ont validé une approche de la réception télévisuelle fortement inspirée des recherches nord-américaines. Comme en anthropologie, le dispositif a consisté à observer, de manière clandestine, les conversations sur la télévision menées en situation professionnelle (voir Boullier, 1987). En effet, le chercheur nous explique qu'il était particulièrement sensible au courant interactionniste américain (voir notre entretien, annexe 8h). Développé dans les années 70 en marge des travaux sur les communications de masse initiés à Columbia, l'ethnométhodologie avait « pour objectif l'étude du raisonnement pratique de sens commun dans des situations courantes d'action » (Mattelart, 1995 : 76). Ses représentants principaux sont Herbert Blumer, Aaron V. Cicourel, Harold Garfinkel, et le canadien Erving Goffman. Cette formation intellectuelle a conduit l'anthropologue français à penser la réception de la télévision comme une activité interprétative partagée. Pour lui, le sens de l'activité télévisuelle se construit non pas lors de la situation effective de réception (contact direct avec le média), mais au cours d'échanges interpersonnels dont cette activité devient l'objet (ou le sujet).

En effet, Dominique Boullier a traité de la télévision comme objet *démocratique* de conversations : « La télévision est l'un de ces objets que l'on mobilise en cours de conversation. [...] J'ai voulu d'emblée insérer la télévision dans des procédures conversationnelles plus générales, indépendantes du "contenu". Pourtant, la télévision tient une place particulière dans ces échanges conversationnels : alors qu'en demandant "as-tu lu ?" on parie toujours sur une certaine distance/proximité culturelle, sur un degré de partage, avec un risque élevé de tomber à côté (ce qu'on peut aussi rechercher), dans le cas de la télévision, on semble partir au contraire d'une probabilité élevée de rencontre sur un terrain commun. On en vient ainsi à poser la question "T'as regardé la télé hier soir ?", sans préciser l'émission visée, parce qu'elle semble évidente, tant elle "fait événement" ou parce que c'est au moins le spectacle télévisuel qui a de fortes

chances d'être commun » (Boullier, 1987 : 6). L'auteur a fait le constat suivant : l'interaction conversationnelle fondée sur l'objet télévision est un lieu commun des échanges sociaux et c'est un phénomène culturel : « La télévision fait partie d'un "patrimoine" commun à un tel point qu'on peut lui donner le statut du "temps qu'il fait" » (*ibid.* : 7).

Ce qui le conduit à introduire l'idée d'une communauté de téléspectateurs¹⁹⁴ qui se constituerait non pas pendant l'acte de réception, puisque celui-ci est de l'ordre du privé, mais au cours des échanges conversationnels sur la télévision – ceux-ci relevant des interactions professionnelles quotidiennes – c'est-à-dire au sein d'un micro espace public-professionnel : la conscience de soi – et de l'Autre – comme téléspectateur se manifeste au cours de ces échanges, elle se publicise, *i. e.* elle passe du domaine privé, le foyer, au domaine public, le lieu de travail¹⁹⁵. L'auteur avance l'idée selon laquelle « pour participer à la communion télévisuelle [...], il suffit de participer à l'élaboration de cet objet kaleïdoscopique qu'est la télévision dans les multiples univers où elle est mobilisée comme ressource et comme support de projection » (*id.* : 14) : la construction de l'expérience téléspectatorielle passe par une contribution à la mise en place de l'objet télévision comme élément structurant des échanges sociaux.

5.3.4. Le CNRS soutient un laboratoire en communication

Durant la deuxième moitié des années 80, le CNRS multiplie les actions envers les recherches sur la communication. L'une d'entre elles a consisté à labelliser le laboratoire Communication et politique (LCP) créée en 1988 par Dominique Wolton. À

¹⁹⁴ Bien qu'il emploie la terminologie « communauté télévisuelle » (Boullier, 1987 : 7), D. Boullier réfute l'idée de « communauté » lors d'un entretien : « Je ne l'ai pas employé délibérément puisque je travaillais plutôt sur la constitution de l'opinion publique ». Selon lui, « en passant à des paradigmes de la communauté [...] on fige les frontières de la communauté, on ne comprend pas comment se construisent les communautés elles-mêmes et comment elles communiquent entre elles ». En effet, il nous explique que les individus travaillent à construire « un monde commun provisoire » au sein de « groupes hétérogènes » qui se définissent constamment : des opérations d'interprétations et/ou de reformulations se manifestent au cours des échanges et circulent d'un groupe à l'autre. Il ajoute : « C'est plutôt dans ce chaînage des situations collectives que se constitue l'opinion publique ». En revanche, la notion de « communautés interprétatives » sera formalisée à partir des travaux menés par Daniel Dayan et Elihu Katz sur les cérémonies télévisées (1996) (voir le chapitre 6).

¹⁹⁵ Le lieu de travail constitue une forme d'espace public par opposition à l'espace privé domestique, mais on peut considérer qu'il oscille entre privé et public lorsque les relations professionnelles débordent le cadre au sein duquel elles évoluent (affinités entre collègues, liens de parenté, etc.).

ce jour, il s'agit toujours du seul centre de recherche français en communication jouissant de cette reconnaissance CNRS. Ce chercheur, diplômé de l'Institut d'études politiques de Paris, docteur en sociologie, dirigeait au même moment le programme scientifique « Communication » du CNRS. Cette fonction lui confère une forme de pouvoir auprès des chercheurs universitaires¹⁹⁶, mais pas seulement ; celui-ci est augmenté par des activités qui dépassent les frontières du champ académique : il est membre de commissions gouvernementales de réformes de l'audiovisuel public (en 1981 et 1989). Par ailleurs, le laboratoire et la revue *Hermès* qui accompagne sa création (voir *supra*) se présentent comme les successeurs au programme d'étude des communications de masse engagé au Cecmas dans les années 60 : l'objectif d'*Hermès* consistait explicitement à « renouer avec la première forme de la revue *Communication*[s] qui, à la fin des années 60, fit tant pour ouvrir les esprits à une première prise de conscience de l'importance du phénomène de communication dans les sociétés contemporaines » (« Éditorial » de la revue, disponible sur le site : www.wolton.cnrs.fr/hermes). Cette filiation intellectuelle revendiquée a pu attirer nombre de sociologues intéressés par l'étude des médias, anciens élèves de l'École pratique des hautes études, parfois chargés de recherche au CNRS (à la fin des années 80), à l'instar de Daniel Dayan, Sabine Chalvon-Demersay, Dominique Pasquier.

Au moment de sa création, les membres du LCP ont organisé un colloque intitulé « Public et réception » au Centre Georges Pompidou (1989). Inscrit dans une perspective d'analyse des processus de communication à l'œuvre dans et par les médias, cette manifestation scientifique est la première sur ce thème que nous avons recensé en France¹⁹⁷. L'initiative contribue à inscrire la problématique des publics médiatiques à

¹⁹⁶ Voir *infra*, les propos de certains des chercheurs qui l'ont côtoyé à ce moment : ils traduisent une reconnaissance du rôle du chercheur.

¹⁹⁷ Depuis lors, nous avons recensé cinq manifestations scientifiques sur la problématique des publics médiatiques : le colloque « Histoire des publics de la radio et de la télévision » organisé en 1992 par les Comités d'histoire de la radiodiffusion et de la télévision et le Groupe d'études historiques sur la radiodiffusion (voir de Bussière, Mauriat, Méadel, 1994) ; celui sur « La télévision et ses téléspectateurs » organisé en 1994 à l'Université de Metz (voir Esquenazi, 1995) ; celui sur « Les sens du publics » (Amiens, 2002) issu d'une collaboration entre le Centre universitaire de recherches administratives et politiques de Picardie (Curapp) et le Centre d'étude des mouvements sociaux (CEMS) (voir Cefaï, Pasquier, 2003a) ; en 2003 le Centre d'analyse des régulations politiques (CARPO) de l'Université de Versailles-Saint-Quentin-en-Yvelines (en collaboration avec l'*Institute for the Study of European Transformations* de la *London Metropolitan University*) organise le colloque international « Actualité des recherches en sociologie de la réception et des publics » (voir Charpentier, 2006) ; le 1^{er} avril 2004, le Centre d'analyse et de recherche interdisciplinaire sur les médias (Carism) de l'Institut français de presse (IFP, Paris 2) invitait à une journée d'étude de « questionnements croisés sur le public et l'audience ».

l'agenda des recherches académiques. Surtout, elle a permis aux chercheurs français d'échanger sur le sujet avec plusieurs auteurs étrangers qui avaient mené des enquêtes en réception. La publication d'un dossier dans la revue *Hermès*, constituant la poursuite des problématiques engagées lors du colloque, a conféré à ce dernier une dimension importante dans l'histoire des recherches. Nous reviendrons sur l'effet de la manifestation dans le chapitre 6. Retenons, pour l'heure, que le Laboratoire a constitué un maillon important d'un réseau d'acteurs alors constitué avec le CNRS, le Cnet et le Groupement de recherche « Communication ».

5.4. L'institutionnalisation de coopérations entre les champs académiques et professionnels

5.4.1. La création d'un GDR Communication

Après le financement d'un programme de recherches, le soutien au LCP, une troisième étape dans l'action du CNRS envers les recherches en communication a été la création d'un Groupement de recherche (GDR) « Communication »¹⁹⁸ en 1988, en collaboration avec le Cnet¹⁹⁹. Celui-ci émane d'une association souhaitée par Patrice Flichy, directeur du laboratoire de sociologie du Cnet, entretien, 20 sept. 2006) : « Pour un laboratoire qui n'était pas très important à ce moment-là, il était important de pouvoir s'appuyer sur une collaboration avec d'autres chercheurs, notamment CNRS. C'est dans ce cadre qu'on a créé le GDR, dans une époque où les travaux sur la communication étaient rares, notamment ceux sur les médias classiques ». Mais, précise le chercheur, le projet est indépendant des initiatives représentées au même moment par Dominique Wolton (voir notre entretien avec Patrice Flichy, annexe 1j) : pour lui, le GDR était le lieu privilégié des chercheurs en communication – « Je dirais qu'il y a très peu de chercheurs CNRS travaillant sur la communication : la plupart d'entre eux ont rejoint le

¹⁹⁸ À l'heure actuelle, le GDR n'existe plus, bien qu'il ait connu une pérennité assez importante, explique P. Flichy (entretien, 20 sept. 2006) : « Les GDR au CNRS ont une vocation à ne pas durer très longtemps. Le GDR a duré deux cycles et demi, soit dix ans en tout, ce qui est déjà beaucoup ». Des travaux sur les usages des technologies de l'information et de la communication (TIC) sont menés dans le cadre d'un GDR TICS, créé en 2002 sous l'égide des départements Sciences de l'homme et de la société (SHS) et Sciences et technologies de l'information et de la communication (Stic) du CNRS (voir le site <http://gdrtics.u-paris10.fr/presentation/index.php>).

¹⁹⁹ Nous avons vu *supra* que l'enquête réalisée par D. Boullier était aussi co-financée par le Cnet.

GDR » (*ibid.*). D'une part, ce GDR installe un pont entre les champs académiques et professionnels. D'autre part, il devient le maillon essentiel d'un réseau d'acteurs au sein duquel la problématique des téléspectateurs s'est développée dans les années 90.

Nous avons vu (chapitre 4) que, durant les années 70-80, des acteurs du champ professionnel développent des savoirs et savoir-faire au sujet des comportements téléspectatoriels. Avec la collaboration entre le laboratoire de sociologie du Cnet et le CNRS pour la création du GDR « Communication », ces compétences se diffusent dans le champ académique. En effet, les résultats d'enquêtes menées lors d'affinités coopératives²⁰⁰ installées auparavant entre des praticiens, sont publiées dans des revues scientifiques reliées intégrées au réseau formé entre le champs académiques et professionnels.

En 1987, une chargée de recherche à l'Ina, Gisèle Bertrand, Chantal de Gournay du Cnet et Pierre-Alain Mercier, ingénieur CNRS mènent une étude sur les pratiques de zapping, ou plutôt sur les types de relation à la télévision que traduit cette pratique. Ce travail, dont les résultats ont donné lieu à un rapport d'abord diffusé dans le cadre du Cnet (Bertrand, de Gournay, Mercier, 1988a), puis à un article publié dans *Réseaux* (Bertrand, de Gournay, Mercier, 1988b), a été mis en circulation à au moins 6 reprises depuis lors dans le champ académique, dont deux rééditions du texte de 1988 dans des livraisons hors série de *Réseaux*, en 1993 et 1997 (de Gournay, Mercier, 1988 ; Bertrand, Mercier, 1993 ; Bertrand, de Gournay, Mercier, 1990, 1993, 1997 ; Mercier, 2002). Il s'est inscrit dans les axes de recherche développés, de manière commune, par le GDR et le Cnet, précisément celui des « usages », témoigne Patrice Flichy (entretien, 20 sept. 2006) : « Il y a aussi un autre travail sur le *zapping* de Pascal Perin qui est le résultat d'un travail financé par le Cnet. Le travail fait par Chantal de Gournay, Gisèle Bertrand et Pierre-Alain Mercier était le volet qualitatif alors que celui de Perin était plus quantitatif » (voir Perin, 1992).

L'enquête a consisté à mener des entretiens sur le thème énoncé *supra* auprès de téléspectateurs, également à enregistrer « avec des magnétoscopes asservis à la

²⁰⁰ Nous nommons « affinités coopératives » les collaborations entre chercheurs réunis par un objet ou une problématique commune, comme la conduite d'une enquête à deux ou plusieurs individus, rédaction d'un article à plusieurs mains.

télécommande, des programmes tels qu'ils ont été effectivement reçus et "modulés" par des zappeurs » (Bertrand, de Gournay, Mercier, 1997 : 833) ; ce matériau a ensuite été diffusé aux individus concernés, « les mettant ainsi en position de découvrir, d'expliquer et de commenter le résultat de leur propre pratique » (*ibid.*). Outre des styles de pratique (*e. g.* éviter les publicités) – jugés comme des lieux communs et acceptés – les auteurs ont mis en évidence un nouveau style de relation à la télévision : le téléspectateur regarde un « programme global » composé de toutes les offres simultanées de la télévision. Autrement dit, le zappeur ne zappe pas uniquement par indécision, insatisfaction, ennui, etc., mais parce que cela lui donne la possibilité de voir l'ensemble des offres télévisuelles disponibles : « Il regardera tous les programmes à la fois, mais n'en regardera *réellement* aucun » (*id.* : 838). Il s'est agi d'investir le domicile du téléspectateur *via* un appareil technologique qui enregistre les changements de programmes. À la différence de Dominique Boullier, les auteurs ont interrogé la relation directe entre le téléspectateur et l'offre télévisuelle, soit entre l'homme et l'outil (et non telle qu'elle peut être exprimée dans le cadre d'un autre type d'interaction homme-homme).

De la même manière, dans le cadre d'une enquête quantitative lancée en 1991 par le Centre national de la cinématographie, France Télécom et l'Institut national de l'audiovisuel, deux chercheurs du laboratoire de sociologie du Cnet, Nicole Arnal et Alain Busson ont étudié « les possesseurs de magnéscope ». Outre des données statistiques sur l'équipement, les auteurs ont recueilli les motivations et satisfactions d'individus pour le choix d'un abonnement au câble, d'un magnéscope, ainsi que les comportements de consommation dans ce domaine. Ainsi ont-ils essayé d'établir l'influence du type d'équipement possédé sur l'écoute, *e.g.* « le magnéscope détourne-t-il la télévision ? » (Arnal, Busson, 1997 : 956). Les résultats ont été reproduits pour le champ académique, *via Réseaux* (1993, 1997).

5.4.2. La naissance d'un réseau

En réalité, les travaux publicisés à partir de 1988 sont ceux qui émanent des foyers d'activités d'un réseau tissé entre le champ académique et le champ professionnel. Par exemple, nous venons de voir comment les enquêtes financées par le Cnet sont portées à

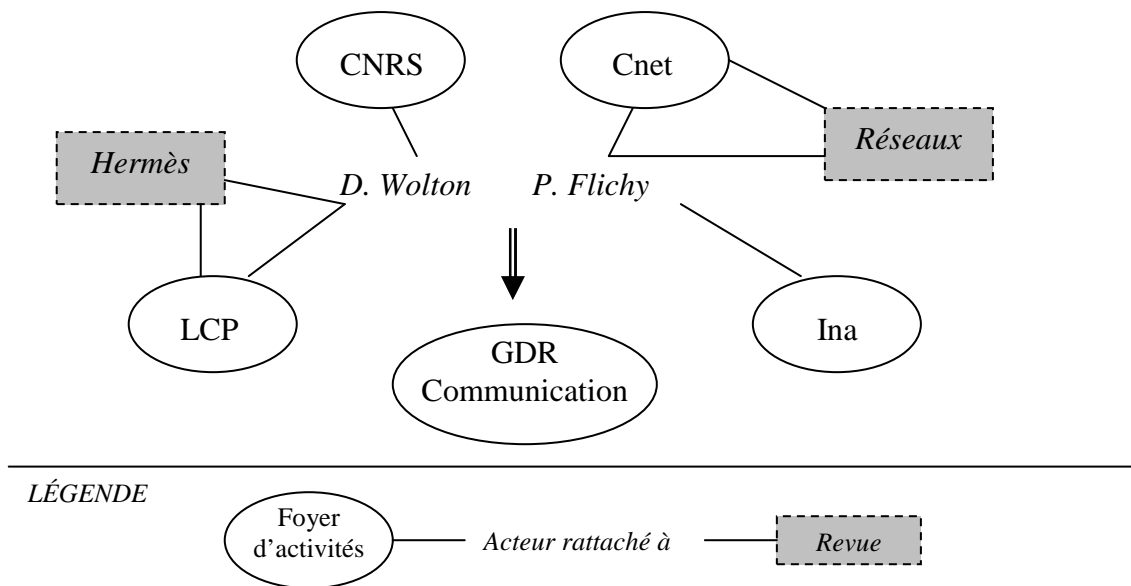
la connaissance du champ académique *via* la revue *Réseaux* (que le Cnet édite). Ce réseau est la traduction d'une configuration composée de foyers d'activités, d'outils de diffusion et de chercheurs. Les premiers mettent en co-présence des chercheurs, les font se connaître, sont à l'origine d'affinités coopératives, parfois à l'origine de financements. Les seconds sont des supports de mise en relation symbolique de chercheurs (un auteur sollicite la revue pour la publication d'un article et vice-versa, un chercheur réfute ou conforte le discours d'un autre, lu dans une revue). Enfin, les troisièmes en font accéder certains à la publication, conseillent la lecture d'un texte, en invitent d'autres pour une conférence, etc. Ainsi, la formation d'un réseau s'effectue-t-elle à un niveau institutionnel (*e.g.* la Cnet et le CNRS collaborent pour la création du GDR Communication) et à des niveaux secondaires, liés à la trajectoire professionnelle et personnelle des chercheurs : des praticiens de l'Ina « investissent » le GDR.

- *Genèse du réseau (I)*

Dans une première étape, le Cnet et le CNRS s'associent pour la création du GDR Communication notamment par l'intermédiaire de Patrice Flichy (qui dirige le laboratoire sociologie du Cnet et le GDR). En parallèle, Dominique Wolton (qui dirige le programme Communication du CNRS) mobilise quelques chercheurs autour du LCP, qu'il vient de fonder. Les deux chercheurs occupent une position haute au sein de cette configuration, *via* leurs fonctions directoriales et leur capacité à mettre en relation des chercheurs : ils sont eux-mêmes au centre de plusieurs micro-réseaux, qui se rejoignent. Certains des chercheurs du GDR ont fait parti du LCP. En outre, Patrice Flichy était à l'Ina avant de rejoindre le Cnet en 1983, il a pu y tisser des liens qu'il importe dans cette combinaison – il y a notamment travaillé avec Michel Souchon²⁰¹. D'emblée, la configuration dispose de deux outils de diffusion : les revues *Hermès* et *Réseaux* (voir la figure 28). C'est un réseau pour les recherches en communication, à partir duquel se construit une configuration pour celles sur les téléspectateurs en fonction des enquêtes menées et des intérêts des chercheurs.

²⁰¹ P. Flichy a ainsi contribué à la formation de la notoriété du praticien dans le champ académique. Par exemple, un article écrit par M. Souchon (1985) simplement intitulé « L'audience de la télévision » est publié dans la onzième livraison de *Réseaux* (puis réédité dans un « hors-série » en 1997).

Figure 28. Première étape de la constitution d'un réseau pour les recherches sur la communication (1988-1992)²⁰².



- *Genèse du réseau (2)*

Dans une deuxième étape, le GDR rassemble un réseau de chercheurs intéressés par les recherches sur la communication, mobilisé notamment par Patrice Flichy : « On a créé le GDR avec des gens qui travaillaient sur les médias et avec des gens qui travaillaient sur ce qu'étaient les nouvelles technologies de l'époque : le minitel et la télévision par câble. Avec la volonté de travailler également sur la communication, de façon plus théorique. On retrouve dans ce GDR, et *Réseaux* en donne une bonne image, à la fois des gens travaillant dans un courant ethnométhodologique et interactionniste, dont Louis Quéré était le chef de file, des gens travaillant sur la télévision, avec des chercheurs du Centre d'étude des mouvements sociaux (CEMS) comme Dominique Pasquier, Sabine Chalvon, Dominique Mehl, j'en oublie, Jean-Marie Charon, et des gens travaillant plutôt sur les nouvelles technologies de l'information de l'époque, ce qui était le cas de mon laboratoire au Cnet ; plus d'autres chercheurs, plus isolés, je

²⁰² Sur cette figure, il faut bien comprendre que le GDR ne résulte pas d'une association entre P. Flichy et D. Wolton. Mais, le croisement de leurs initiatives, et le rattachement de certains acteurs aux deux micro-réseaux représentés par ces chercheurs se traduit dans la composition du GDR, qui cristallise ensuite lui-même un réseau de chercheurs.

pense à Pierre Chambat par exemple ». Il constitue un noyau central auquel se greffe les ramifications dont ses membres peuvent être à l'origine. Autrement dit, si certains chercheurs du GDR sont aussi rattachés aux foyers d'activité impliqués dans sa création, d'autres ouvrent le réseau à d'autres lieux, par leurs appartenances institutionnelles (e.g. Cécile Méadel participe alors au Centre de sociologie de l'innovation de l'École des Mines, Jean-Marie Charon dirige la revue *Médiapouvoirs* entre 1990 et 1993). On se demande alors si ceux-ci vont effectivement constituer une ramification au réseau ou non²⁰³. Par ailleurs, les institutions sont un relais vers d'autres chercheurs qui ne participent pas au GDR (e.g. Daniel Dayan et Jacques Durand intègrent le réseau parce qu'ils sont membres du LCP, de même pour Michel Souchon qui est alors consultant à l'Ina²⁰⁴). Nous représentons alors les chercheurs impliqués dans la recherche sur les téléspectateurs entre 1988 et 1992 – impliqués signifie ici qu'ils figurent dans notre corpus, en tant qu'auteurs ou directeurs de dossier de revue –, ce qui précise le réseau original (étape 1) en un entrelacs pour les recherches sur les téléspectateurs (figure 29).

Les lieux forment ici la structure du réseau, à la manière d'une charpente, parce qu'ils favorisent les rencontres physiques entre les chercheurs (échanges d'idées lors d'un séminaire) ou non (lecture de textes). Mais, cela fonctionne dans la mesure où certains des membres partagent des compétences ou poursuivent des intérêts communs. Par la suite, cela peut entraîner d'autres individus rattachés à l'un des foyers à s'intéresser de près à l'une ou l'autre question. Par exemple, durant les années 80, la problématique de l'audience est traitée par Cécile Méadel (Centre de sociologie de l'innovation, CSI) (en collaboration avec Antoine Hennion) qui a enquêté sur l'histoire des mesures de l'audience de la radio²⁰⁵ et les représentations des auditeurs. Notamment, dans une étude menée pour le CSI et le CNRS, la chercheur (1986) propose de « restituer les mécanismes de construction réciproque de la radio et de son public » ; ses recherches se

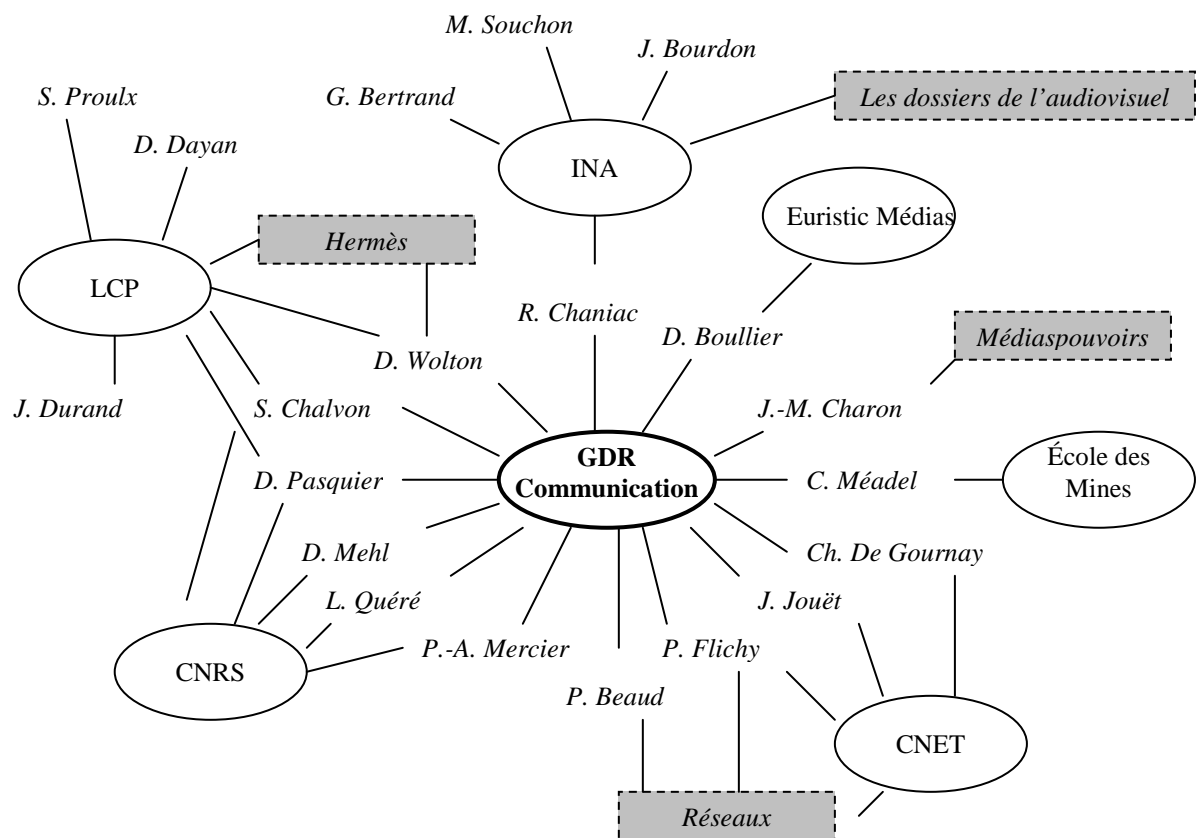
²⁰³ D'ores et déjà, nous pouvons affirmer que Dominique Boullier quitte rapidement la société Euristic Médias pour l'université de technologie de Compiègne, l'École des Mines ne devient pas un foyer secondaire pour l'étude de la réception, tandis que *Médiapouvoirs*, sous l'impulsion notamment de J.-M. Charon publie treize articles sur les téléspectateurs (entre 1987 et 1994), notamment le dossier « Les médias et leurs publics » en 1991, et le texte « Médias. La réception revisitée » (Belisle, Bianchi, Jourdan, Kouloumdjian, 1992).

²⁰⁴ Il est également à noter que l'on retrouve, dans ce réseau, plusieurs des étudiants du Cemas et/ou de l'EPHE mentionnés précédemment (voir le chapitre 3), comme S. Chalvon-Demersay, D. Dayan, J. Durand, S. Proulx et M. Souchon.

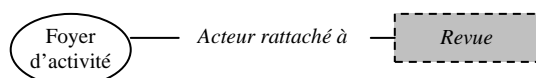
²⁰⁵ C. Méadel est docteur en histoire.

traduisent par une série de publications qui font de l'auteur la spécialiste dans ce domaine, ce, dès la fin des années 80 : e.g. « Le spectacle invisible » (1985), « Sondages d'audience : la concurrence des mesures » (1987). Ainsi est-elle reliée à différents acteurs du réseau – elle a publié dans *Médiaspouvoirs* et *Réseaux* – et elle participe au GDR Communication. De fait, elle participe de la formation d'une dynamique d'étude de l'audience et des publics ; en ce sens, elle rencontre les initiatives de Régine Chaniac (1988). À partir de là, Dominique Pasquier (1990) – également rattachée au GDR Communication – enquête elle aussi sur les mesures de l'audience, spécifiquement celle de la télévision, ce qui donne lieu à la publication d'un article dans *Réseaux* : « Une télévision sur mesure : les données d'audience dans le système américain ».

Figure 29. Deuxième étape : la constitution d'un réseau pour les recherches sur les téléspectateurs (1988-1992).



LÉGENDE



5.4.3. La pérennité du réseau

Cette représentation nous conduit à formuler deux remarques : dans un premier temps, nous observons que la majorité des chercheurs principaux (13 sur 19) sur les téléspectateurs que nous avons identifiés pour cette recherche (voir introduction) figurent dans ce réseau (voir le tableau 14), parce qu'ils sont rattachés directement à l'un de ses composants (membre du GDR, du LCP, chercheur CNRS, praticien du Cnet, de l'Ina). Le sociologue américain Elihu Katz peut y être relié par l'intermédiaire de Daniel Dayan (voir le chapitre 6), de même pour Brigitte Le Grignou, en tant que membre du comité de rédaction de *Quaderni* et auteur dans *Réseaux* (Le Grignou, Neveu, 1988) ; ce qui porte le total à 15 sur 19²⁰⁶. Ceci dit, Brigitte Le Grignou nous affirme ne pas avoir participé aux activités du GDR (voir notre entretien, annexe 8i). Ainsi les recherches sur les téléspectateurs n'ont-elles pas été confinées à ce seul réseau ; elles ont pu se développer en d'autres lieux, par des initiatives personnelles.

²⁰⁶ S. Calbo et M.-P. Fourquet ne peuvent figurer dans ce réseau car ils appartiennent à la génération suivante de chercheurs, comme É. Macé (qui l'a intégré un peu plus rapidement puisqu'en tant que doctorant à l'EHESS au début des années 90, il côtoie plusieurs de chercheurs de ce réseau, et publie dans *Les dossiers* et dans *Hermès* dès 1993). Le quatrième « auteur principal » manquant de ce réseau est J.-P. Esquenazi.

Tableau 14. Appartenances institutionnelles et lieux de publication des « auteurs principaux » entre 1988 et 1992.

Auteur	Cnet	CNRS	GDR Com.	Ina	LCP	<i>Dossiers de l'audiovisuel</i>		<i>Hermès</i>		<i>Médiaspouvoirs</i>		<i>Réseaux</i>	
						C*	A*	C	A	C	A	C	A
G. Bertrand													
D. Boullier													
S. Chalvon													
R. Chaniac													
D. Dayan													
D. Durand													
C. de Gournay													
C. Méadel													
D. Mehl													
P.-A. Mercier													
D. Pasquier													
S. Proulx													
M. Souchon													

*C indique membre du comité de rédaction ; A indique auteur dans la revue entre 1988 et 1992.

Les zones grisées correspondent aux instituts et comités de rédaction de rattachement des auteurs et à leurs publications.

Dans un deuxième temps, en l'espace de ces quatre années, onze des treize auteurs principaux rattachés directement à au moins un des foyers d'activités importants ont publié au moins un article dans l'une des cinq revues de communication mentionnées *supra* (voir le tableau 14). Il y a donc une corrélation entre les choix de publication des revues scientifiques et l'appartenance à un réseau. Ceci ne signifie pas que tous les articles publiés dans les revues sont signés de chercheurs reliés au réseau : notre étude indique qu'une grande partie de l'activité scientifique fonctionne de la sorte. Cette assertion n'a rien d'original, mais nous l'illustrons ici avec un cas précis. Ainsi ces revues ont-elles une double fonction dans cette configuration : elles nourrissent le maillage principal et premier du réseau (dont des acteurs sont aussi membres des comités de rédaction) et elles lui ajoutent des ramifications supplémentaires (secondaires), *via* les auteurs de textes publiés. Mais, dans l'ensemble, ces dernières rejoignent les foyers figurant déjà dans le réseau : celui-ci est assez confiné entre 1988 et 1992 ; il s'agit alors de se demander s'il s'étend par la suite.

5.4.4. Premières activités du réseau

40 des 54 articles scientifiques publiés sur les téléspectateurs entre 1988 et 1992 l'ont été dans les cinq revues présentées *supra* (soit 74 %) ²⁰⁷ (voir l'annexe 1d). En situant institutionnellement leurs auteurs, afin d'évaluer l'idée de fabrication de la science en réseau, énoncée par Bruno Latour (1989), nous avons observé que 22 des 34 auteurs (ou duos ou groupes d'auteurs) (soit 65 %) sont rattachés au réseau principal identifié *supra* : plus de la moitié des choix de publication a un lien avec l'activité du réseau (voir les figures 30 et 31) ²⁰⁸. La plupart le sont directement (*e.g.* membre du GDR

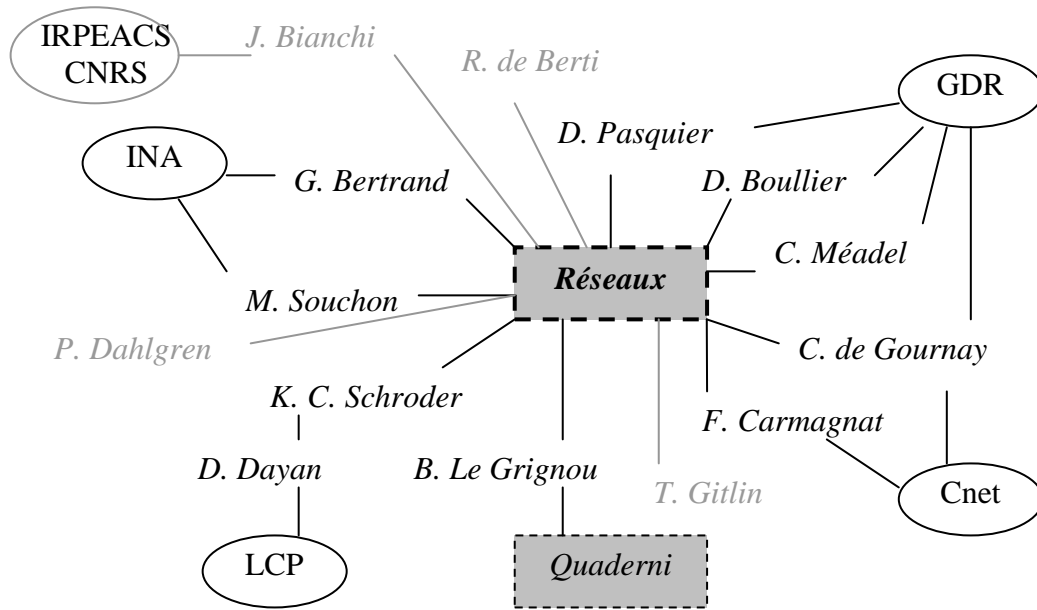
²⁰⁷ L'activité scientifique en réseau se manifeste également en d'autres occasions : en 1990, les sociologues S. Chalvon-Demersay et D. Pasquier publient un ouvrage présentant les résultats d'une enquête sur les animateurs de télévision dans une série, des éditions Aubier, dirigée par P. Beaud, P. Flichy et B. Miège

²⁰⁸ Nous n'avons pas représenté les articles publiés dans *Hermès* et par *Quaderni* durant cette période, en raison de leur faible quantité. Pour la première, un texte est recensé, de D. Dayan, membre du réseau. Pour la seconde, nous en comptons trois, dont un signé de B. Le Grignou (et É. Neveu), membre indirect du réseau. Les deux autres sont écrits par le journaliste S. Daney et le chercheur en communication J. Bianchi. Une actualité éditoriale est aussi un facteur de publication dans une revue scientifique : entre 1988 et 1992, J. Bianchi prépare la rédaction d'un ouvrage sur la réception des feuilletons télévisés (Bianchi, Bourgeois, 1992), dans le cadre de recherches menées à l'Institut de recherche en pédagogie de l'économie et en audiovisuel pour la communication dans les sciences sociales (IRPEACS) du CNRS

Communication) ; pour certains, cela fonctionne plus indirectement, notamment par un réseau interpersonnel. Par exemple, le chercheur danois Kim Christian Schroder a été l'élève de Daniel Dayan dans les années 80 à Los Angeles ; en 1990, il publie un article dans *Réseaux* ; Jean-Louis Missika a collaboré à l'écriture de plusieurs textes avec Dominique Wolton (notamment l'ouvrage *La folle du logis*) et il figure au sommaire du dossier « Les médias et leurs publics » dans *Médiaspouvoirs*. De plus, il a dirigé cette revue entre 1986 et 1988. Parce qu'il dirige ensuite un Service d'information et de diffusion pour le ministère de la Culture et de la Communication, nous posons l'hypothèse – que nous ne sommes pas parvenue à confirmer – que c'est par son intermédiaire qu'Olivier Donnat, responsable du programme « Pratiques et consommations culturelles » au même endroit a été sollicité pour un article dans cette livraison également.

d'Écully (voir *supra*). Ce qui le conduit à écrire des articles pour plusieurs des revues de communication (Bianchi, 1989, 1990 ; Belisle C., Bianchi J., Jourdan R., Kouloumdjian M.-F., 1992). Le journaliste, critique de cinéma S. Daney a publié *Le salaire du zappeur* en 1988, dont il reprend quelques aspects en 1989 (et 1993).

Figure 30. Rattachements institutionnels des auteurs de *Réseaux* entre 1988 et 1992.



LÉGENDE

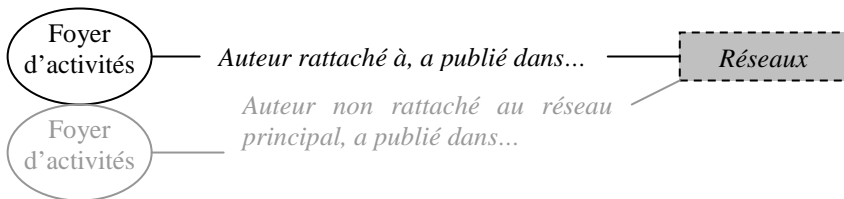
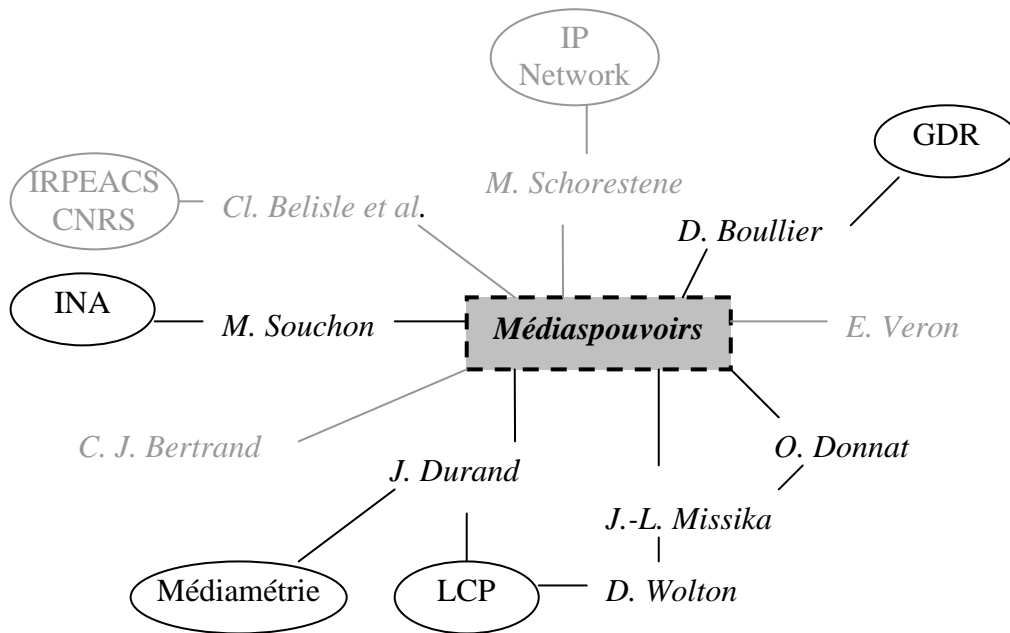
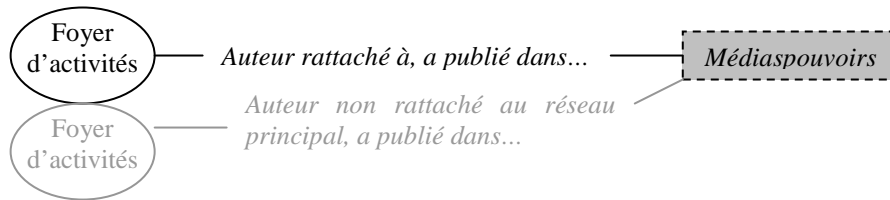


Figure 31. Rattachements institutionnels des auteurs de *Médiaspouvoirs* entre 1988 et 1992.

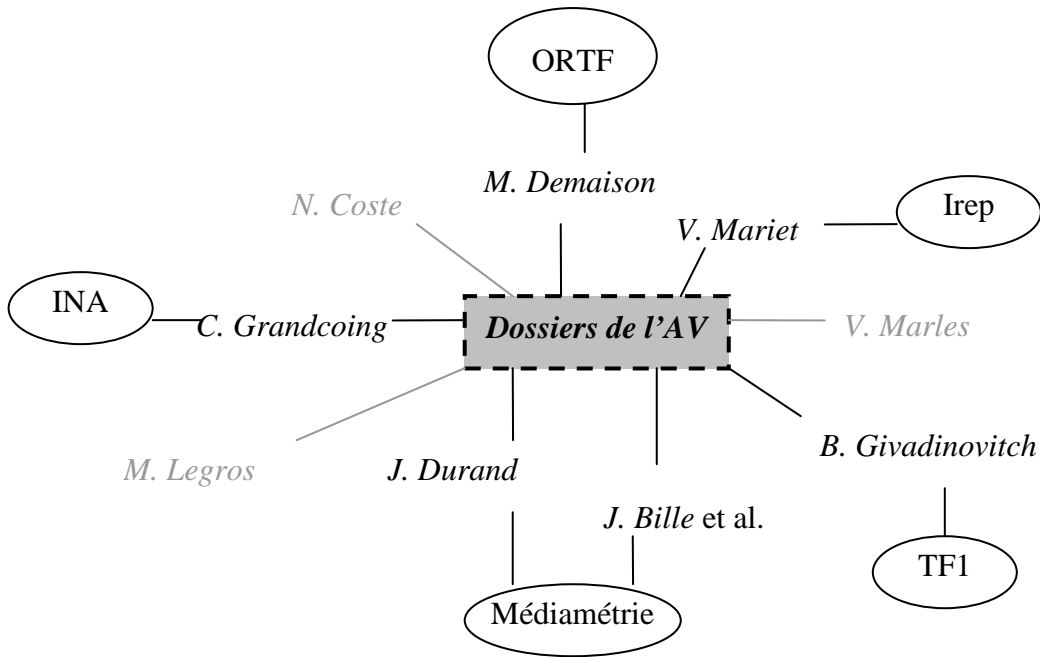


LÉGENDE

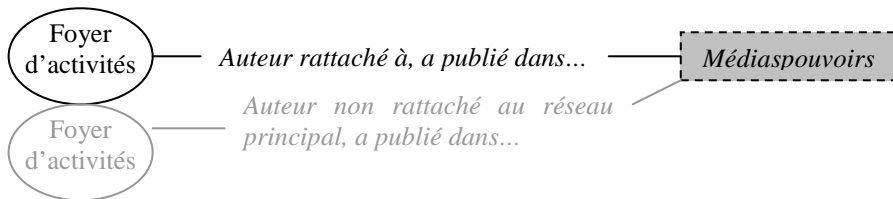


De plus, nous avons constaté qu'au réseau principal se greffe le micro réseau d'acteurs constitué par Jacques Durand et Michel Souchon, présenté dans le chapitre 4. Leurs trajectoires professionnelles ont mis ces praticiens en contact avec plusieurs autres de l'industrie médiatique, et plus largement professionnelle, mobilisés notamment pour la publication du dossier « Télévision. La mesure de l'audience » en 1988 (*Les dossiers de l'audiovisuel*). En effet, les auteurs des articles publiés dans cette revue entre 1988 et 1992 illustrent particulièrement cette idée : il s'agit uniquement de praticiens, rattachés à Médiamétrie (Jacques Durand y travaille entre 1985 et 1990), à l'Irep (Jacques Durand participe au conseil scientifique), à l'Ina (Michel Souchon y est consultant entre 1987 et 1990), à TF1 (Michel Souchon était directeur des études entre 1985 et 1987). On trouve également un ancien collègue de l'ORTF (voir la figure 32).

Figure 32. Rattachements institutionnels des auteurs des *Dossiers de l'audiovisuel* entre 1988 et 1992.



LÉGENDE



SECTION 2. RAMIFICATIONS DE L'OBJET
« TELESPECTATEURS » DANS LE CHAMP ACADEMIQUE
FRANÇAIS

Chapitre 6. Daniel Dayan : théoricien de la réception et production d'une boîte noire

Le début des années 90 marque une étape dans l'histoire des recherches sur les téléspectateurs, au point que certains y voient leur naissance. La période est symbolisée par un chercheur, Daniel Dayan, considéré depuis lors comme le théoricien de la réception en France. Ce titre est l'effet de plusieurs éléments : un capital scientifique important, constitué par les propriétés de la trajectoire intellectuelle et professionnelle internationale du chercheur ; un rôle de passeur – d'idées et d'auteurs – assuré et assumé ; une reconnaissance académique consensuelle. Cette dernière entraîne la production d'une « boîte noire » (Latour, 1989) : l'article « Les mystères de la réception » est plébiscité et non remis en cause. Celle-ci est aussi réticulaire, *i.e.* circonscrite aux membres du réseau « GDR Communication » identifié dans le chapitre précédent et à quelques unes de ses ramifications directes.

En 2003, dans un ouvrage consacré aux études de réception télévisuelle – le seul du genre à ce jour à notre connaissance en France –, Brigitte Le Grignou (2003 : 3), chercheur en science politique, affirme : « L'introduction de la problématique de la réception en France peut être datée du colloque "Public et réception", tenu à Paris, au Centre Georges Pompidou, en 1989. Dayan en rend compte dans un article paru dans *Le Débat* en 1992, puis dresse un bilan des savoirs et débats contemporains, dans un numéro de la revue *Hermès*, en 1993 ». Pour la sociologue des médias Dominique Pasquier (entretien, 19 mars 2004), ce domaine de recherche se caractérise ainsi : « Il y a ce qu'on pourrait appeler une sociologie des publics de la télévision type Dayan, et elle est française ». Un discours sur la naissance des recherches sur les téléspectateurs datée du début des années 90 circule dans le champ académique français. Nous avons montré, dans la section 1, qu'il convient davantage de parler d'un « retour », la problématique étant traitée depuis les années 50.

Surtout, cette « introduction » (retour) est associée à un chercheur, Daniel Dayan, qui en serait l'artisan principal. Aujourd'hui, ce dernier est connu – et reconnu – en France dans le domaine des sciences humaines et sociales, pour le programme théorique et méthodologique proposé dans l'article « Les mystères de la réception » (1992), ensuite pour la conceptualisation de la notion de public (Dayan, 1998b, 2000, 2003a), enfin pour les lectures critiques des réflexions menées en France et ailleurs sur la notion de public. Dans l'article, l'auteur (1992 : 146-162), ethnologue de formation, expose les limites des modèles théoriques et méthodologiques élaborés jusqu'alors pour l'étude des publics de télévision : il dénonce les « missionnaires » qui parlent « du » public et les « ventriloques » qui parlent « au nom du » public, et il favorise une approche soucieuse de « donner la parole au public ». Mais, il souligne la construction artefactuelle des auditoires, et remet en cause le modèle « texte-lecteur », qui est au fondement d'une partie de la sémiologie française et anglo-saxonne (les « explorateurs de la réception »). Il propose de déplacer le champ d'investigation des chercheurs depuis « l'étude des lectures opérées par les spectateurs » vers la question « [...] – plus sociologique – de la constitution des publics ». Ensuite, au sujet du « public » des médias, Daniel Dayan a développé deux idées essentielles. Il considère que l'être-public est une expérience qui consiste à « voir avec », c'est-à-dire « entrer en interaction avec un "contre-champ" constitué de tous ceux qui regardent simultanément la même image télévisuelle ou, plus exactement, de tous ceux dont on imagine qu'ils le font » (Dayan, 2003a : 46) ;

autrement dit : « La télévision permet la transformation d'une expérience personnelle en une expérience collective » (entretien, 20 oct. 2003). De plus, il affirme qu'il existe des publics qui se donnent à voir (par exemple, les *fans*, le public de la télévision cérémonielle) : le chercheur (2000 : 433) parle d'une performance de public. De fait, il propose d'en interroger les modes de constitution, par les spectateurs eux-mêmes, par le média, etc. Signalons que l'auteur figure parmi « les auteurs principaux » de notre corpus, avec 20 textes recensés (ce qui le situe en première place des chercheurs académiques) (voir sa bibliographie en annexe 9a). Directeur de recherche au CNRS, Daniel Dayan a rejoint le Centre d'étude des mouvements sociaux (Cems, EHESS) en 2006. Ses écrits théoriques ont influencé l'évolution des recherches sur les téléspectateurs à partir de 1992 (publication de l'article « Les mystères de la réception ») ; nous étudierons dans quelle(s) mesure(s) dans les chapitres suivants. Avant cela, il est nécessaire de comprendre les conditions d'exercice de cette influence : il ne s'agit pas d'évaluer la qualité des propositions de l'auteur, mais de saisir la configuration au sein de laquelle celui-ci fait autorité²⁰⁹.

6.1. Formation d'un capital scientifique

Nous constatons que Daniel Dayan occupe une position haute dans le domaine des recherches sur les téléspectateurs en France : il dispose d'un « capital scientifique », *i.e.* « un ensemble de propriétés qui sont le produit d'actes de connaissance et de reconnaissance accomplis par des agents engagés dans le champ scientifique » (Bourdieu, 2001 : 110)²¹⁰. Ici, cette idée de « capital » rejoint celle de « pouvoir » théorisée par le sociologue des sciences Bruno Latour (1989). Daniel Dayan dispose d'un « pouvoir institutionnel », *via* son statut de directeur de recherche au CNRS, et d'un « pouvoir symbolique » manifesté par la multiplication de citations en références à l'auteur. En effet, non seulement Daniel Dayan est cité en référence à maintes reprises

²⁰⁹ Des éléments de ce chapitre ont été présentés lors du colloque international « La fiction éclatée » organisé par l'Association française des enseignants et chercheurs en cinéma et audiovisuel (Afeccav), les 6-8 juil. 2004. Ils sont repris dans un texte publié dans les « Actes » de la manifestation, à paraître aux éditions Ina/L'Harmattan.

²¹⁰ Selon P. Bourdieu (2001 : 70), le capital scientifique « confère un pouvoir sur le champ, donc sur les agents moins dotés (relativement) en capital (et sur le droit d'entrée dans le champ) et commande la distribution des chances de profit ».

(voir *infra*) – voire systématiquement dès que l'on parle de réception²¹¹ – mais, ses travaux et propos ne sont pas fondamentalement remis en cause. De plus, l'auteur a été sollicité pour la rédaction de contributions conceptualisantes dans plusieurs ouvrages collectifs et manuels : en 2003, il se fait le représentant de l'approche ethnographique pour l'étude de la réception – « Sociologie des médias : le détour par l'ethnographie » – dans un recueil des *Méthodes des sciences humaines* (Moscovici, Buschini, 2003) ; il explicite la théorie du « presque-public » de télévision à plusieurs reprises en différents lieux (dans une revue de communication, un ouvrage collectif réunissant universitaires et professionnels et faisant suite à un colloque sur les usages de la télévision organisé par un Écomusée, lors d'une conférence-discussion à l'Ina, dans les actes d'un congrès franco-allemand sur les médias... voir Dayan, 2000, 2002a, 2002b, 2003a) ; il se prête aussi au jeu de l'entretien pour évoquer les cérémonies télévisées, pour les besoins d'un manuel sur *L'état des savoirs en communication* (Lecomte, 1998)²¹². Ainsi le nom de Daniel Dayan est-il récurrent dans les discours des acteurs du domaine (voir les entretiens que nous avons mené avec certains d'entre eux, annexe 8), au point que nous parlons d'une figure de théoricien. Le capital scientifique de Daniel Dayan lui confère le statut de représentant des études de réception télévisuelle en France – et de spécialiste – auquel s'ajoute la qualité de théoricien²¹³. Comment ce capital a-t-il été formé ?

La position haute de Daniel Dayan a été constituée par le croisement entre une somme de propriétés en lien avec la trajectoire du chercheur et la configuration du champ académique au moment de son retour en France (voir le chapitre 5). Mais, pour comprendre que cette reconnaissance est un effet de cette rencontre, il faut rappeler que, avant cela, le chercheur a subi une absence de reconnaissance de la part des tenants du domaine scientifique français, qu'il s'attache à raconter (voir notre entretien, annexe

²¹¹ Nous avons fait l'expérience de cette légitimité lors de manifestations scientifiques où nous étions amenée à exposer notre objet de recherche, nombre d'interlocuteurs s'exclamant : « La réception c'est Dayan ».

²¹² Nous pensons, à la suite de la lecture des travaux des sociologues des sciences, que la rédaction de textes pour un manuel (définitions, etc.) ainsi que les entretiens constituent des formes de reconnaissance scientifique : en ces occasions, c'est la parole du spécialiste qui est requise. Ceci dit, nous gardons à l'esprit que l'inscription dans un réseau peut aussi être un facteur de sollicitation.

²¹³ D. Dayan a mené une enquête sur la réception des cérémonies télévisées avec le chercheur américain E. Katz (Dayan, Katz, 1992), ainsi qu'une étude de la réception des médias comme facteur de construction des identités dans une communauté africaine (Lundby, Dayan, 2004) ; mais, l'auteur est principalement cité en référence pour ses écrits théoriques, comme nous le verrons *infra*.

8a)²¹⁴. De fait, au milieu des années 80, lorsque Daniel Dayan rentre en France, il ne dispose pas *a priori* d'un « pouvoir symbolique ».

6.1.1. Histoire d'une absence de reconnaissance

Avant d'étudier les publics de télévision, Daniel Dayan a, pendant plusieurs années, travaillé sur les modes d'énonciation dans les films américains. Nous disions (chapitre 2) qu'au cours de sa formation universitaire (licence en ethnologie à l'École pratique des hautes études), il avait été l'assistant de Roland Barthes (1967-68). Celle-ci s'est poursuivie aux États-Unis dans le cadre d'études cinématographiques. Il écrit alors un mémoire de maîtrise sur la production théorique des *Cahiers du cinéma* : ce texte a été publié dans une revue de cinéma américaine, *Film Quarterly* (1974), puis repris par la revue anglaise *Screen* qui en fait sa théorie du film (*Screen Film Theory*) ; depuis lors, il est considéré comme un *classique* aux États-Unis (le texte est toujours étudié dans les écoles de cinéma américaines, précise l'auteur lors d'un entretien le 20 octobre 2003)²¹⁵. La formation s'est poursuivie à Jérusalem – sur une invitation d'Elihu Katz, voir *infra* –, par la rédaction d'une thèse en sémiologie du cinéma, sur le thème de la multiplication des énonciateurs dans le film *Stagecoach* de John Ford. Celle-ci a été publiée en 1977 sous le titre *Western Graffiti* ; ainsi les premières recherches de Daniel Dayan sur le cinéma américain lui ont-elles conféré une notoriété et une reconnaissance Outre-Atlantique. L'auteur a soutenu sa thèse à Paris, devant un jury composé de Roland Barthes, Christian Metz et Pierre Sorlin, *i.e.* deux sémiologues rattachés au Centre d'études transdisciplinaires. Sociologie, anthropologie, sémiologie (Cetsas) et un historien du cinéma. Ces trois chercheurs disposaient alors d'un capital scientifique

²¹⁴ Par leurs récits, les chercheurs contribuent à construire l'histoire d'un domaine des recherches. Ils y intègrent leur histoire personnelle, leur degré d'implication, leurs activités en fonction d'intérêts qui leur sont propres au moment du discours. Pour reprendre les propos de Ph. Masson (2001 : 479) : « Dans certains cas, les témoignages rétrospectifs des auteurs sont généralement peu utiles dans la mesure où ceux-ci sont souvent des reconstructions du passé à partir de la conception qu'ils se font de leur situation présente, en particulier de leurs intérêts personnels. La présentation des "raisons" qui ont motivé les auteurs d'une recherche, à partir d'une perspective intentionnaliste, néglige parfois les éléments qui tiennent au contexte sociopolitique de l'époque, à des aspects contingents du travail de recherche, ou à l'état institutionnel d'une discipline. À l'opposé, elle vise souvent à replacer rétrospectivement l'œuvre dans un parcours intellectuel et professionnel cohérent ». Lors de notre entretien, D. Dayan a souhaité souligner une période de non-reconnaissance de ses travaux en France. Nous reprenons cette caractéristique afin de mettre l'accent sur la dimension configurationnelle des activités scientifiques.

²¹⁵ Pour un récit de l'histoire de la circulation de ce texte, voir notre entretien avec l'auteur en annexe 8a.

important²¹⁶ mais, cela n'a pas conféré au jeune docteur une reconnaissance immédiate. En effet, l'ouvrage publié en américain est traduit en français en 1983 (*Western Graffiti : jeux d'images et programmation du spectateur dans La chevauchée fantastique de John Ford*) et il ne connaît pas une réception aussi enthousiaste dans l'Hexagone qu'aux États-Unis : « Le livre est sorti en français dans un silence absolu. Il n'a jamais été critiqué, commenté, discuté, etc. » (Dayan, entretien, 20 oct 2003)²¹⁷.

Une décennie plus tard, Daniel Dayan est reconnu dans le champ académique français comme le spécialiste des études de réception télévisuelle : comment expliquer ces phénomènes de reconnaissance et de non-reconnaissance ? Autrement dit, pour le dire simplement, dans un premier temps, les acteurs du champ n'attribuent aucune compétence à l'auteur²¹⁸ ; dans un deuxième temps, ils lui confèrent la qualité de « spécialiste ». C'est pourquoi l'examen des propriétés de l'auteur au moment de son retour en France (voir la figure 33²¹⁹) constitue un objet éclairant pour l'analyse des pratiques de reconnaissance au sein du champ académique.

6.1.2. Une trajectoire intellectuelle internationale

- *Héritier du Cecmas ?*

La trajectoire professionnelle de Daniel Dayan, de 1967 à 1989, lui confère des propriétés assez atypiques pour un chercheur français à ce moment-là : un héritier de la problématique de recherche sur les communications de masse, un parcours intellectuel

²¹⁶ Ce capital se manifeste par la publication d'ouvrages et les fonctions occupées dans le champ académique : par exemple, P. Sorlin a écrit une *Sociologie du cinéma* en 1977, C. Metz a produit les *Essais sur la signification du cinéma* en 1972 ; R. Barthes occupait la chaire de sémiologie au Collège de France entre 1977 et 1980.

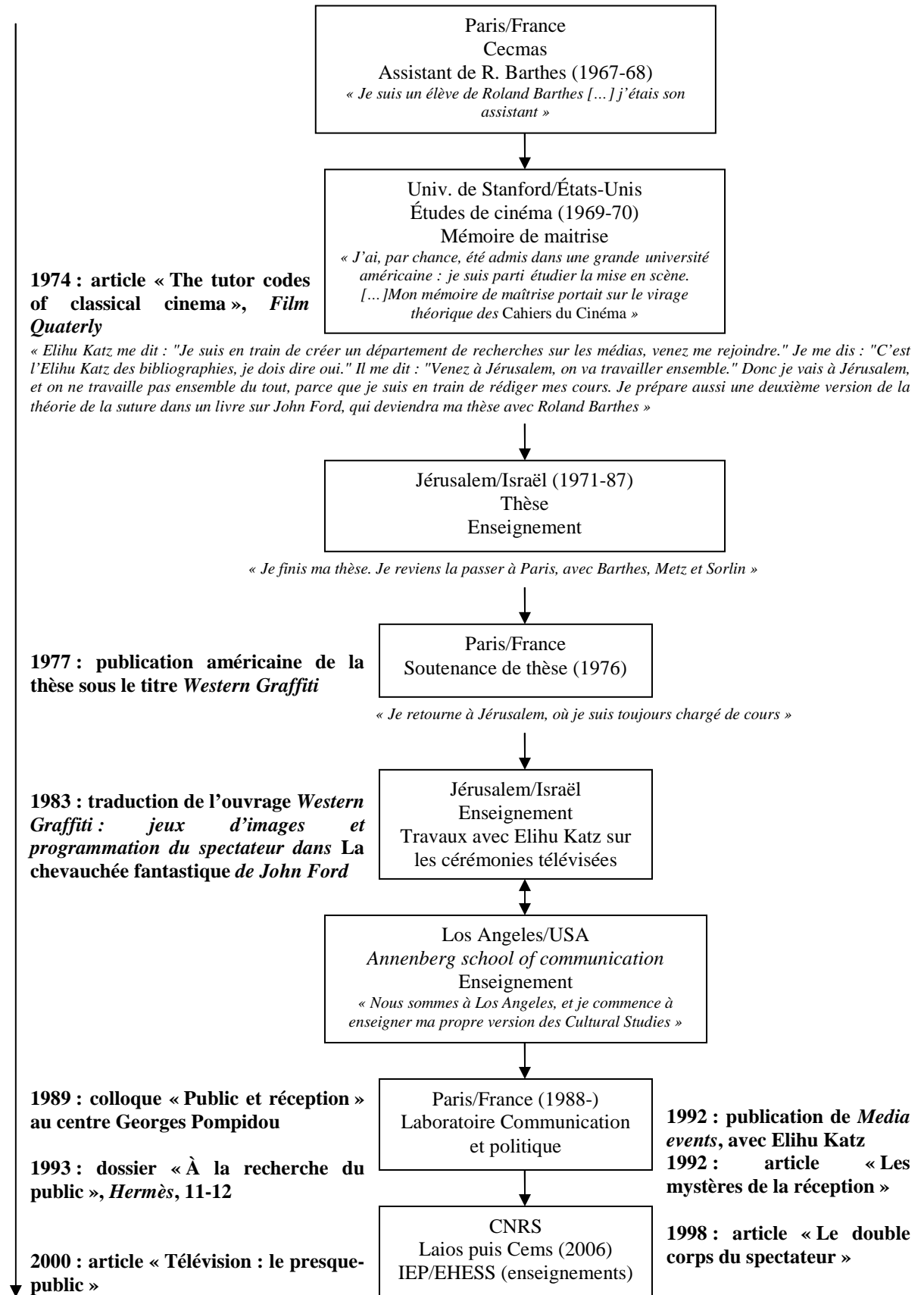
²¹⁷ Toutefois, D. Dayan précise : « Au bout de quelque temps, il a été découvert par Roger Odin, à qui je dois de l'avoir mis au programme de doctorat des étudiants en cinéma à Paris 3 ».

²¹⁸ Précisons que la thèse de D. Dayan contient les prémisses de la théorisation de la notion de public que l'auteur précisera par la suite : « Ma thèse de doctorat continue par la description de ce que j'ai appelé plus tard un "public immanent" : l'énonciation est assurée, à l'intérieur du film, par un public immanent ; et, lorsqu'il regarde un film classique hollywoodien, le spectateur est invité à une socialisation, grâce à laquelle il devient un membre d'une communauté d'évaluation, et donc d'un public. Vous voyez qu'on est ici très, très, très près de la question de la réception ».

²¹⁹ Nous avons reconstitué le parcours de Daniel Dayan en grande partie en nous fondant sur un entretien mené avec l'auteur à Paris le 20 octobre 2003. Sur la figure 33, nous représentons les différentes étapes de son parcours professionnel et intellectuel, accompagnées de quelques publications importantes. Les phrases en italique sont extraites de l'entretien (annexe 8a).

pluridisciplinaire et international et une collaboration scientifique avec l'un des fondateurs du courant américain des « usages et gratifications ». Surtout, celles-ci ont alors constitué les prémisses d'un capital scientifique nourri également de procédés de reconnaissance. D'abord, le chercheur incarne la tradition d'étude des communications de masse initiée dans le cadre du Cecmas, dans la mesure où il a côtoyé ses principaux représentants lorsqu'il était étudiant à l'EPHE – notamment Roland Barthes – puis au moment de sa soutenance de thèse (voir *supra*) ; mais, il n'en a pas partagé l'« échec » (voir les chapitres 3 et 5) puisqu'il n'a pas poursuivi sa formation en France. À la fin des années 80, la création du Laboratoire communication et politique et de la revue *Hermès* entendent renouer avec les recherches produites au Cecmas et diffusées dans *Communications* (voir le chapitre 5).

Figure 33. La trajectoire de Daniel Dayan. De l'étudiant au Cecmas au directeur de recherches CNRS (1967-2006)



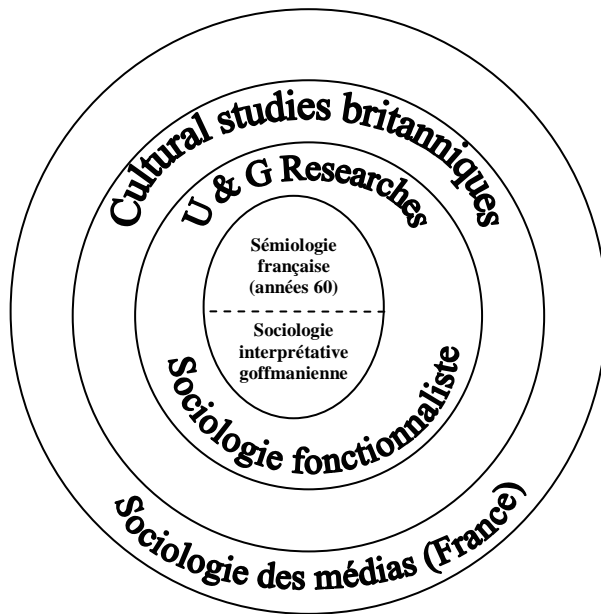
- *Familiarisation aux recherches anglo-saxonnes*

Ensuite, aux États-Unis, Daniel Dayan a accès à la littérature fonctionnaliste nord-américaine sur les communications de masse. Il s'initie aux travaux du chercheur canadien Erving Goffman²²⁰ avant d'être familiarisé aux recherches sur les usages et gratifications (*Uses and Gratifications Researches*) par l'intermédiaire d'Elihu Katz (voir *infra*) ; puis, dans le cadre des cours qu'il dispensait à Los Angeles²²¹, il s'est familiarisé avec les thèses des *Cultural Studies*, notamment celles de Stuart Hall : « Le doyen de l'École m'a demandé de donner un cours sur la culture de masse : une introduction à la culture populaire. Je me suis mis à enseigner la théorie du récit, la sémiotique, l'anthropologie structurale. Et je me suis mis à lire ce qui se passait en Angleterre, je trouvais ça très intéressant, il y avait des choses passionnantes dans les *Cultural Studies*. Et, j'ai commencé à parler de Stuart Hall dans mes cours. Donc, un lien s'est établi entre mon travail et la tradition britannique des *Cultural Studies* ». Le parcours intellectuel du chercheur français se constitue d'une capitalisation de savoirs, à partir des traditions sémiologiques (années 60) et fonctionnalistes nord-américaines (années 70-90), des études culturelles britanniques (années 70-90) jusqu'à la sociologie des médias (depuis les années 90) (voir la figure 34).

²²⁰ D. Dayan (entretien, 20 oct. 2003) rapporte qu'E. Goffman lui avait proposé de diriger sa thèse : « Bien plus tard, Goffman m'a proposé de diriger ma thèse. Je suis alors resté fidèle à Barthes, et j'ai refusé de travailler avec Goffman malgré mon intérêt pour son travail ».

²²¹ Au début des années 80, D. Dayan enseigne la communication à l'*Annenberg School of Communication* de Los Angeles.

Figure 34. Le parcours intellectuel de Daniel Dayan.



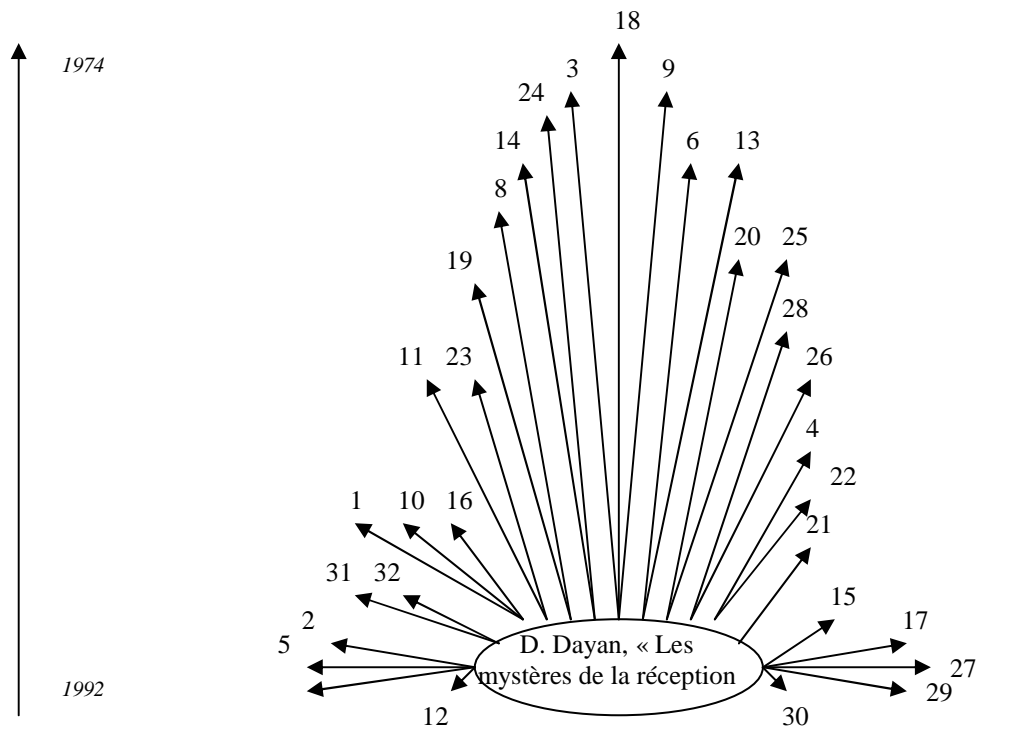
À la fin des années 80, nombre de travaux étrangers sur la réception de la télévision ne sont pas traduits en français : ils sont peu accessibles pour les chercheurs de l'Hexagone. Leur connaissance constituait une compétence pour Daniel Dayan par rapport aux tenants du champ académique français. Par exemple, le texte « Codage/Décodage » de Stuart Hall n'est publié dans *Réseaux* qu'en 1994 (voir annexe 1i) ; David Morley (1992) – élève de Stuart Hall – venait de mener une enquête en réception de la série *Nationwide* dont il rend compte dans l'ouvrage *Television, Audiences and Cultural Studies* [Télévision, publics et *Cultural Studies*] ; un an plus tôt, Ien Ang (1991) publiait *Desperately Seeking the Audience* [Recherche le public désespérément] ; la même année était édité un ouvrage collectif intitulé *Mass Media and Society* [Les médias de masse et la société] (Curran, Gurevitch, 1991) ; l'ouvrage *Television Culture* [La culture de la télévision] écrit par John Fiske était paru en 1987 ; Tamar Liebes et Elihu Katz (1990) avaient rédigé *The export of Meaning. Cross-cultural Readings of Dallas* [L'exportation du sens. Lectures interculturelles de *Dallas*] à partir des résultats des enquêtes conduites sur la réception du feuilleton américain éponyme. Plusieurs de ces auteurs sont cités en référence dans l'article « Les mystères de la réception » publié en 1992.

Plus globalement, il est possible de représenter ce parcours intellectuel, *via* les références contenues dans cet article. Ici, nous nous fondons sur le modèle des travaux de Bruno Latour (1989 : 53). Le texte en question a été choisi en raison de sa réception au sein du champ académique français (voir *infra*). L'examen des références peut traduire les « alliés extérieurs » mobilisés par un auteur pour attribuer davantage de forces à son énoncé ; ici, nous les relevons en tant que bagage intellectuel de l'auteur. En quelque sorte, nous considérons les citations comme les témoins de la littérature scientifique avec laquelle l'auteur est familier à un moment donné, et qu'il souhaite diffuser aux lecteurs français. Celles-ci couvrent une période d'une vingtaine d'années et plusieurs courants de recherche sur le plan international : les *Uses and Gratifications Researches* américaines (Elihu Katz, Tamar Liebes), les *Cultural Studies* britanniques (Stuart Hall, David Morley, Raymond Williams), la sociologie française (Michel de Certeau), l'école critique européenne (Walter Benjamin), les travaux empruntant à la psychologie sociale (Rodolphe Ghiglione, Sonia Livingstone), les études féministes (Janice Radway), etc. En ce sens, l'article représente un parcours intellectuel pluridisciplinaire et international. Sachant que ce texte a eu une importante diffusion en France (voir *infra*), par son biais, ce sont l'ensemble de ses références qui ont pu influencer les recherches sur les téléspectateurs en France²²². Par ailleurs, l'auteur ne manque pas de « conseiller » à son lecteur la consultation du dossier « À la recherche du public », *via* la mention de 9 de ses contributions, dont il achève la coordination au moment où il écrit cet article. Ceci illustre les différents procédés rhétoriques à l'œuvre dans les citations en référence : outre « l'appel à des alliés » explicité par Bruno Latour, il existe notamment l'auto-citation (Daniel Dayan cite deux textes qu'il a co-écrit avec Elihu Katz), la promotion de publications, etc.²²³.

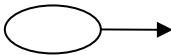
²²² Il serait intéressant de mettre en rapport ces éléments avec les citations en référence d'auteurs étrangers dans la littérature française sur l'objet qui a suivi ce texte, afin d'en évaluer l'influence. Pour cela, nous pourrions, par exemple, isoler certaines des références et étudier la nature de leurs reprises dans d'autres textes (sont-elles sujettes à discussion ou non ?).

²²³ Nous pourrions, dans le cadre de recherches ultérieures, analyser plus en détails les procédés rhétoriques des citations en référence à partir, par exemple de quelques textes extraits de notre corpus constituant un réseau.

Figure 35. Réseau de citations en références de l'article « Les mystères de la réception » (Dayan, 1992).



- | | |
|-----------------------------------|-----------------------------|
| 1-D. Wolton (1990) | 17-E. Katz (1993) |
| 2-É. Macé (1993) | 18-R. Williams (1974) |
| 3-J. Kiske, J. Hartley (1978) | 19-N. Browne (1984) |
| 4-S. Livingstone (1989) | 20-T. Modleski (1983) |
| 5-M. Wolf (1993) | 21-W. Benjamin (1991) |
| 6-S. Hall (1980) | 22-S. Livingstone (1990) |
| 7-R. Ghiglione (1993) | 23-J. Hartley (1987) |
| 8-S. Hall (1982) | 24-D. Hebdige (1979) |
| 9-C. Brunson, D. Morley (1978) | 25-B. Anderson (1983) |
| 10-T. Liebes, E. Katz (1990) | 26-D. Dayan, E. Katz, 1987 |
| 11-J. Fiske (1987) | 27-M. Souchon (1993) |
| 12-D. Morley (1993) | 28-J. Radway (1985) |
| 13-D. Morley (1980) | 29-J. Corner (1993) |
| 14-M. de Certeau (1980) | 30-I. Ang (1993) |
| 15-S. Livingstone, P. Lunt (1993) | 31-P. Sorlin (1992) |
| 16-J. Curran (1990) | 32-D. Dayan, E. Katz (1992) |


 Référence citée par D. Dayan dans l'article « Les Mystères... »

- *Affinité coopérative avec Elihu Katz*

Enfin, la trajectoire de Daniel Dayan a croisé celle du sociologue américain Elihu Katz : le premier a bénéficié de la notoriété internationale du second. Rappelons que ce dernier, aujourd'hui professeur émérite en sociologie et communication, a été, aux côtés de Paul Lazarsfeld – son mentor à l'université de Columbia –, l'un des acteurs principaux de la sociologie fonctionnaliste nord-américaine, l'un des fondateurs du courant des *Uses and Gratifications Researches* ; il est à l'origine de la théorie du « *Two-step flow of communication* [Les deux étages de la communication] » (voir le chapitre 1). À la fin des années 60, Elihu Katz introduit la télévision israélienne à la demande du gouvernement ; il fonde également l'institut de communication à l'université hébraïque de Jérusalem (*Hebrew University's Communications Institute*). Ainsi dispose-t-il d'une reconnaissance scientifique et publique, aux États-Unis comme à Israël. Au début des années 70, Elihu Katz propose à Daniel Dayan un poste de chargé de cours à l'université de Jérusalem, alors que celui termine sa thèse. Par la suite, pendant une quinzaine d'années, les deux hommes mènent une série d'enquêtes qui ont consisté à observer la réception d'événements importants retransmis à la télévision (notamment la visite du Président Sadate d'Égypte à Jérusalem, le voyage du Pape en Pologne, le mariage de Diana et Charles à Londres). Parfois, après les projections, ils organisaient des discussions avec des étudiants, diplomates, etc. Les résultats de cette étude ont été livrés dans un ouvrage intitulé *Media events* (1992), traduit en français sous le titre *La télévision cérémonielle*, quatre ans plus tard²²⁴. En parallèle, les deux chercheurs occupaient des postes d'enseignants dans les universités de Jérusalem et de

²²⁴ À nouveau, D. Dayan (entretien, 20 oct. 2003) semble mettre un point d'honneur à faire le récit de sa collaboration avec le sociologue américain : « Katz vient alors me dire : "Écoutez, j'ai bien réfléchi, lorsque vous êtes venu il était question que l'on enseigne ensemble. Je vous propose un défi : nous sommes dans une situation historique assez extraordinaire, il est possible que la paix se fasse entre Israël et les pays arabes voisins. Le président Sadate d'Égypte va arriver à Jérusalem dans quelques jours, et je propose que nous fassions un séminaire instantané sur la visite de Sadate. Est-ce que vous en êtes capable ?" Je réponds : "Oui, en tout cas je suis prêt à essayer." On nous donne une grande salle dans un centre culturel. Tous les soirs, pendant la visite de Sadate, nous projetons les nouvelles diffusées pendant la journée et les discutons avec nos étudiants, des collègues de l'université et des diplomates. Ce travail sur Sadate est devenu un travail sur la diplomatie télévisée. Ensuite, il y a eu la possibilité de suivre le Pape. Katz m'a dit : "Le Pape va partir en Pologne, c'est un truc extraordinaire. Est-ce que ça vous dirait d'y aller ?" J'ai dit oui à nouveau. Puis, il y a eu le mariage de Charles et Diana, et je suis allé à Londres. J'avais un grand plaisir parce que je retrouvais ma formation initiale (j'ai une licence d'Ethnologie). C'est devenu un livre qui s'appelle *La télévision cérémonielle* ».

Los Angeles²²⁵ : « Elihu Katz et moi avons continué à travailler ensemble aux États-Unis, où il y avait toutes sortes d'autres exemples à étudier. Nous avons accepté des positions parallèles à l'*Annenberg School of Communication*, à Los Angeles ».

Un texte écrit par Elihu Katz sur les « deux étages de la communication » est diffusé en France en 1973 dans le recueil *Sociologie de l'information. Textes essentiels* (Balle, Padioleau, 1973) ; de fait, le chercheur américain est connu en France comme un spécialiste des communications de masse et un élève de Paul Lazarsfeld. C'est pourquoi cette collaboration fonctionne comme une propriété pour Daniel Dayan.

6.2. Retour en France : un rôle de passeur

À son retour en France à la fin des années 80, Daniel Dayan participe aux activités du Laboratoire Communication et Politique (LCP), tout juste fondé par Dominique Wolton (voir le chapitre 5)²²⁶. Il occupe alors la fonction de passeur : d'une part, il met en circulation les textes de chercheurs étrangers ; d'autre part, il organise le débat entre la recherche étrangère et française sur le thème de la réception. L'ensemble est soutenu par le réseau scientifique alors formé entre les champs académique (LCP, CNRS, GDR Communication) et professionnel (Cnet, Ina) français (voir le chapitre 5). En effet, les compétences de Daniel Dayan ont pu être déployées parce qu'un foyer d'activités se mettait alors en place à ce moment-là.

6.2.1. Importation d'idées

Nous avons vu que la quantité et la diversité des citations en référence contenues dans l'article « Les mystères de la réception » (Dayan, 1992) offrent au lecteur des pistes vers les réflexions développées dans le monde anglo-saxon. Ce procédé – *i.e.* lorsqu'un

²²⁵ Pour la décennie des années 80, D. Dayan présente sa trajectoire et celle d'E. Katz comme « parallèles ».

²²⁶ Dans le cadre de notre mémoire de DEA (Ségur, 2002), nous relevons les procédés de reconnaissance mutuelle que s'adressent D. Dayan et D. Wolton au début des années 90, *via* des assertions comme « Je remercie tous ceux qui y ont participé et particulièrement Daniel Dayan » (Wolton, 1993 : 13), « De cette thèse Dominique Wolton se fait l'avocat dans une série de livres [...] » (Dayan, 1993b : 18).

auteur présente des travaux, renvoie à la lecture d'un ouvrage, cite des propos – est un moyen de mise en circulation de textes. Un autre peut être la mise en place d'une série d'« interactions » qui, affirme Olivier Martin (2000 : 111), « passent par les échanges verbaux, par les lectures d'articles, par les colloques et séminaires, par des rencontres avec les organismes financeurs ou par des contrats signés avec des partenaires industriels ou institutionnels »²²⁷. Pour Éric Maigret (2003a : 158), Daniel Dayan a « permis le rétablissement de la circulation des textes » ; Dominique Pasquier, qui participait au LCP au même moment, évoque à son sujet, lors d'un entretien (19 mars 2004), le « rôle majeur dans la familiarisation de certaines théories ».

Daniel Dayan a importé des théories et des travaux de l'étranger, mais aussi leurs auteurs. Tout au long de son parcours, l'ethnologue²²⁸ français a constitué un réseau de chercheurs américains, anglais, danois, *via* des activités d'enseignement (Tamar Liebes et le danois Kim Christian Schroder ont été les étudiants de Daniel Dayan à Jérusalem et à Los Angeles), des manifestations scientifiques (il participe à plusieurs séminaires avec la psychosociologue britannique Sonia Livingstone), des contacts interpersonnels aussi : plusieurs d'entre eux étaient déjà ou sont devenus des spécialistes de la recherche sur les médias et/ou de la réception télévisuelle, en témoignent les publications de certains depuis lors : *Talk on Television* [Parler à la télévision] (Livingstone, Lunt, 1994) ; *Living Room Wars* [Les guerres du salon] (Ang, 1995) ; *Media, Ritual and Identity* [Médias, rituel et identité] (Liebes, Curran, 1998) ; *A Handbook of Media and Communication Research* [Un manuel des recherches sur les médias et la communication] (Jensen, 2002) ; *Media and Power* [Médias et pouvoir] (Curran, 2002) ; *Researching Audiences* [À la recherche des publics] (Schroder *et al.*, 2003) ; *Media and Cultural Theory* [Médias et théorie culturelle] (Curran, Morley, 2005)...

6.2.2. Importation d'un réseau de chercheurs

²²⁷ En effet, D. Pasquier précisait au sujet des travaux anglo-saxons : « Il nous les a fait lire et comprendre ».

²²⁸ La plupart du temps, D. Dayan est qualifié, dans les discours académiques, de « sociologue ». Nous lui attribuons la caractéristique « ethnologue » en référence à sa formation universitaire.

Ce sont les membres de ce réseau que l'ethnologue a mobilisé lorsque lui et d'autres chercheurs du Laboratoire communication et politique ont décidé d'organiser le colloque « Public et réception » en 1989 (Centre Georges-Pompidou, Paris). Nous n'avons pas trouvé d'archives de ce colloque, aussi nous n'en connaissons pas la liste exacte des participants ; Dominique Pasquier (entretien, 19 mars 2004) témoigne de cet événement : « Ce laboratoire était assez merveilleux pendant les premières années, grâce à Daniel Dayan, car il a fait venir tous les chercheurs étrangers qu'il connaissait. Il a organisé un colloque à Beaubourg il y a quinze-vingt ans, avec Ien Ang, Sonia Livingstone, et d'autres grands noms. Daniel Dayan était très pionnier parce qu'il venait des États Unis, et il connaissait très bien ces travaux là, il a travaillé avec Katz ; en France on avait une profonde méconnaissance de cette littérature. L'intermédiaire clef a été Daniel Dayan pour moi, mais pour d'autres gens aussi : c'est quelqu'un qui a organisé des choses, au sein du laboratoire de Dominique Wolton, mais aussi ailleurs ; il a fait connaître ces travaux là, il nous les a fait lire et comprendre ». Un dossier, intitulé « À la recherche du public », publié en 1993 dans la revue *Hermès*, constitue la prolongation du colloque ; il a été dirigé par Daniel Dayan, qui nous précise dans un courrier : « Un grand nombre des auteurs du 11-12 étaient là »²²⁹.

À l'occasion du colloque, Daniel Dayan greffe le micro-réseau de chercheurs qu'il a constitué sur le réseau formé en France pour l'étude de la communication. La publication du dossier constitue également une forme d'échange ainsi que la traduction de la rencontre entre Daniel Dayan et le champ académique français. En effet, la représentation du sommaire du « 11-12 » (tableau 15) permet de dessiner ces ramifications autour du chercheur (voir la figure 36). Celles-ci sont reliées à plusieurs activités : les séminaires du Cecmas à la fin des années 60, où Daniel Dayan côtoie Jérôme Bourdon, Jacques Durand et Michel Souchon (par ailleurs, ceux-ci sont intégrés au réseau autour du GDR Communication à la fin des années 80), les contacts interpersonnels à l'occasion de manifestation scientifique (Klaus Bruhn Jensen, Sonia

²²⁹ Le « 11-12 » est la livraison d'*Hermès* dans laquelle le dossier « À la recherche du public » figure. Ce dernier a pour caractéristique de représenter un état des recherches internationales et pluridisciplinaires contemporaines sur les téléspectateurs : il réunit des chercheurs français et étrangers (Angleterre, Australie, Danemark, États-Unis, Jérusalem, Suède et Italie), des approches quantitatives (J. Durand, J. Bourdon, M. Souchon), ethnographiques (T. Liebes, E. Katz, D. Morley), psychosociologiques (R. Ghiglione), sémiologiques (J. Corner, N. Ramognino, K. C. Schroder, M. Wolff) et épistémologiques (J. Curran, K. B. Jensen, K. E. Rosengren). Les auteurs sont rattachés à différentes disciplines (littérature, psychologie sociale, sciences de l'information et de la communication, science politique, sociologie).

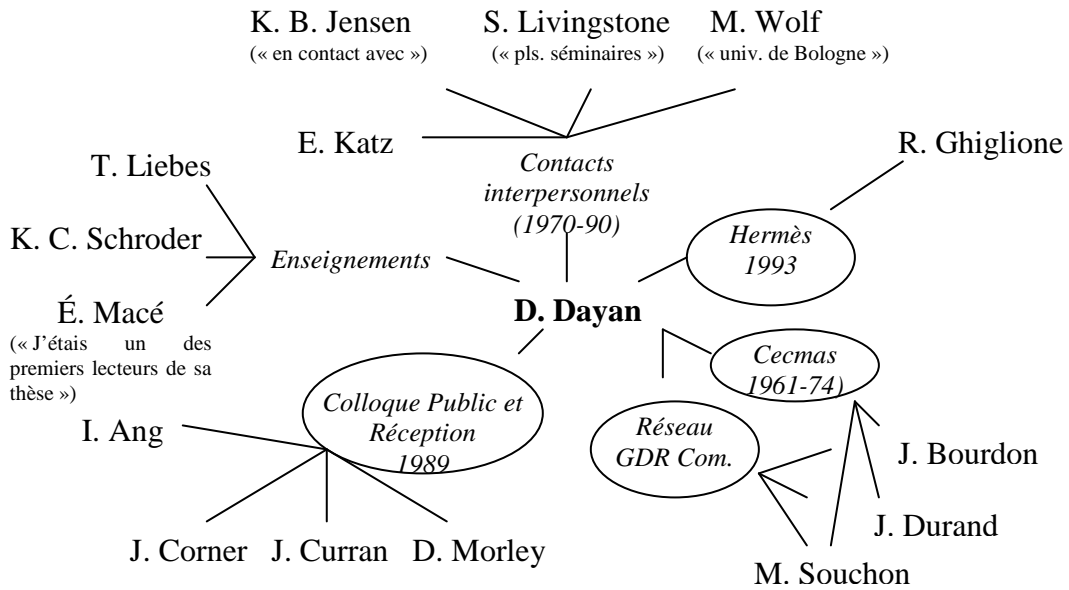
Livingstone, Mauro Wolf ; le chercheur rencontre Ien Ang, John Corner, James Curran et David Morley lors du colloque « Public et réception »), les collaborations scientifiques (Elihu Katz), les activités d'enseignements (Tamar Liebes, Kim Christian Schroder, Éric Macé), la revue *Hermès* (Rodolphe Ghiglione)²³⁰.

Tableau 15. Articles publiés dans la livraison 11-12 d'*Hermès* (Dayan, 1993).

Auteur	Titre de l'article
Ien Ang	Culture et communication. Pour une critique ethnographique de la consommation des médias
Jérôme Bourdon	Télévision et symbolisme politique
John Corner	Genres télévisuels et réception
James Curran	La décennie des révisions. La recherche en communication de masse des années 80
Peter Dahlgren	Television journalism as catalyst
Jacques Durand	Les jugements des téléspectateurs. L'évaluation des programmes de télévision
Rodolphe Ghiglione	La réception des messages. Approches psychosociologiques
Klaus Bruhn Jensen	Cinq traditions à la recherche du public
Elihu Katz	L'héritage de Gabriel Tarde. Un paradigme pour la recherche sur l'opinion et la communication
Tamar Liebes, Elihu Katz	Six interprétations de la série "Dallas"
Sonia Livingstone, Peter Lunt	Un public actif, un téléspectateur critique
Éric Macé	La télévision du pauvre. La participation du public
David Morley	La "réception" des travaux sur la réception. Retour sur "Le public de Nationwide"
Kim Christian Schroder	Qualité culturelle : la poursuite d'un fantôme ?
Michel Souchon	Le vieux canon de 75. L'apport des méthodes quantitatives à la connaissance du public de la télévision
Mauro Wolf	L'analyse de la réception et la recherche sur les médias

²³⁰ P. Dahlgren est absent de la représentation car nous n'avons pas réussi à le relier à D. Dayan.

Figure 36. Auteurs du 11-12 et réseau de chercheurs autour de Daniel Dayan (1993).



Un effet de cette greffe d'un réseau sur un autre est la poursuite de collaborations entre certains des chercheurs étrangers et le champ académique français ; par exemple, Tamar Liebes (1994) publie un article dans *Réseaux* un après celui d'*Hermès* ; Dominique Pasquier et Sonia Livingstone poursuivent les échanges – « Sonia c'est quelqu'un que je connais bien » affirme la première au cours de notre conversation (entretien, 19 mars 2004) –, cette dernière publie un texte dans une récente livraison de *Réseaux* coordonnée en partie par la sociologue française (Livingstone, 2004).

Les propriétés de Daniel Dayan ainsi que son activité de passeur sont deux éléments constitutifs du capital scientifique du chercheur. Un troisième est la reconnaissance conférée par ses pairs à ses écrits. À ce sujet, un article écrit en 1992, « Les mystères de la réception » est devenu un texte de référence dans le champ académique : il fait autorité et n'est pas remis en cause, au point qu'il peut être qualifié de « boîte noire » pour reprendre la terminologie latourienne (1989). La réception de ce texte, et de ceux qui ont suivi, a eu pour effet de consacrer Daniel Dayan en tant que théoricien des études de réception télévisuelle.

6.3. Une reconnaissance académique consensuelle

6.3.1. Réception des « Mystères de la réception »

Ici, un retour en arrière vers les années 92-93 est nécessaire. Au moment où l'auteur achève la préparation de la livraison 11-12 d'*Hermès*, il reçoit une commande – de « dernière minute » dit-il (entretien, 20 oct. 2003) – de la revue *Le Débat* pour l'écriture d'un article sur la réception de la télévision. Dans la mesure où nous n'avons pas trouvé de lien direct entre l'auteur et les directeurs de la revue, les historiens Pierre Nora et Marcel Gauchet, nous faisons l'hypothèse que la demande a pu être faite par l'intermédiaire de Dominique Wolton – que Daniel Dayan côtoie au sein du LCP –, qui signe également une contribution dans la même livraison. Le texte en question constitue, pour Daniel Dayan, une prolongation des réflexions engagées dans le dossier « À la recherche du public » ; autrement dit, il interroge l'état des recherches sur les téléspectateurs au niveau international. L'article s'intitule « Les mystères de la réception » et a connu un accueil des plus favorables au sein du champ académique, puisque depuis lors, il n'a de cesse d'être cité en référence dès que l'on aborde l'objet. Par exemple, pour la sociologue des médias Sabine Chalvon-Demersay (entretien, 19 mars 2004), il contient l'essentiel de ce qu'un chercheur doit savoir sur la réception : « Dans son article *Les mystères de la réception* (1992) il y a tous les arguments et toutes ses réflexions sur les publics ».

Or, il est intéressant de relever l'écart qui se situe entre la réception, la diffusion massive de l'article et son contexte de publication. La revue *Le Débat* a été créée en 1980 et s'articule autour de trois axes : l'histoire, la politique et la société. *A priori*, des thématiques qui ne correspondent pas aux lieux habituels des articles sur les « téléspectateurs ». En effet, d'une part, la revue ne figure pas parmi les revues de communication où a été publiée la majorité des articles sur les téléspectateurs (voir le chapitre 5) – ; d'autre part, dans notre corpus, « Les mystères de la réception » est le seul élément issu de ce périodique. De plus, le dossier au sein duquel figure l'article en question porte sur « L'audiovisuel et ses problèmes », soit, *a priori* à nouveau, une problématique des contenus audiovisuels, de leur production... *i.e.* une dimension

davantage industrielle qu'épistémologique²³¹. En témoignent les deux autres textes de la livraison : une analyse de la conjoncture mondiale de l'économie de l'audiovisuel (André Lange), une réflexion sur le développement des techniques de communication à une échelle européenne (Dominique Wolton). Or, en résumé, le propos de Daniel Dayan consiste en un état des recherches sur les téléspectateurs et des problématiques – notamment méthodologiques – qu'elles soulèvent ; il se poursuit par la proposition d'un programme de recherche articulé autour de questionnements sur la notion de public²³². Ainsi, *a posteriori*, la livraison de 1992 ne possède pas les caractéristiques d'une publication vers laquelle le lecteur avide de réflexions sur les téléspectateurs se dirigerait spontanément. Pourtant, l'article circule à grande échelle depuis lors : comment est-il devenu un « texte de référence » ?

6.3.2. Citations en référence et constitution d'un texte de référence

Le cas de l'article « Les mystères de la réception » illustre l'influence, soulignée par Bruno Latour, des citations en référence dans l'attribution de la reconnaissance scientifique. Le sociologue des sciences (Latour, 1989 : 62) explique la nécessité, pour un propos scientifique, d'être repris, discuté, mentionné, cité... : « Il y a pire encore que d'être critiqué voire d'être cité à tort et à travers par des lecteurs peu attentifs : c'est d'être ignoré. [...] Ils [ceux qui ne se sont jamais intéressés de près à la fabrication de la science] s'imaginent que tous les articles scientifiques naissent libres et égaux et peuvent être alignés en rang, pour être soigneusement passés en revue. Mais la plupart des articles ne sont pas lus du tout. Quel que soit le traitement que tel article a fait subir à la littérature qui l'a précédé, si personne ne fait rien de lui, c'est comme s'il n'avait jamais existé ». L'énoncé de Daniel Dayan a circulé dans plusieurs générations de textes qui l'ont suivi, sans être remis en cause. Faute d'instrument bibliométrique à notre disposition, nous illustrons cet argument par l'examen de textes structurants

²³¹ L'introduction du dossier s'ouvre avec ces mots : « On parle volontiers de "société de communication". C'est devenu un lieu commun que de souligner l'importance prise par l'audiovisuel dans la marche de notre monde ».

²³² La réunion de ces trois textes peut apparaître comme raisonnable dans la mesure où elle permet de proposer au « débat » trois versants d'une problématique générale sur l'audiovisuel. Mais, le lecteur l'aura compris, nous souhaitons surtout souligner un écart entre un contexte de production d'un texte et sa diffusion massive dans d'autres lieux.

publiés depuis lors et représentant plusieurs générations²³³. Il s'agit de cinq manuels généraux sur les médias et/ou la communication publiés entre 1995 et 2003 (Boyer, Lochard, 1995 ; Lochard, Soulages, 1998 ; Rieffel, 2001 ; Breton, Proulx, 2002 ; Maigret, 2003), deux ouvrages plus spécialisés, l'un sur les publics (Esquenazi, 2003), l'autre sur les téléspectateurs (Le Grignou, 2003), l'introduction d'un ouvrage collectif sur l'objet (Proulx, 1998), et celle d'un chapitre d'un *Reader* (Pasquier, 1997a). La sélection de ce corpus s'est effectuée sur la base des ouvrages disponibles en lien avec et sur l'objet, après la parution des « Mystères... », soit entre 1994 et 2004. En outre, nous avons tenté de diversifier les auteurs et les courants auxquels ils se rattachent.

Les connaissances disponibles sur les téléspectateurs en France – et sur tout autre objet – se composent d'une part, des publications et communications produites sur le sujet, et, d'autre part, des modèles construits et diffusés – nous parlons de « modélisation » – via les manuels. En effet, dans la littérature scientifique, il existe un genre d'ouvrage dont les objectifs peuvent être de proposer un état des savoirs, des ressources théoriques et méthodologiques, présenter des modèles et rassembler les textes labellisés comme fondamentaux. Les manuels ont souvent un caractère pédagogique et ils s'adressent à un public d'étudiants, de peu ou non-initiés à l'objet traité, mais aussi plus largement à l'ensemble de la communauté scientifique. Les énoncés sont plus ou moins vulgarisés, à l'aide de schémas, de présentations synthétiques (tirets, court résumé du paragraphe dans la marge), de glossaires, etc. Dans le champ des sciences humaines et sociales, certaines collections d'éditeurs sont des lieux privilégiés pour la publication de ce type d'écrits : nous pensons à la série des *Que sais-je* éditée aux Presses universitaires de France, la collection *I28* (Nathan), *Repères* (La Découverte), *U* (Armand Colin) ; plus généralement, la plupart des maisons d'édition ont mis en place des « collections » ou « séries » destinées à accueillir des écrits dits « de référence » (e.g. la collection « Infocom » des éditions Ellipses) – elles sont souvent repérables par une identité visuelle spécifique (format de l'ouvrage, typographie et mise en page de la couverture, couleurs, etc.). Les titres des ouvrages sont le plus souvent courts et peuvent correspondre à des sous-disciplines – e. g. *Sociologie des médias* (Rieffel, 2001, réédité

²³³ À l'instar de B. Latour (1989 : 60), le terme « génération » est employé dans une perspective littéraire et non démographique : « J'appellerai "génération" le laps de temps nécessaire pour qu'une autre série d'articles soient publiés qui se réfèrent aux premiers, c'est-à-dire entre deux et cinq ans dans les disciplines "dures" ».

en 2005)²³⁴, *Sociologie de la communication et des médias* (Maigret, 2003a) – ou à des thèmes plus ou moins précis d'un domaine de recherches – *La communication télévisuelle* (Lochard, Soulages, 1998) –. Certains affichent des perspectives historiques – *Histoire des théories de la communication* (Mattelart, 1995) – ou pédagogiques – *Penser les médias* (Mattelart, 1986), *La communication modélisée. Une introduction aux concepts, aux modèles et aux théories* (Willett, 1992). Les indications livrées par les éditeurs dévoilent l'ambition des publications – « Chaque ouvrage est conçu pour apporter des connaissances organisées permettant de comprendre et anticiper [...] (Rieffel, 2001, Quatrième de couverture) – qui se voient accorder le statut de « livres de référence » (*ibid.*), d'« outil de référence et de travail » (Maigret, 2003a, Quatrième de couverture). Les auteurs dont les textes y figurent sont présentés comme « des spécialistes reconnus » (Cabin, 1998, Quatrième de couverture).

De fait, les manuels peuvent être considérés comme des outils (d'introduction à un domaine, de réflexion, de connaissance) et des accès aux savoirs « essentiels ». Dans la mesure où ils constituent souvent les premières incursions d'un étudiant ou non-initié dans un domaine précis, ils jouent un rôle important dans la circulation des savoirs scientifiques : la sélection proposée par les auteurs (de textes, de théories et méthodologies présentées) fournit un ou des modèle(s) au lecteur. Bien que les auteurs aient des visées plus ou moins exhaustives et objectives lorsqu'ils projettent de rendre compte d'un état des savoirs, leurs discours sont orientés par leurs propres apprentissages, acquis et préférences. De même, ceux-ci sont aussi déterminés en fonction des savoirs auxquels ils ont eu accès de manière plus ou moins privilégiée, parce qu'ils ont côtoyé tel chercheur, mobilisé telle référence dans leurs propres travaux, etc. Toute présentation et restitution d'une étude, d'une approche constitue une traduction : la schématisation d'un concept, l'usage de la référence citée, le résumé d'une étude, etc. Parfois, il s'agit de rassembler des textes extraits de leur contexte original de production et réunis sous une étiquette disciplinaire (*e. g. Sciences de l'information et de la communication. Textes essentiels*, Bougnoux, 1993) ; ce qui a pour effet de les inscrire dans un domaine précis. Ainsi, la lecture de manuels ne fournit-elle pas les connaissances « telles quelles » mais un construit de références

²³⁴ Les exemples sont empruntés au champ des sciences humaines et sociales et précisément aux domaines de l'information-communication et de la sociologie des médias, pour plus de cohérence avec notre propos ; mais, notre discours sur les manuels n'est pas spécifique à ces domaines.

traduites, mis en circulation. C'est pourquoi, il est intéressant d'étudier la nature des savoirs diffusés *via* ces lieux de modélisation et de labellisation afin de connaître et comprendre comment un texte, un auteur devient une référence, ou non.

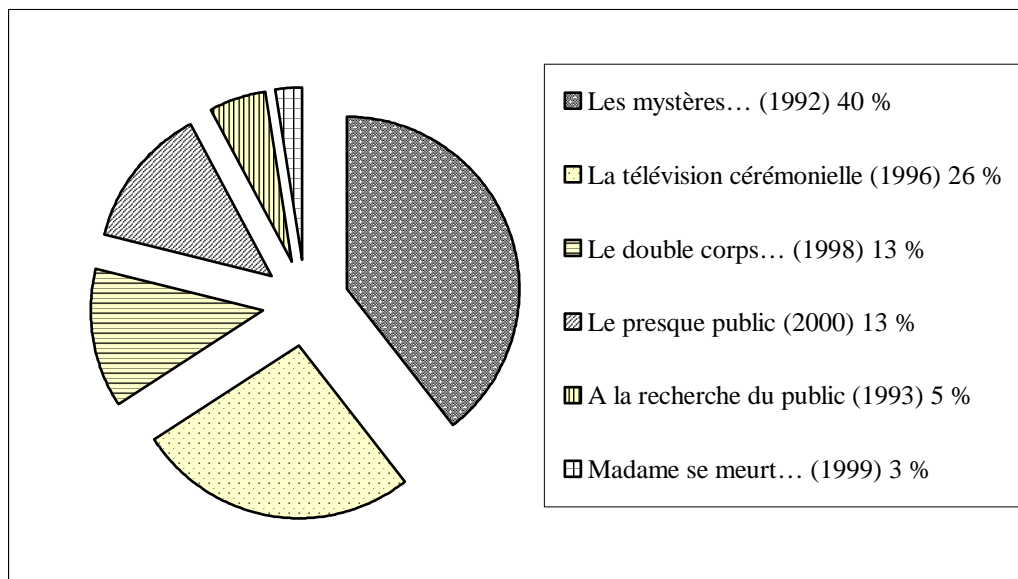
Aussi, nous avons recensé les citations en référence à Daniel Dayan, leur contexte d'apparition dans le texte, ainsi que le document auquel il est fait référence, dans quelques uns de ces manuels. Au total, trente-sept citations en référence ont été relevées (voir annexe 9b), ainsi qu'un premier constat : tous les documents étudiés contiennent au moins une référence à Daniel Dayan, à l'exception de l'ouvrage *Notre écran quotidien* publié en 1995, *i. e.* le plus ancien de notre corpus. Ce qui nous amène à penser que la reconnaissance d'un texte (*via* un procédé de citation en référence) n'est pas immédiate : elle dépend d'un temps de circulation du document au sein du champ scientifique – selon les réseaux qu'elle emprunte, cette diffusion peut être plus ou moins longue – ; elle peut être liée à un des facteurs autres que la publication de l'article – en l'occurrence, rappelons que l'ouvrage *Media Events* co-écrit avec Elihu Katz (1992) est traduit et publié en France en 1996, et à partir de ce moment-là nous recensons des citations (de l'ouvrage et de l'article de 1992). Mais, elle est aussi une forme de capital pour l'auteur puisque, par la suite, la reconnaissance d'autres textes est de plus en plus immédiate : dans notre corpus, « Les mystères... » (1992) est cité pour la première fois 5 ans après sa publication, pour « Le double corps... » (1998) et « Le presque public » (2000), le délai passe à 4 ans puis à 1 an (voir annexe 9b). Certes, nos propos doivent être nuancés en raison de la nature du corpus analysé²³⁵ ; de plus, la réception d'un texte et sa durée de mise en circulation sont aussi liées à la nature du support sur lequel ils sont diffusés (*e. g.* la notoriété et le réseau de distribution d'une revue)²³⁶. Enfin, le cas de ces articles ne peut être généralisé pour l'ensemble des publications scientifiques (il faudrait appliquer ce mode opératoire à d'autres textes).

²³⁵ Dans un corpus de textes sur les téléspectateurs (articles et contributions à des ouvrages collectifs, voir *infra*), l'article de 1992 est recensé pour la première fois dans un document publié en 1997 (5 ans), celui de 1998 est cité à partir de 2000 (2 ans) et celui de 2000 est mentionné 3 ans après sa parution.

²³⁶ Par ailleurs, l'année de publication « officielle » d'un ouvrage n'indique pas précisément sa date de « fabrication » ni celle de sa première lecture. Par exemple, selon les maisons d'édition, les procédés de relecture, les contraintes éditoriales, etc., il peut y avoir un laps de temps plus ou moins long entre l'acte d'écriture et la mise sur le marché du premier exemplaire ; de même pour les revues : l'article « Les mystères de la réception » est publié dans la livraison 71 du *Débat* daté de 1992, alors qu'il a été rédigé, nous dit D. Dayan, après la préparation du dossier « À la recherche du public » pour *Hermès*, dont la livraison est datée de 1993 – notons que, dans les textes qui s'y réfèrent, cet élément est souvent daté de 1992 ; après vérification sur notre exemplaire, il y est bien indiqué « 1993 ».

Le texte de 1992 arrive en tête des éléments cités (15 citations, voir la figure 37)²³⁷ – notons que les publications françaises de l’auteur antérieures à celle-ci ne sont jamais citées (Dayan, 1983, 1984, 1989) ; nous revenons sur cette analyse *infra*. Surtout, il n’est jamais remis en cause, en témoignent les propos des auteurs, qui usent de différents procédés rhétoriques : ils donnent la parole à l’auteur (« pour reprendre les termes de Daniel Dayan », « Dayan propose de... », « ce que Daniel Dayan nomme... »)²³⁸, ils conseillent la consultation du texte à leurs lecteurs (« voir Dayan », « on consultera Daniel Dayan ») ou encore ils fondent leur argumentaire sur le discours de l’anthropologue (« nous appuyant sur les travaux de Daniel Dayan », « comme le souligne Dayan »).

Figure 37. Répartition des textes de Daniel Dayan cités en référence dans une sélection d’ouvrages et de manuels (1994-2004).



6.3.3. Production d’une boîte noire

En ce sens, « Les mystères de la réception » pourrait être devenu ce que Bruno Latour (1989 : 63) nomme une « boîte noire » : « Il arrive localement qu’un petit nombre

²³⁷ Ceci est aussi lié aux dates de publication des éléments examinés. Mais, le texte de 1992 est cité régulièrement depuis sa publication : dans les discours, il n’est pas remplacé par une publication plus récente (celles-ci s’ajoutent plutôt).

²³⁸ Les auteurs donnent la parole à D. Dayan également quand ils citent des morceaux du texte original.

d'articles servent constamment de références à des articles ultérieurs qui contiennent tous les mêmes modalités positives aux mêmes articles, non seulement au cours d'une génération d'articles, mais pendant plusieurs générations. Cet événement – extrêmement rare – se produit chaque fois qu'une affirmation présente dans un article est reprise sans commentaires dans de nombreux autres. [...] La discussion est terminée, tout au moins sur ce point. Une boîte noire a été produite ». Ici, c'est un énoncé dans son ensemble qui est repris (et non une seule affirmation), et la discussion semble terminée avant d'avoir commencé pourrait-on dire : à notre connaissance, il n'existe pas de tel énoncé théorique sur les recherches sur les téléspectateurs au sein de la littérature française publié avant 1992. Cet élément a sans doute d'autant plus contribué à alimenter la notoriété du texte, au sens où Daniel Dayan a comblé un vide dans la recherche française sur l'objet : des enquêtes commençaient à être menées, mais point de conceptualisation. En effet, la qualité de la réception du texte doit aussi être reliée à son contenu : les propositions de l'auteur sont apparues comme « vraies » à ses lecteurs – puisqu'il a fait l'unanimité²³⁹.

Ainsi la conjugaison de ces facteurs – une diffusion à l'intérieur d'un réseau, la reconnaissance attribuée par les pairs, l'arrivée au sein d'un environnement intellectuel favorable à ce type de discours, la concomitance éditoriale avec la publication du dossier « À la recherche du public » (*de facto* les activités de passeur de l'auteur)²⁴⁰ – permet-elle d'éclairer le processus à partir duquel l'article est devenu un texte de référence. Dans un laps de temps assez court, Daniel Dayan a cumulé plusieurs compétences reconnues au sein du champ académique, ce qui lui a valu la position de représentant des études de réception télévisuelle en France : théoricien, familier des enquêtes contemporaines menées en dehors de l'hexagone, organisateur d'une manifestation scientifique d'envergure internationale, passeur, collaborateur d'Elihu Katz. Sur ce dernier point, l'ouvrage co-écrit avec le chercheur américain est lui aussi très cité dans les ouvrages étudiés (voir la figure 37). Ceci dit, l'image de Daniel Dayan au sein du champ académique n'est pas celle d'un enquêteur en réception, mais bien

²³⁹ En effet, nous n'expliquons pas que le texte a été reconnu uniquement parce qu'il a beaucoup circulé ; il l'a été aussi sans doute en raison d'un contenu jugé comme intéressant, pertinent, scientifiquement fondé, argumenté, etc. *i. e.* « vrai ».

²⁴⁰ Une concomitance également avec la publication américaine de *Media events*, l'ouvrage co-écrit avec Elihu Katz (1992) et présentant les résultats d'une quinzaine d'années d'étude de la réception des cérémonies télévisées.

celle d'un théoricien. On peut considérer que la circulation de la traduction de *Media events* a contribué à légitimer la position de Daniel Dayan : ce dernier est reconnu par Elihu Katz (puisqu'ils ont travaillé ensemble et co-signé un ouvrage), lui-même reconnu comme chercheur important des études sur les communications de masse ; donc il peut être reconnu en France aussi. Par ailleurs, la figure de Daniel Dayan est construite autour d'un petit nombre de textes devenus des références (voir la figure 37) : précisément, il s'agit des « Mystères de la réception » (1992), « Le double corps du spectateur » (1998) (publié à deux reprises la même année) et « Télévision : le presque public » (2000). Or, nous comptabilisons au moins 15 publications (ou co-publications) françaises de l'auteur entre 1983 et 2003 (voir sa bibliographie en annexe 9a). Ceci indique combien la visibilité d'un auteur au sein d'un champ n'est pas forcément liée à la quantité de textes que celui-ci publie, mais bien à la nature de la réception de ses écrits.

6.4. Une reconnaissance réticulaire

Qu'en est-il de la circulation des textes de Daniel Dayan dans les articles et contributions sur les téléspectateurs ? Ici, il ne s'agit plus d'évoquer les ouvrages dits structurants (manuels, etc.), mais d'autres produits scripturaires du champ scientifique dont l'objet consiste à rendre compte, discuter, théoriser... Un recensement de 114 textes publiés entre 1994 et 2004²⁴¹ indique qu'au moins une citation en référence à l'auteur figure dans « seulement » 22 d'entre eux (19 %) (voir les annexes 9c et 9d). L'analyse de ces 31 citations révèle la diffusion de l'article « Les mystères de la réception » dans les textes, à l'instar de la littérature grise étudiée *supra*. Celui-ci est l'élément auquel les chercheurs se réfèrent le plus lorsqu'ils évoquent Daniel Dayan (voir le tableau 16). De même, l'ensemble des références s'articule autour d'un petit nombre de textes : outre « Les Mystères... », sont référencés « Le double corps du spectateur », « Télévision. Le presque public » ainsi que l'ouvrage co-écrit avec Elihu

²⁴¹ Les éléments sont extraits du corpus de base de cette étude. Nous avons sélectionné les textes publiés depuis 1994 (2 ans après la parution des « Mystères... ») dont nous disposions (afin de pouvoir y relever les citations en référence). Ainsi les résultats ne peuvent-ils pas être considérés comme représentatifs de l'ensemble de la circulation des textes de D. Dayan au sein du champ scientifique : nous ambitionnons d'apporter un éclairage sur la question, à partir d'un certain corpus.

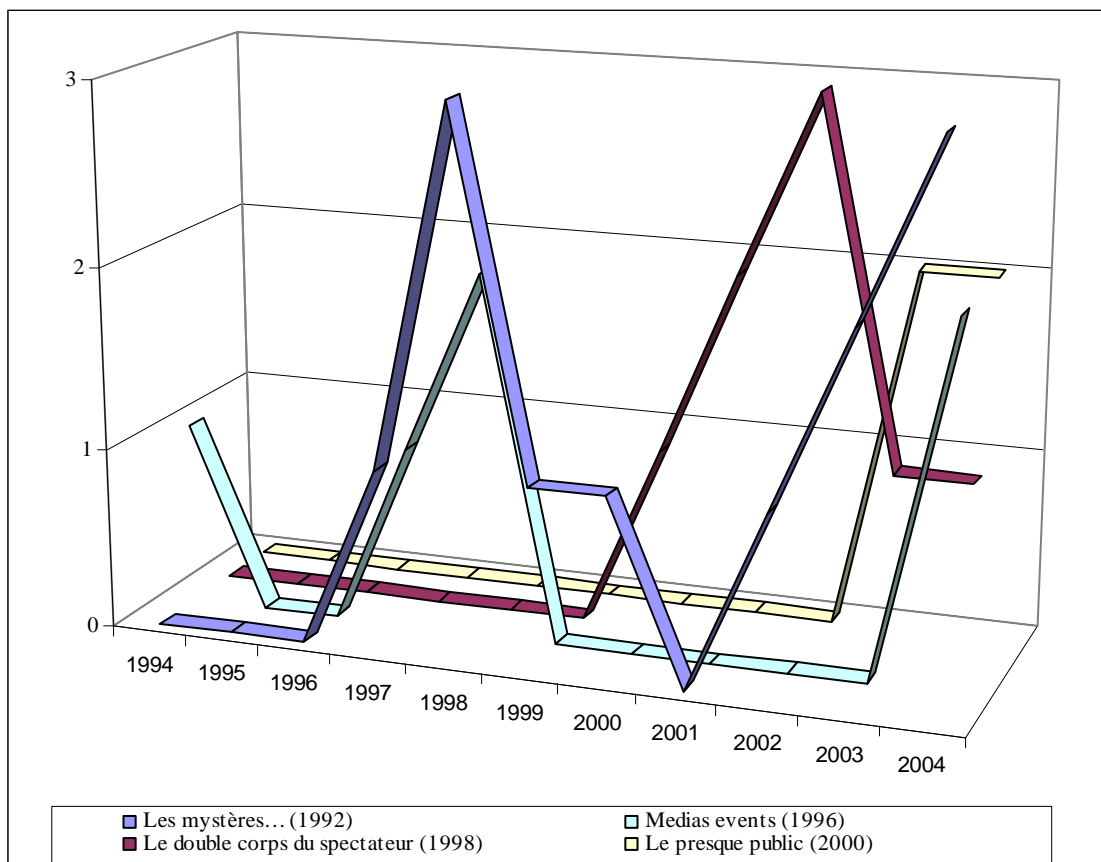
Katz, *La télévision cérémonielle*²⁴². Chacun de ces énoncés a acquis le statut de fait scientifique *via* les citations dont il a été l'objet, par la génération d'articles qui l'a suivi (Latour, 1989 : 60). En effet, et on peut le voir à l'aide de la figure 38, à chaque publication correspond un « pic » de citations, de 2 à 4 années après sa parution. On note que le premier de ces textes (chronologiquement parlant) – « Les Mystères... » – est celui qui a eu la réception la plus tardive (5 ans après sa date d'édition, contre 2 ou 3 ans pour les autres articles). On peut y voir un élément de la constitution croissante de la position de spécialiste de l'auteur – plus ce dernier est connu et reconnu, plus la réception de ses textes est rapide.

Tableau 16. Quantités de citations des textes de Daniel Dayan (1994-2004).

	Les Mystères... (1992)	À la recherche du public (1993)	La télévision cérémonielle (1996)	Le double corps... (1998)	Le presque public (2000)
1994	0	0	1	0	0
1995	0	0	0	0	0
1996	0	0	0	0	0
1997	1	0	1	0	0
1998	3	0	2	0	0
1999	1	1	0	0	0
2000	1	0	0	1	0
2001	0	0	0	2	0
2002	1	0	0	3	0
2003	2	0	0	1	2
2004	3	0	2	1	2
Total	12	1	6	8	4

²⁴² S'agissant de la direction d'un dossier et non d'un énoncé en tant que tel, le dossier « À la recherche du public » est peu cité par les chercheurs.

Figure 38. Évolution des citations des textes de Daniel Dayan (1994-2004).



6.4.1. Une autorité académique et francophone

D'emblée, notons qu'aucune reconnaissance de cette forme ne lui est attribuée par les praticiens qui ne le citent jamais²⁴³. Ainsi les textes de Daniel Dayan ne semblent-ils pas circuler au-delà des frontières académiques. Ceci renforce la position de « théoricien » qui lui est conférée par ses pairs chercheurs universitaires – les praticiens n'ont pas pour habitude de tenir des discours conceptuels, de fait, ils se réfèrent rarement aux écrits théoriques émanant du champ académique. Au niveau des chercheurs étrangers, ceux-ci citent essentiellement l'ouvrage co-écrit avec Elihu Katz (1992) – ceci peut être un effet

²⁴³ Nous verrons que D. Cardon (2003), chercheur à France Télécom R&D, cite D. Dayan dans le cadre d'une enquête ethnographique sur les coulisses d'un programme télévisé, mais il est aussi chercheur associé au Centre d'étude des mouvements sociaux (Cems).

de la faible exportation de la littérature française²⁴⁴ ; la faible quantité de textes étrangers dans notre corpus ne nous permet pas d'évaluer la reconnaissance ou la non-reconnaissance de l'anthropologue en dehors de l'Hexagone²⁴⁵. En ce sens, ceux-ci se réfèrent aux compétences d'enquêteur de Daniel Dayan (et non à sa position de théoricien à l'instar des acteurs francophones)²⁴⁶. Le cas de Serge Proulx doit être envisagé « à part » : chercheur canadien anglophone et francophone, celui-ci enseigne à Montréal et son parcours scientifique se situe entre l'Amérique et la France (en 1973, il soutient une thèse d'État en sociologie à l'École pratique des hautes études ; il participe depuis plusieurs années aux activités du Laboratoire Communication et Politique). Aussi il est en contact avec la littérature francophone et anglo-saxonne sur le sujet, ainsi qu'avec les chercheurs des deux continents ; c'est pourquoi il n'est pas surprenant qu'il cite l'article « Les Mystères de la réception ». Et ceci ne signifie pas forcément que ce dernier ait dépassé les frontières de l'Hexagone.

6.4.2. Circulation des savoirs en réseau et ramifications

Tableau 17. Auteurs de citations en référence des textes de Daniel Dayan.

Auteur cite D. Dayan	Textes cités
T. Liebes (1994)	1996
D. Pasquier (1997)	1992
P. Scannel (1997)	1996
S. Calbo (1998)	1992
S. Chalvon-Demersay (1998)	1996
C. Méadel, S. Proulx (1998)	1992
D. Pasquier (1998)	1996
S. Proulx, D. Maillet (1998)	1992
S. Chalvon-Demersay (1999)	1993
S. Proulx (1999)	1992
É. Macé (2000)	1992, 1998
B. Le Grignou (2001)	1998
É. Macé (2001)	1992, 1998
P. Beylot (2002)	1992, 1998
J.-P. Esquenazi (2002)	1998

²⁴⁴ Un facteur peut être les coûts élevés de traduction des ouvrages. Notons que des chercheurs anglo-saxons et allemands figurent dans notre corpus (voir annexes 1i et 1j).

²⁴⁵ L'examen bibliométrique de la littérature étrangère sur l'objet pourrait renseigner ce point.

²⁴⁶ Toutefois, la chercheur anglaise S. Livingstone (2004) cite récemment l'article « The peculiar public of television » (Dayan, 2001), qui reprend les propositions théoriques énoncés dans les textes français « Le double corps du spectateur » et « Le presque public ».

D. Cardon, J.-P. Heurtin (2003)	1998, 2000
É. Maigret (2003)	1992
D. Mehl (2003)	1992
D. Pasquier (2003)	2000
J. Bourdon (2004)	1992, 1996
S. Livingstone (2004)	2001
G. Lochard, J.-Cl. Soulages (2004)	2000
G. Soulez (2004)	1992, 1996, 1998, 2000

- *Premiers citateurs*

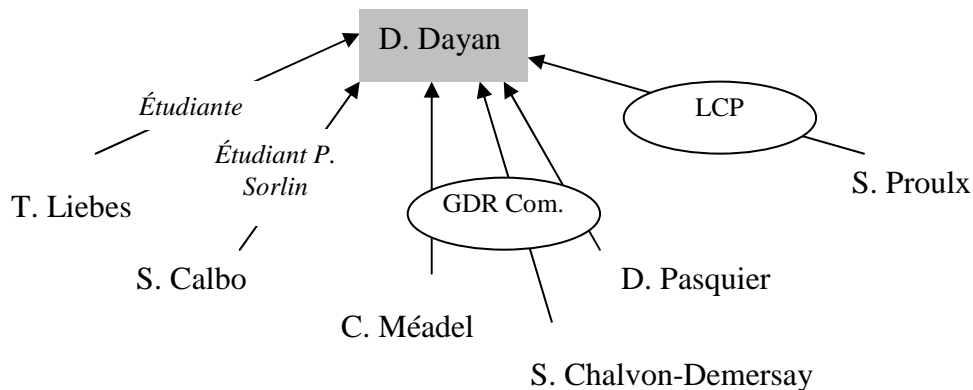
L'examen détaillé des auteurs (18 recensés, voir le tableau 17) qui se réfèrent à Daniel Dayan révèle plusieurs caractéristiques qui permettent d'éclairer la question de la circulation des textes. Nous identifions deux générations de textes : 1994-1999 et 2000-2004. Pour la première (voir le tableau 18 et la figure 39), la circulation des écrits se fait essentiellement au sein du réseau identifié *supra* ; elle passe aussi par des contacts interpersonnels. En effet, plusieurs citateurs ont fait parti du réseau construit autour du GDR Communication : Dominique Pasquier, Sabine Chalvon-Demersay, Cécile Méadel, Serge Proulx (à l'exception de la troisième, tous étaient aussi au LCP). Ces chercheurs ont côtoyé directement l'auteur et témoignent de son influence, *e.g.* Dominique Pasquier (entretien, 19 mars 2004) : « L'intermédiaire clef a été Daniel Dayan pour moi, mais pour d'autres gens aussi ». Parmi ce premier groupe, on trouve aussi une étudiante de Daniel Dayan en Israël, Tamar Liebes – qui est, d'après notre corpus, la première à citer le chercheur en France – et Paddy Scannel²⁴⁷. Un autre chercheur fait référence aux « Mystères », il s'agit de Stéphane Calbo : en 1996, celui-ci soutient une thèse en études cinématographiques sur la réception domestique de programmes télévisés sériels, menée sous la direction de Pierre Sorlin. Or, rappelons que ce dernier était membre du jury de thèse de Daniel Dayan. De plus, il a introduit l'ouvrage co-écrit avec Elihu Katz (1992) sur les cérémonies télévisées *via* la rédaction d'une note de lecture dans *Réseaux* (Sorlin, 1993). Ainsi le lien intellectuel peut-il être établi entre les travaux de l'ethnologue et le jeune docteur.

²⁴⁷ P. Scannel est aujourd'hui enseignant en communication à l'université de Westminster (Grande-Bretagne). Nous n'avons pas établi de connexion directe entre lui et D. Dayan. Ce chercheur anglophone cite l'ouvrage écrit en collaboration avec E. Katz.

Tableau 18. Propriétés des chercheurs citant Daniel Dayan entre 1994 et 1999 (par ordre d'apparition chronologique)²⁴⁸.

Auteurs	Propriétés	
T. Liebes	Univ. de Jérusalem	Étudiante D. Dayan
D. Pasquier	GDR Com.	LCP
S. Calbo	Doctorant sous la direction de Pierre Sorlin	Univ. Paris 3
S. Chalvon-Demersay	GDR Com.	LCP
C. Méadel	GDR Com.	
S. Proulx	EPHE	LCP

Figure 39. Qui cite en référence Daniel Dayan entre 1994 et 1999 ?



- *Ramifications du réseau*

Entre 2000 et 2004, le rattachement institutionnel des auteurs qui citent Daniel Dayan se diversifie (voir le tableau 19). Mais, on retrouve des auteurs à la fois de la première génération (Dominique Pasquier) et de l'ancien réseau GDR Communication²⁴⁹ (Jérôme Bourdon, Brigitte Le Grignou, Sonia Livingstone, Dominique Mehl). Ces derniers assurent donc une continuité dans le fonctionnement des interrelations. Ceci dit, une deuxième génération d'auteurs lit Daniel Dayan, elle est de trois ordres : premièrement, il s'agit de chercheurs qui s'inscrivent dans la continuité du réseau initialement formé (Dominique Cardon, de France Telecom R&D) ; il s'agit alors de s'interroger les conditions de pérennité d'un réseau fondé, en partie, sur un foyer dont les activités cessent (voir le chapitre 8). Deuxièmement, des étudiants de l'EHESS – donc plus ou

²⁴⁸ Par « propriétés » nous entendons leurs instituts de rattachement ainsi que leurs liens avec D. Dayan.

²⁴⁹ Les activités du GDR Communication se sont arrêtées en 1998.

moins rattaché au réseau – du début des années 90 citent à leur tour Daniel Dayan : Éric Macé et Éric Maigret ont respectivement soutenu leur thèse en sociologie en 1994 et 1996. Leurs travaux portaient sur la réception médiatique²⁵⁰. Troisièmement, une série de citateurs (Pierre Beylot, Jean-Pierre Esquenazi, Guy Lochard, Guillaume Soulez) symbolise l'apparition d'un nouveau micro-réseau, qui pourrait être greffé aux connexions initiales. En effet, l'examen des propriétés de ces chercheurs au début des années 2000 indique, d'une part, les liens pouvant être établies entre eux (deux enseignent à l'université Paul Verlaine-Metz, trois participent à l'animation de l'Association française des enseignants et chercheurs en cinéma et audiovisuel (Afeccav)²⁵¹), d'autre part, ceux qui les rattachent aux auteurs qui s'inscrivent dans la lignée du réseau original (deux sont membres du LCP, un participe au comité de rédaction d'*Hermès*).

En résumé, la circulation des textes de Daniel Dayan s'est effectuée à un niveau horizontal de contacts interpersonnels directs, et à un vertical, fait de transmission intellectuelle à la génération suivante de chercheurs et de diffusion vers d'autres foyers. Notons que nous n'avons pas identifié de chercheurs français ayant préparé un doctorat sous la direction de Daniel Dayan ; aussi nous n'avons pas pu évaluer une éventuelle filiation dans ce cadre. De plus, il renseigne sur l'évolution du réseau au sein duquel les recherches sur les téléspectateurs circulent entre 1992 et 2004 : celui se pérennise autour d'acteurs principaux et s'ouvre à au moins un autre foyer d'activités. Entre autres, un lien peut être le LCP : une première génération de chercheurs cite Daniel Dayan, elle est suivie par la deuxième génération de ses membres (voir la figure 41). L'ensemble sera étudié plus en détails dans les chapitres 7 et 8.

²⁵⁰ É. Macé a travaillé sur « les individus et la télévision de masse » sous la direction d'A. Touraine ; É. Maigret a étudié les lecteurs de bandes dessinées américaines de super-héros, sous la direction de D. Hervieu-Léger.

²⁵¹ L'Afeccav est une association française créée en 1996 qui regroupe des enseignants, chercheurs, doctorants et chargés de cours intéressés par l'étude du cinéma et de l'audiovisuel. Elle organise des congrès bisannuels ainsi que des journées doctorales (voir le site internet <http://imagine.u-bordeaux3.fr/afeccav/index.html>). En contrepoint de la présence de l'Afeccav dans cette analyse, signalons l'absence de chercheurs rattachés à la Société française des sciences de l'information et de la communication (Sfsic), l'autre grande association de chercheurs des sciences de la communication.

Tableau 19. Propriétés des chercheurs citant Daniel Dayan entre 2000 et 2004 (par ordre d'apparition chronologique).

Auteurs	Propriétés		
É. Macé	Univ. Paris 3		Ancien doctorant EHESS
B. Le Grignou	Univ. Paris Dauphine		Membre comité rédaction <i>Quaderni</i>
P. Beylot	Univ. Bordeaux		Afeccav
J.-P. Esquenazi	Univ. Metz puis Lyon 3	Crem puis Ersicom	Afeccav
D. Cardon	France Telecom R&D	CEMS (associé)	
É. Maigret	Univ. Paris 3	LCP	Ancien doctorant EHESS
D. Mehl	EHESS/CNRS	CEMS	Ancien GDR Com.
D. Pasquier	EHESS/CNRS	CEMS	Ancien GDR Com.
J. Bourdon			Ancien GDR Com., ancien Ina
S. Livingstone	Contacts interpersonnels D. Dayan et D. Pasquier		
G. Lochard	Univ. Paris 3	LCP (associé)	Membre comité de rédaction <i>Hermès</i>
G. Soulez	Univ. Metz	Crem puis LCP (associé)	Afeccav

Figure 40. Qui cite en référence Daniel Dayan entre 2000 et 2004 ?

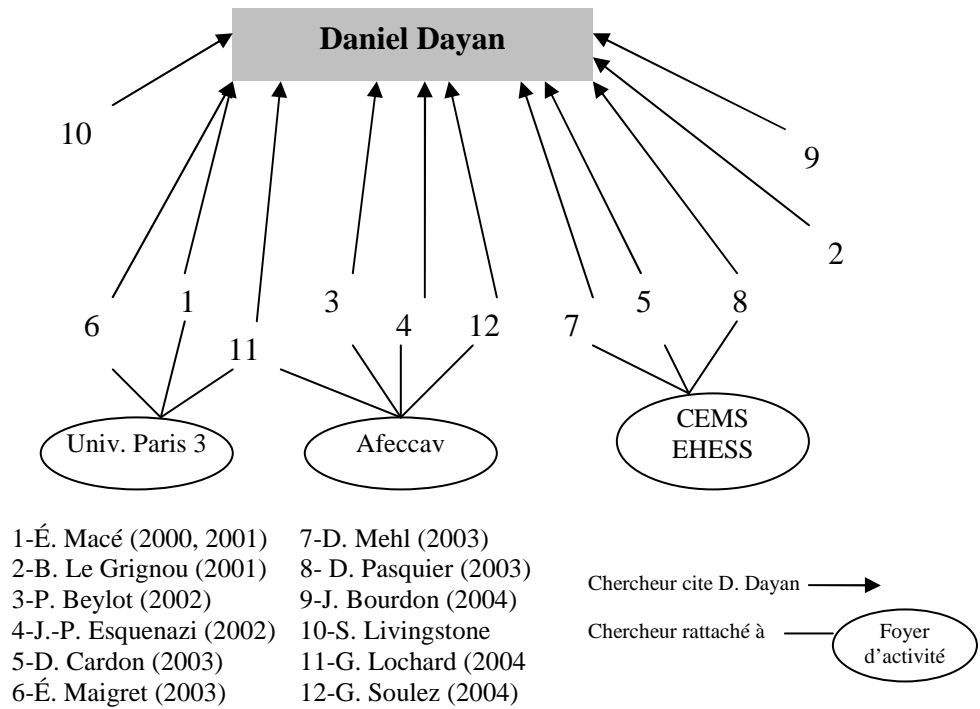
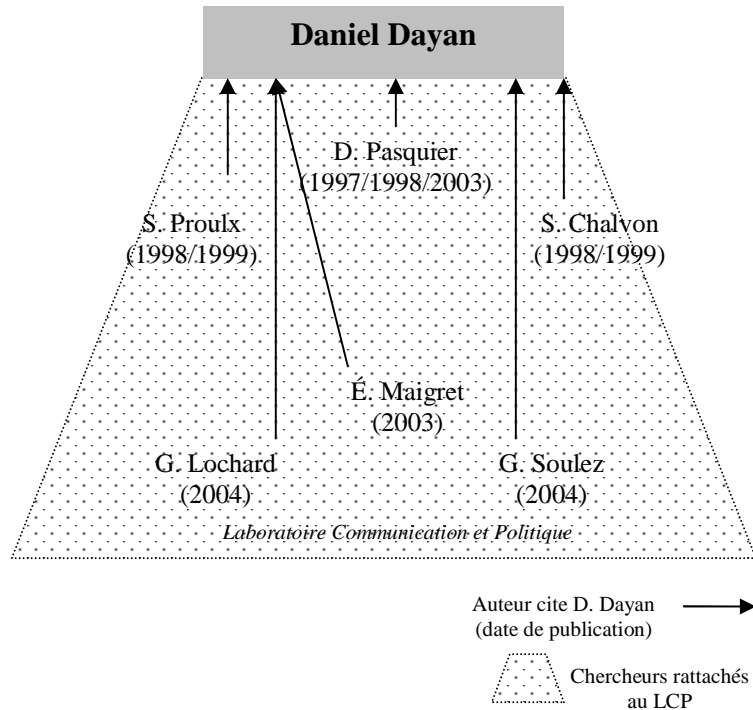


Figure 41. Citations en référence des textes de Daniel Dayan. Deux générations d'auteurs rattachés au LCP.



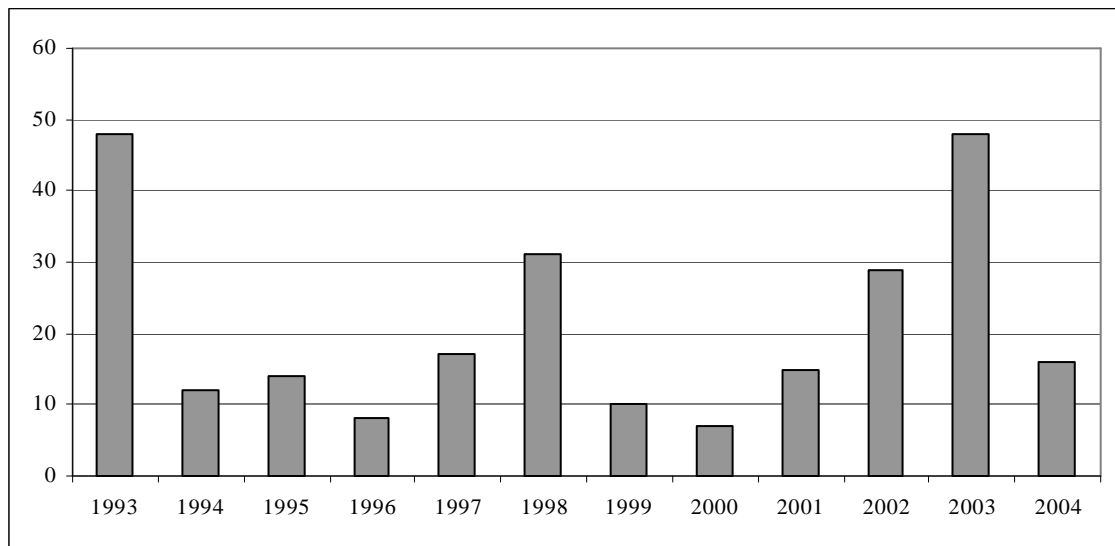
Chapitre 7. Développement réticulaire des recherches. L'ethnographie de la réception française

Durant la décennie des années 90, les recherches sur les téléspectateurs évoluent dans un espace circonscrit : elles sont traitées et représentées par un noyau d'acteurs, membres d'un réseau scientifique constitué à partir du GDR Communication. Ceux-ci exercent leurs activités au CNRS, à l'EHESS, dans le cadre du Centre d'étude des mouvements sociaux (CEMS), à l'université Paris 3. Les savoirs qu'ils produisent sont essentiellement diffusés par la revue *Réseaux*, elle-même actrice de cette configuration.

Au début de la décennie, quelques discours critiques se font entendre, ils appellent à un renouvellement des problématiques. Daniel Dayan incarne ce mouvement. Dès lors, les chercheurs s'attachent à penser la pratique téléspectatorielle dans sa quotidienneté et sa domesticité, les réactions des individus étant pensées en tant que « tactiques » au sens de Michel de Certeau. Une sociologie de la réception domine le champ académique.

Après le retour de l'objet « téléspectateurs » sur la scène académique entre 1988 et 1992, les recherches dans ce domaine s'installent : pour les douze années entre 1993 et 2004, nous avons recensé 258 éléments bibliographiques, sur un total de 359 (contre 103 entre 1964 et 1992). Ceci signifie que 72 % de notre corpus est situé dans un laps de temps qui ne couvre qu'un quart de la période étudiée (41 ans entre 1964 et 2004). Par ailleurs, à partir de 1993, entre 7 et 48 éléments sont diffusés chaque année (les chiffres varient de 0 à 21 avant cette date). Il s'agit à présent de savoir dans quelles directions les recherches ont évolué. Nous distinguons deux périodes pour ces douze années : dans un premier temps (1993-1999), les travaux se caractérisent par la domination d'une approche ethnographique, représentée par les tenants d'une sociologie de la réception²⁵². Dans un deuxième temps (à partir de 2000), on assiste plus franchement à une ramification des idées et des réseaux, qui se traduit par une nouvelle croissance des publications (voir la figure 42). Ce, d'autant plus que les limites à l'approche ethnographique sont clairement explicitées et admises par les chercheurs après 1999 (voir le chapitre 8).

Figure 42. Évolution des publications sur les téléspectateurs (1993-2004).



La première période se caractérise par deux éléments : le développement d'un discours critique sur les recherches, incarné par Daniel Dayan, et la domination d'une approche

²⁵² Nous reprenons la distinction opérée par D. Cefaï et D. Pasquier (2003b : 41-48) entre une « sociologie de la réception » et une « sociologie des publics » pour caractériser les courants de pensée des années 90 et 2000. Sur ce sujet, voir aussi la partie 8.1.

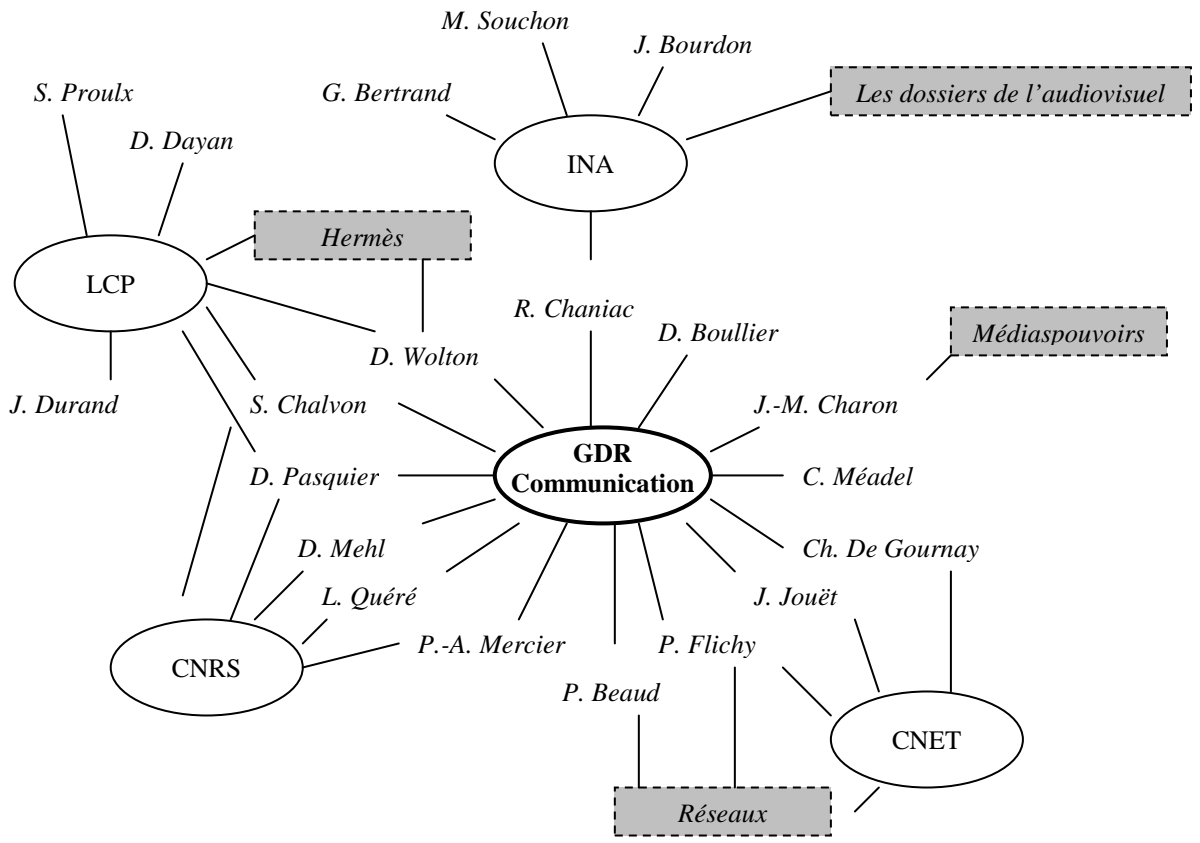
ethnographique de la réception. Ceux-ci sont particulièrement liés à un phénomène de circulation réticulaire des textes. En effet, l'examen des publications sur les téléspectateurs entre 1993 et 1999 nous permet d'apporter un éclairage à la question de la fabrication de la science en réseau. On observe qu'une majorité des savoirs produits durant cette période l'ont été dans le cadre du réseau formé autour du GDR Communication au tournant des années 90 (voir la figure 43). 79 % des articles²⁵³ sont publiés dans un des périodiques reliés à ce foyer, *i.e.* *Hermès*, *Les dossiers de l'audiovisuel*, *Médiaspouvoirs*, *Réseaux*²⁵⁴ (figure 44) (82 articles sur un total de 107). Ensuite, parmi l'ensemble des éléments recensés pour ces huit années, plus de la moitié (61 %) est signée de ses membres (86 sur 142)²⁵⁵.

²⁵³ Ici, nous accordons un intérêt particulier aux articles dans la mesure où ils représentent l'essentiel – 76 % – des éléments du corpus entre 1993 et 1999 (107 sur 142). Pour la période qui suit, la tendance s'inverse : les contributions à des ouvrages collectifs deviennent majoritaires.

²⁵⁴ Si l'on ajoute la revue *Quaderni*, reliée au réseau par l'intermédiaire de B. Le Grignou (voir le chapitre 5, partie 5.3.1), le total se monte à 86 % (92 articles sur 107).

²⁵⁵ En réalité, 70 éléments (soit 50 %) sont signés des auteurs que l'on peut voir dans la figure 43. Mais, il faut y ajouter deux micro-réseaux, *i.e.* des textes dont on sait qu'ils sont publiés par l'intermédiaire d'un acteur précis : les textes étrangers de la livraison 11-12 d'*Hermès* dirigée par D. Dayan en 1993 (voir le chapitre 6) ainsi que les textes canadiens de l'ouvrage collectif coordonné par S. Proulx (1998). Au total, nous comptabilisons donc 54 éléments hors-réseau (39 %).

Figure 43. Un réseau d'acteurs au début des années 90.



LÉGENDE

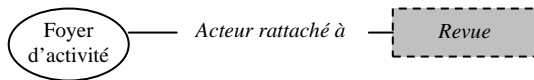
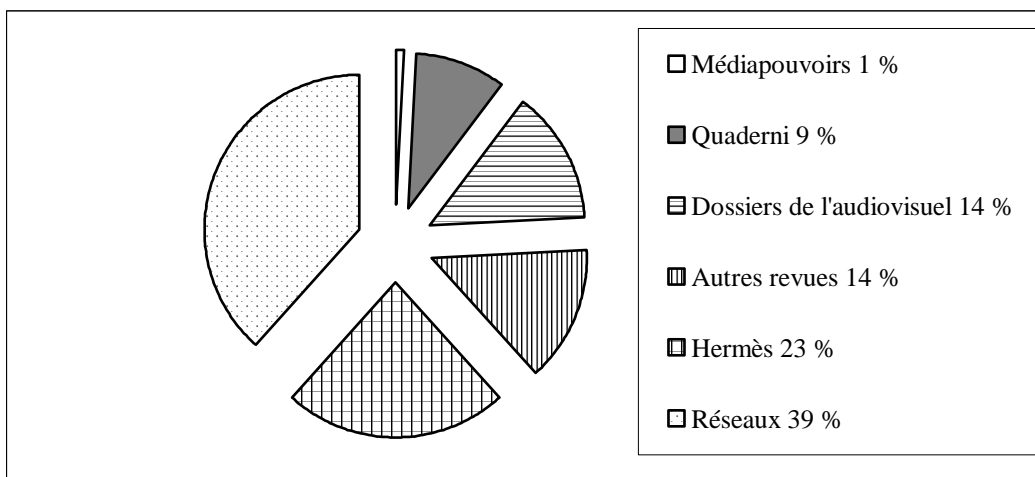


Figure 44. Lieux de publications des articles (1993-1999).



7.1. Distribution réticulaire des savoirs

7.1.1. Auteurs d'articles sur les téléspectateurs et membres d'un réseau

Les années 93-99 se caractérisent par une concentration des recherches sur les téléspectateurs autour d'un noyau, qui est, selon nous, un réseau d'acteurs constitué à partir du GDR Communication à la fin des années 80. Avant d'en venir précisément aux conditions de développement et de légitimation d'une approche ethnographique dans ce domaine, il nous semble indispensable de comprendre celles du fonctionnement du réseau : dans quelle mesure pouvons-nous affirmer que ce réseau fonctionne, c'est-à-dire que ses membres interagissent ? Nous avons observé que la diffusion réticulaire des savoirs est reliée à deux éléments : d'une part, les comités éditoriaux des revues activent les ramifications du réseau ; d'autre part, les chercheurs entretiennent les interrelations, notamment *via* les comptes-rendus de lecture.

- *Les articles publiés dans Réseaux (1993-99)*

Pour illustrer ces idées, nous nous fondons sur l'activité de la revue *Réseaux*²⁵⁶ pour laquelle nous avons recensé 40 textes sur les téléspectateurs entre 1993 et 1999 (voir le tableau 20 et l'annexe 12a)²⁵⁷. Avant tout, précisons que *Réseaux* appartient au genre des revues scientifiques, tel qu'il est suggéré par Robert Boure (1993 : 96) : « Son comité de rédaction et ses auteurs ne sont pas des journalistes mais des chercheurs professionnels et cela n'est pas sans incidence sur les techniques rédactionnelles mises en œuvre (articles longs, fouillés ; appareillage technique important : notes, bibliographies, tableaux, style...). Cette caractéristique, qui vient s'ajouter à d'autres, plus formelles (longue périodicité, par exemple), affranchit la revue du poids de l'actualité et favorise le débat de fond qui, d'ailleurs, peut se poursuivre sur plusieurs numéros ou reprendre brusquement après une longue interruption ». Le lecteur retrouvera les éléments cités relevant de l'appareillage technique dans chaque livraison de la revue ; en ce qui concerne le « débat de fond », il correspond à la présentation que

²⁵⁶ *Réseaux* est la revue qui a publié le plus grand nombre d'articles sur les téléspectateurs entre 1993 et 1999, mais aussi pour l'ensemble de notre corpus.

²⁵⁷ Des éléments de cette partie ont été présentés lors de la journée doctorale SFSIC organisée le 22 nov. 2003 à l'université Paris 12-Val de Marne.

la revue fait d'elle-même : « La revue [...] a alimenté bien des débats dans la communauté scientifique. En organisant des échanges scientifiques et en facilitant la maturation de certains travaux, en accueillant les textes de nombreux jeunes chercheurs [*Réseaux*] joue son rôle dans la constitution d'un milieu de recherche en sciences sociales sur la communication » (Bougnoux, Rasse, 2002 : 62). Pour certains, elle est une revue « phare » (Paris, 2002 : 140), *i.e.* un guide.

Tableau 20. Articles sur les téléspectateurs publiés dans *Réseaux* (1993-1999).

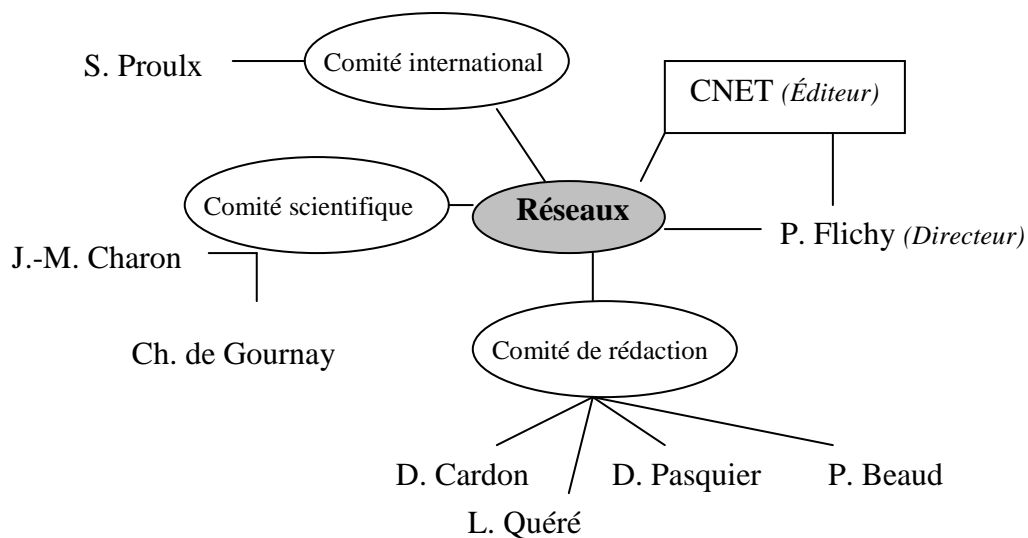
1993	R. Bouillin-Darteville, Modes de perception et stratégie d'appropriation des messages sportifs	<i>Réseaux</i> (57)
	N. Arnal, A. Busson, Les possesseurs de magnétoscope : vers de nouvelles pratiques audiovisuelles	<i>Réseaux</i> (60)
	D. Boullier, Les styles de relation à la télévision	<i>Réseaux HS</i>
	P. Chambat, A. Ehrenberg, Télévision, terminal moral	
	G. Bertrand, C. de Gournay, P.-A. Mercier, Le programme global	
B. Le Grignou, É. Neveu, Émettre la réception. Préméditation et réception de la politique télévisée		
1994	S. Livingstone, P. Lunt, Se faire entendre dans l'espace public. Les femmes, la télévision et le citoyen-téléspectateur	<i>Réseaux</i> (63)
	E. Macé, La programmation de la réception. Une sociologie critique des contenus	
	D. Mehl, La télévision compassionnelle	<i>Réseaux</i> (64)
	T. Liebes, À propos de la participation des téléspectateurs	
	L. Allard, Dire la réception : culture de masse, expérience esthétique et communication	
S. Hall, Codage/Décodage	<i>Réseaux</i> (68)	
1995	P. Leroy, La réception des télévisions étrangères. Le cas de la Belgique francophone	<i>Réseaux</i> (69)
	D. Pasquier, Chère Hélène. Les usages sociaux des séries collège	<i>Réseaux</i> (70)
	S. Proulx, M.-F. Laberge, Vie quotidienne, culture télévisuelle et construction de l'identité familiale	
	G. Derville, Les différents rôles du Bébête show auprès de ses téléspectateurs	<i>Réseaux</i> (74)
1996	Y. Rocheron, Le téléspectateur en Grande-Bretagne et en France : consommateur ou citoyen	<i>Réseaux</i> (75)
	L. D'Haenens, Réalisation, réception et recherche	<i>Réseaux</i> (77)
	B. Mostefaoui, La télévision des autres. La réception de TV5 et France 2 à Casablanca et Tunis	<i>Réseaux</i> (78)
	J. Corner, Sens, genre et contexte : la problématique du "savoir public" dans les nouvelles études de la réception	<i>Réseaux</i> (79)
	L. Quéré, Faut-il abandonner l'étude de la réception ?	
1997	F. Jost, La promesse des genres	<i>Réseaux</i> (81)
	M. Coulomb-Gully, Bébête show et Guignols de l'info : de l'émission à la réception, parcours comiques et portraits de rieurs	<i>Réseaux</i> (84)
	N. Arnal, A. Busson, Les possesseurs de magnétoscope : vers de nouvelles pratiques audiovisuelles	<i>Réseaux</i> (HS)
	G. Bertrand, C. de Gournay, P.-A. Mercier, Le programme global	
	S. Hall, Codage/Décodage	
	B. Le Grignou, E. Neveu, Émettre la réception : préméditations et réceptions de la politique télévisée	

	T. Liebes, À propos de la participation des téléspectateurs	
	D. Pasquier, Les travaux sur la réception. Introduction	
	D. Pasquier, Télévision et apprentissages sociaux : les séries pour adolescents	
	P. Scannel, L'intentionnalité communicationnelle dans les émissions de radio et de télévision	
	Ph. Schlesinger, Le chaînon manquant. Le "professionalisme" et le public	
	K. C. Schroder, Vers une convergence de traditions antagonistes ? Le cas de la recherche sur le public	
	M. Souchon, L'audience de la télévision	
1998	B. Mostefaoui, Algérie : l'espace du débat médiatique. Conditions d'exercice du journalisme et réception des télévisions nationale et étrangères	<i>Réseaux (88-89)</i>
	S. Calbo, Les manifestations de l'affectivité en situation de réception télévisuelle	<i>Réseaux (90)</i>
1999	E. Baton-Hervé, Les enfants téléspectateur. Prégnance des représentations médiatiques et amnésie de la recherche	<i>Réseaux (92-93)</i>
	G. Bertrand, Pratiques télévisuelles dans la famille et processus de décision	
	V. Le Goaziou, Le corps des téléspectateurs	
	S. Chalvon-Demersay, La confusion des conditions. Une enquête sur la série télévisée <i>Urgences</i>	<i>Réseaux (95)</i>

Nous avons vu que la revue tient une place importante dans le réseau, car elle a été fondée dans une dynamique d'étude des processus de communication, à l'instar du GDR Communication (voir le chapitre 5). Par ailleurs, son évolution est très liée, d'une part aux activités du Cnet, son éditeur, et, d'autre part, à celles du GDR : son directeur, Patrice Flichy, dirige aussi le laboratoire de sociologie du Cnet et le GDR. En outre, les personnes qui participent à l'animation scientifique et éditoriale de la revue forment un micro-réseau, qui se rapproche de la configuration établie autour du GDR (voir la figure 45). Que la revue soit un relais privilégié des thématiques développés en ces lieux, *a fortiori* celle des téléspectateurs, n'est donc pas illogique, comme l'atteste Patrice Flichy (entretien, 20 sept. 2006). La quantité de textes sur les téléspectateurs diffusés par *Réseaux* est corrélée aux axes de recherche développés par le GDR ; autrement dit, « c'est un double effet : celui d'une politique éditoriale et celui de la réalité de la recherche, en tout cas de la recherche CNRS ». Pourtant, pour Dominique Pasquier (entretien, 19 mars, 2004), il ne s'agissait pas d'une promotion volontaire : « Est-ce que c'est une décision éditoriale de parler de la réception ? Non. Louis Quéré s'y est intéressé pour des raisons de discussion politique, moi, quand je suis entrée dans le comité restreint, il y a 7-8 ans, j'étais en plein là dedans donc c'est vrai que je favorisais la publication de travaux sur l'objet parce qu'il n'y en avait pas beaucoup en France. Je ne peux pas dire qu'il y ait eu une politique de vulgarisation de la recherche sur la réception. C'est plus lié à des individus, en l'occurrence Louis Quéré, qui s'y est intéressé à cause de son séminaire sur les publics, et moi parce que j'étais en plein dans

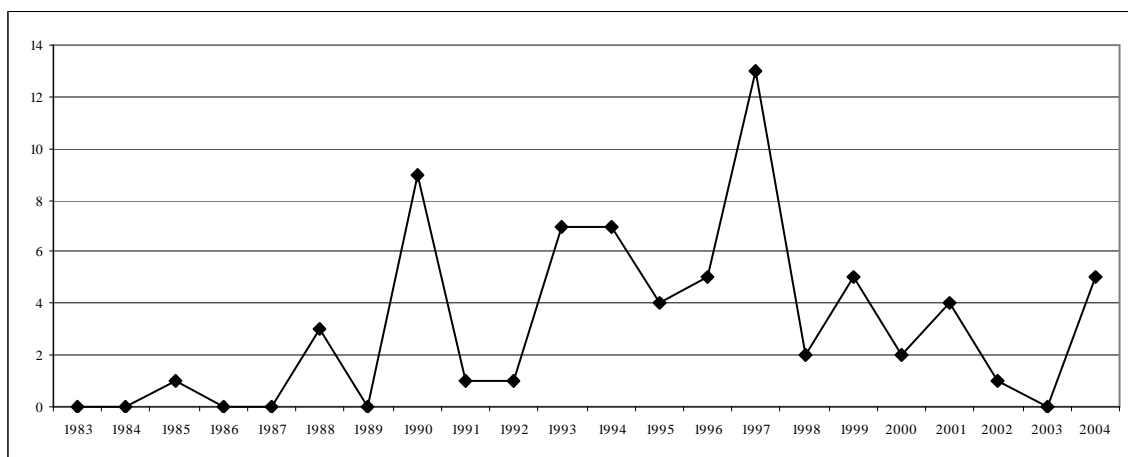
le travail sur la réception des séries pour ados, donc je connaissais les travaux étrangers, je rencontrais les gens qui travaillaient là dessus, je pouvais fournir des éléments de dossier ». Il nous faut également préciser que la période 1993-99 est un terrain intéressant pour l'étude des textes sur les téléspectateurs publiés dans ce périodique par sa régularité²⁵⁸ : au moins un article y est édité chaque année, les écarts entre les maximales et les minimales sont relativement peu importants (voir la figure 46).

Figure 45. Un micro-réseau autour de *Réseaux* (1993-1999).



²⁵⁸ C'est aussi un des facteurs du choix de *Réseaux* parmi les revues ayant publié le plus d'articles sur les téléspectateurs. Les quantités relevées pour les autres revues sont davantage liées à la publication d'un seul dossier : 20 des 25 éléments recensés pour *Hermès* sont des articles de la livraison 11-12 ; pour *Les dossiers de l'audiovisuel*, la totalité des textes publiés entre 1993 et 1999 concerne le dossier publié dans le numéro 51 (Bertrand, 1993).

Figure 46. Évolution des publications sur les téléspectateurs dans *Réseaux* (1983-2004)²⁵⁹.



L'identification des auteurs de ces textes permet d'affirmer que la revue a constitué un espace d'écriture pour les membres du réseau. Ceci ne signifie pas qu'elle ait privilégié ces acteurs plutôt que d'autres. Presque la moitié des articles (18) est signée des membres du GDR (Dominique Boullier, Dominique Mehl, Louis Quéré, Dominique Pasquier), de praticiens de l'Ina (Gisèle Bertrand, Michel Souchon) et de Médiamétrie (Nicole Arnal, Alain Busson, Jacques Durand) et de chercheurs reliés au réseau (Brigitte Le Grignou, Serge Proulx). Quatre articles sont écrits par des chercheurs étrangers reliés à Daniel Dayan (voir le chapitre 6) ; deux auteurs peuvent également être rattachés au réseau : Stéphane Calbo, alors étudiant de Pierre Sorlin (voir *infra*) et Éric Macé, alors doctorant à l'EHESS et collaborateur à *Hermès*²⁶⁰. Ainsi 24 textes sur 40 sont-ils imputables aux membres d'un réseau dans lequel la revue *Réseaux* s'inscrit (voir la figure 47)²⁶¹. En ce qui concerne les autres productions, notons que la revue a accordé une place importante aux discours étrangers : nous recensons des chercheurs anglais ou français établis en Grande-Bretagne (Corner, 1996 ; Hall, 1994, 1997 ; Rocheron, 1996 ; Scannel, 1997), des auteurs belges (Bouillin-Dartevelle, 1993 ; Leroy, 1995), une Hollandaise (Haenens, 1996). Quelques auteurs enseignent à l'université Paris 3 au moment de la publication (Allard, 1994 ; Jost, 1997). Notons également la présence de chercheurs pour lesquels nous n'avons pas établi de connexions avec le réseau, comme Gregory Derville (1995), alors doctorant à l'IEP de Grenoble,

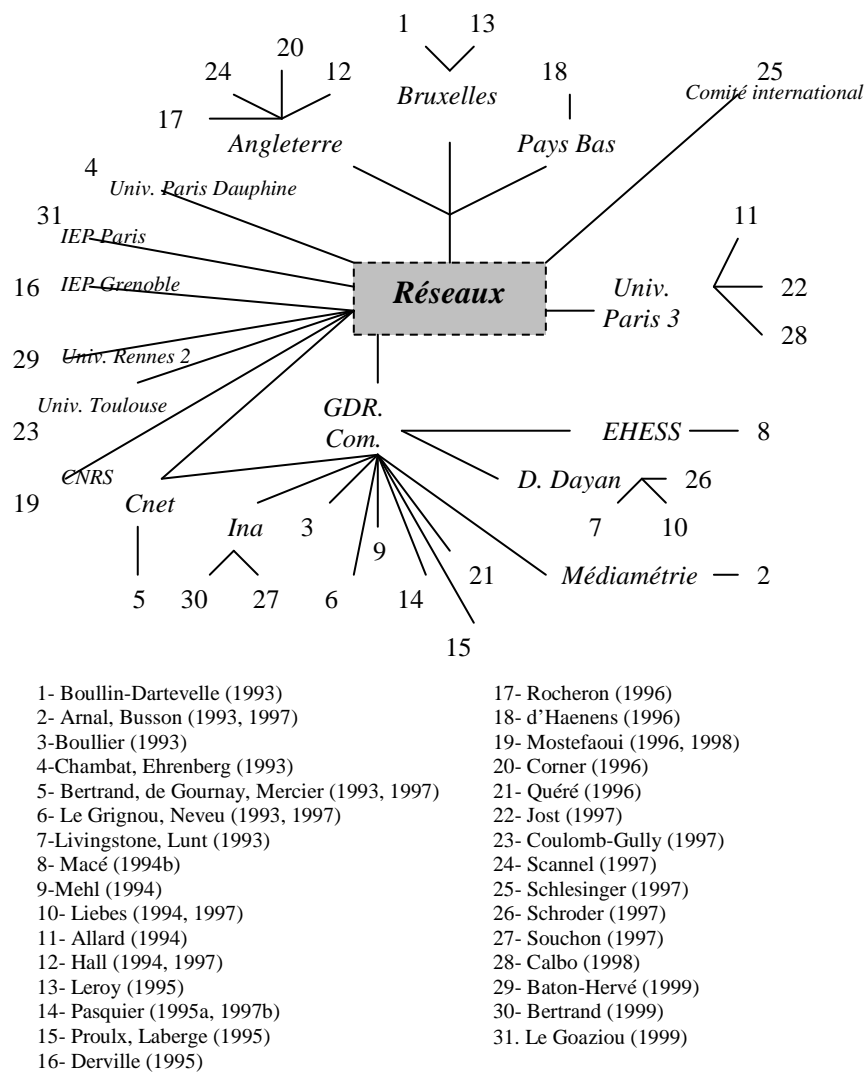
²⁵⁹ 1983 est la date de création de la revue.

²⁶⁰ É. Macé a traduit plusieurs des textes étrangers publiés dans *Hermès* en 1993. D. Dayan a été un des premiers lecteurs de sa thèse.

²⁶¹ Ce chiffre passe à 22 si l'on ajoute le texte de Ph. Schlesinger (1997), membre du comité international de la revue.

Véronique Le Goaziou (1999), enseignante en sociologie à Science Po. Paris, Marlène Coulomb-Gully (1997), de l'université de Toulouse. Ceci peut indiquer – sous réserve de renseignements manquants – que les choix éditoriaux sont aussi indépendants de l'appartenance à un réseau ; sont-ils les signes de ramifications du réseau principal ?²⁶²

Figure 47. Qui publie dans *Réseaux* entre 1993 et 1999 ?



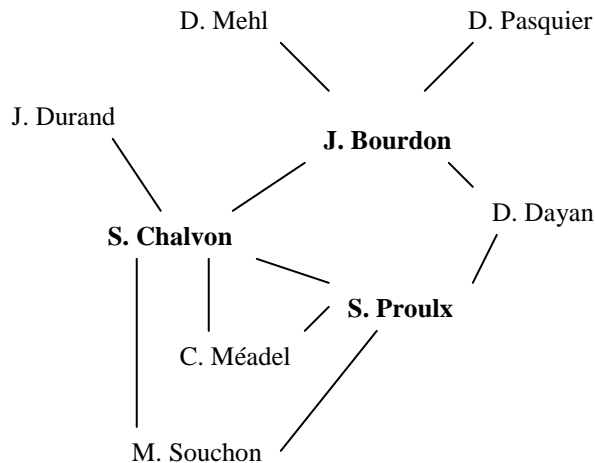
²⁶² Nous revenons sur ces questions dans le chapitre 8, via une étude menée sur la fabrication d'une livraison de revue (*Questions de communication*) qui nous a permis d'observer empiriquement la place des réseaux dans cette pratique scientifique.

- *Activations du réseau*

L'examen de sommaires d'ouvrages collectifs est aussi un terrain éclairant pour la problématique de la mise en circulation des savoirs. Ce type de publication – qui peut être les « actes » d'une manifestation scientifique – se présente sous la forme d'un recueil de textes effectué par un ou plusieurs chercheurs, autour d'un thème plus ou moins large. Le premier de ce genre sur les téléspectateurs que nous avons recensé date de 1973, lorsque Michel Souchon avait rassemblé les contributions des membres d'une équipe de recherche constituée pour l'étude de la production et de la réception d'un feuilleton télévisé (voir la partie 2.3.2). Il apparaît que les directeurs de publication sollicitent les membres de leur(s) réseau(x), comme peut le faire un directeur de dossier de revue. Cette pratique tend elle-même à renforcer les liens du réseau, elle entretient son activité. En 1998, le dossier « Les publics. Généalogie de l'audience télévisuelle » est publié dans *Quaderni* et l'ouvrage collectif *Accusé de réception* paraît. Ils sont dirigés respectivement par la sociologue Sabine Chalvon-Demersay et le chercheur canadien Serge Proulx. En outre, la même année, Jérôme Bourdon (auteur d'un article dans la livraison de *Quaderni*) co-dirige – avec François Jost – la publication des actes d'un colloque tenu à Cérisy, sur le thème *Penser la télévision*, dans lequel nous recensons quatre textes sur les téléspectateurs (Château, 1998 ; Dayan, 1998a ; Mehl, 1998 ; Pasquier, 1998). Leurs sommaires s'entrecroisent : d'une part, trois auteurs signent des textes pour deux de ces publications (Daniel Dayan, Cécile Méadel et Michel Souchon) ; d'autre part, la superposition des sommaires fait apparaître un maillage d'auteurs, très proche du réseau principal d'acteurs identifié *supra* (voir la figure 48). En effet, les directeurs de publication sont reliés aux auteurs des textes qui figurent dans « leur » dossier, et peuvent être eux-mêmes à l'origine d'une contribution pour l'un des autres ouvrages (Jérôme Bourdon écrit « À la recherche du public ou vers l'indice exterminateur dans *Quaderni*). Ceci dit, une minorité d'auteurs ne figurent pas dans ce maillage (Meslet, 1998 ; Baillargeon, 1998 ; Gheude, 1998 ; Malo, Giroux, 1998 ; Raboy, 1998), ce qui peut signifier l'activation de plusieurs micro réseaux dans ce type d'exercice. Par exemple, on trouve des chercheurs et des praticiens canadiens

dans *Accusé de réception*²⁶³. C'est aussi le signe de ramifications au réseau principal qui se dessinent durant la deuxième moitié des années 90.

Figure 48. Maillage d'auteurs d'un dossier de revue et de deux ouvrages collectifs en 1998²⁶⁴.



- *Production de comptes-rendus de lecture*

La position du réseau dans le champ scientifique est renforcée lorsque ces acteurs contribuent à la mise en circulation de leurs travaux respectifs. Nous avons observé que *Réseaux* a été le théâtre de la production de « comptes-rendus de lecture », qui traduisent également une pratique réticulaire²⁶⁵. Neuf recensions ont été relevées entre 1993 et 1999 (voir le tableau 21)²⁶⁶ ; elles ont pour effet l'alimentation d'une somme de connaissances circonscrites. Par exemple, Dominique Pasquier critique l'ouvrage des chercheurs anglais Sonia Livingstone et Peter Lunt, dont un extrait est publié sous la forme d'un article dans *Hermès* un an plus tôt. Le choix de la sociologue française est donc très liée à la configuration du réseau (alors membre du LCP, elle a assisté à l'intervention des anglais lors du colloque « Public et réception » au Centre Georges

²⁶³ Il faut préciser que l'ouvrage dirigé par S. Proulx constitue les actes d'un séminaire sur les études de réception organisé au Canada, à la demande de F. Sauvageon, directeur du Centre d'étude des médias (Québec) (voir notre entretien avec S. Proulx, annexe 8e).

²⁶⁴ Sur la figure, les directeurs de publication sont indiqués en gras, reliés aux auteurs qu'ils publient.

²⁶⁵ L'évaluation de la circulation réticulaire des savoirs devra être augmentée et complétée par l'examen des citations en référence dans ce corpus de textes : les auteurs de *Réseaux* citent-ils davantage de travaux de membres du réseau ou non ?

²⁶⁶ Nous avons relevé les comptes-rendus effectués par les membres du réseau, au sujet d'autres auteurs de la configuration. Ils ne constituent pas l'essentiel des recensions publiées dans la période, et certains lecteurs ont aussi commentés les ouvrages de chercheurs hors-réseau.

Pompidou et a pu lire leur texte), et contribue à constituer la légitimité de ces auteurs en France. Par la suite, c'est Éric Maigret, alors « jeune » docteur en sociologie à l'EHESS, qui commente un ouvrage de Dominique Pasquier.

En outre, la multiplication des comptes-rendus d'un même auteur (Jérôme Bourdon et Cécile Méadel) renforce son capital scientifique ; couplée à un fonctionnement réticulaire (les membres d'un réseau se citent entre eux), cela conduit à attribuer une position haute à un noyau d'acteurs – et éventuellement passer sous silence les travaux de chercheurs qui ne sont pas du tout rattachés à la configuration. En ce sens, nos propos rejoignent ceux de Bruno Latour (1989 : 377 ; 1995 : 34). Mais, cette activité peut aussi ouvrir à des ramifications (dans les axes de recherche et dans les réseaux) lorsqu'un chercheur fait la critique d'un ouvrage « hors réseau » ; e.g. Pierre Sorlin commente *Le pouvoir d'un média. TF1 et son discours* de Jean-Pierre Esquenazi alors enseignant en sciences de l'information et de la communication à l'Université de Metz.

Tableau 21 . Quelques comptes-rendus d'ouvrages publiés dans *Réseaux* entre 1993 et 1999.

Année	N°	Lecteur	Ouvrage recensé
1993	57	P. Sorlin	D. Dayan, E. Katz, <i>Medias Events</i>
1994	64	P. Sorlin	J. Bourdon, <i>Haute fidélité. Pouvoir et télévision</i>
	65	D. Pasquier	S. Livingstone, P. Lunt, <i>Talk on television, audience and public debate</i>
	66	P. Sorlin	C. Méadel, <i>Histoire de la radio dans les années 30</i>
	67	D. Cardon	S. Chalvon, <i>Mille scénarios</i>
1995	70	P. Sorlin	J. Bourdon, C. Méadel, <i>Les écrans de la méditerranée</i>
1996	76	P. Sorlin	J.-P. Esquenazi, <i>Le pouvoir d'un média. TF1 et son discours</i>
	77	L. Allard	H. Boyer, G. Lochard, <i>Notre écran quotidien</i>
1997	82-83	É. Maigret	D. Pasquier, <i>Les scénaristes et la télévision</i>

Notons que l'activité de recension renseigne sur la pluralité des rôles des acteurs au sein d'un même réseau : celui-ci peut se former autour de chercheurs qui partagent des problématiques et/ou intérêts communs, mais, il se façonne également par l'action de passeur de certains, comme Pierre Sorlin : à notre connaissance, cet historien du cinéma n'est pas directement rattaché institutionnellement au réseau ; mais, il en est un acteur par ses activités de lecteur critique pour *Réseaux* – il met en circulation les travaux de Daniel Dayan, Jérôme Bourdon, Cécile Méadel –, celles de directeur de thèse (voir

infra) et de chercheur – il alimente la recherche sur les « publics » avec la publication de l'article « Le mirage du public » en 1992.

Enfin l'examen des comptes-rendus d'ouvrages fait apparaître un micro-réseau de chercheurs constitué par des enseignants de l'université Paris 3, qui pourrait être une ramification au maillage principal. Il se manifeste par la lecture faite par Laurence Allard, auteur d'un article dans *Réseaux* en 1994, de l'ouvrage de Guy Lochard et Henri Boyer (1995) *Notre écran quotidien*. Pierre Sorlin est lui-même rattaché à l'université Paris 3 ; nous verrons, tout au long de ce chapitre, les facteurs qui rattachent ces deux foyers au cours des années 90.

7.1.2. Prescriptions de revue (1)

L'examen de cette série d'articles nous a conduit à penser la question du rôle structurant d'une revue scientifique dans un domaine de recherche. En effet, nous venons de voir que la mise en visibilité des savoirs diffusés par *Réseaux* est renforcée par une distribution de type réticulaire : face à l'activité d'édition d'articles, les chercheurs d'un même réseau alimentent leur capital scientifique entre eux. Les pratiques éditoriales des périodiques franchissent une étape dans l'entreprise de mise en circulation des connaissances, dans la mesure où elles attribuent certaines caractéristiques aux textes. *Via* les procédés de chapitrage et de rubriquage, ceux-ci en viennent à être inscrits dans l'un ou l'autre axe de recherche, approche, courant, thématique, etc. : d'une part, la réédition signale l'intérêt fondamental du texte pour la communauté scientifique (du point de vue de la revue au moins), la publication dans un *Reader* ou un recueil de textes sous la forme d'un manuel (*e. g.* « Dictionnaire... ») est une forme de reconnaissance, elle consacre l'auteur comme l'expert du sujet dont il traite²⁶⁷ ; d'autre part, l'organisation d'un ensemble d'écrits et les dénominations des marques de cette structuration confèrent du sens aux énoncés, qui, *de facto*, s'inscrivent dans cette problématique (axe/objet/...) plutôt que dans une autre.

²⁶⁷ Par exemple, les sollicitations de J. Durand et M. Souchon pour l'écriture de deux notes – respectivement « Audience – Définition et méthodes de mesure » et « Public/publics de la télévision » – publiées dans le *Dictionnaire critique de la communication* coordonné par L. Sfez (1993) ont contribué à constituer les positions des deux hommes en tant qu'expert de ces questions auprès du champ académique (voir le chapitre 4). De même, Daniel Dayan (2003b) signe une présentation des apports de l'approche ethnographique dans le domaine de la sociologie des médias dans un manuel sur *Les méthodes en sciences humaines* (Moscovici, Buschini, 2003).

En 1993 et 1997, la revue *Réseaux* édite deux livraisons « hors-série » ; la première est un dossier sur une « Sociologie de la télévision », découpé en 4 parties (dont une sur les « programmes » et une sur la « réception »), la seconde est une « Sociologie de la communication » organisée en 8 chapitres (dont un sur les « Programmes et professionnels » et un sur « Les travaux sur la réception »). Ces découpages proposent une structure des champs de recherche dont il est question. D'emblée, les textes sont présentés avec un certain intérêt scientifique : c'est une « sélection d'une quarantaine de textes fondamentaux », un « panorama de la recherche », un « bilan ouvert ». Autrement dit, ils constituent des connaissances fondamentales. Ensuite, ce double niveau de catégorisation inscrit les thématiques, les objets, les enquêtes et les auteurs dans des catégories : la réception est un objet d'une sociologie de la communication, et les approches représentées dans les contributions en sont constitutives. De même, par définition pourrait-on dire, un texte figurant dans le chapitre « réception » est défini en tant que travail sur la réception (donc élément des recherches sur l'objet), tandis que les autres textes du recueil ne le sont pas. Cette assertion, simple en apparence, se révèle problématique dans certains cas (minoritaires dans notre corpus, mais intéressants) : ici, la problématique d'un texte passe de celle des « programmes et professionnels » à celle de la « réception » d'une livraison à l'autre. Nous avons présenté dans le chapitre 5 (partie 5.2.2.) le cas de l'article écrit par Brigitte Le Grignou et Érik Neveu, « Émettre la réception : préméditations et réceptions de la politique télévisée » : paru une première fois en 1988, au sein du dossier « Regards sur la télévision », il est classé dans la rubrique « programmes » dans la « Sociologie de la télévision » (1993). Or, quatre années plus tard (1997), le même texte est estampillé « travail sur la réception ». Dans le même ordre d'idées, un autre exemple : la traduction du texte de Stuart Hall sous l'intitulé « Codage, décodage » figure en 1994 au sein du dossier « Les théories de la réception ». En 1997, dans le *Reader*, il est au programme des « Théories de la communication et de la culture de masse ».

Ces exemples sont présentés afin d'illustrer la question de l'influence des pratiques éditoriales dans la définition d'un objet de recherche. Ils nous amènent à penser l'idée d'« effets d'agenda » (Mc Combs, Shaw, 1972) appliquée au champ scientifique (voir aussi la partie 8.1.4) : les publications ne nous disent pas quel positionnement adopter (puisqu'elles peuvent être le lieu ou le point de départ du débat), mais, elles indiquent

au lecteur les problématiques sur lesquelles il devrait réfléchir : à travers elles, et notamment les revues, outils majoritaires de la circulation des connaissances, se construit/se manifeste l'agenda des recherches. Les choix éditoriaux ne sont pas toujours à envisager comme des stratégies (voir les propos de Dominique Pasquier au sujet de la politique éditoriale de *Réseaux* et la problématique de la réception), ils peuvent être liés à des opportunités, des individus, etc. Mais, ils participent à la production d'« effets de champ » pour reprendre la terminologie bourdieusienne (1980 : 117) : ils focalisent l'attention des chercheurs sur l'une ou l'autre approche. Nous approfondirons cette idée dans le chapitre suivant (partie 8.3.2) ; pour le moment, revenons-en à la nature des discours sur les téléspectateurs diffusés au cours des années 90, et à leurs effets en terme d'approche dominante.

7.2. Discours critiques sur les recherches sur les téléspectateurs

En France, au début des années 90, un discours critique se fait entendre au sujet des études de réception télévisuelle. Il est incarné par Daniel Dayan, et accompagné par la publication de la livraison d'*Hermès*, le « 11-12 », et par les sociologues Paul Beaud et Louis Quéré. Il s'adresse d'abord aux tenants des enquêtes sur l'audience, ensuite, aux « missionnaires et ventriloques », enfin aux chercheurs français. À partir de 1993, le champ académique est familiarisé avec la question des téléspectateurs, *via* la multiplication des publications les années précédentes. Du moins, c'est une frange de cet espace qui l'est surtout : le réseau identifié dans le chapitre 5 et ses ramifications directes.

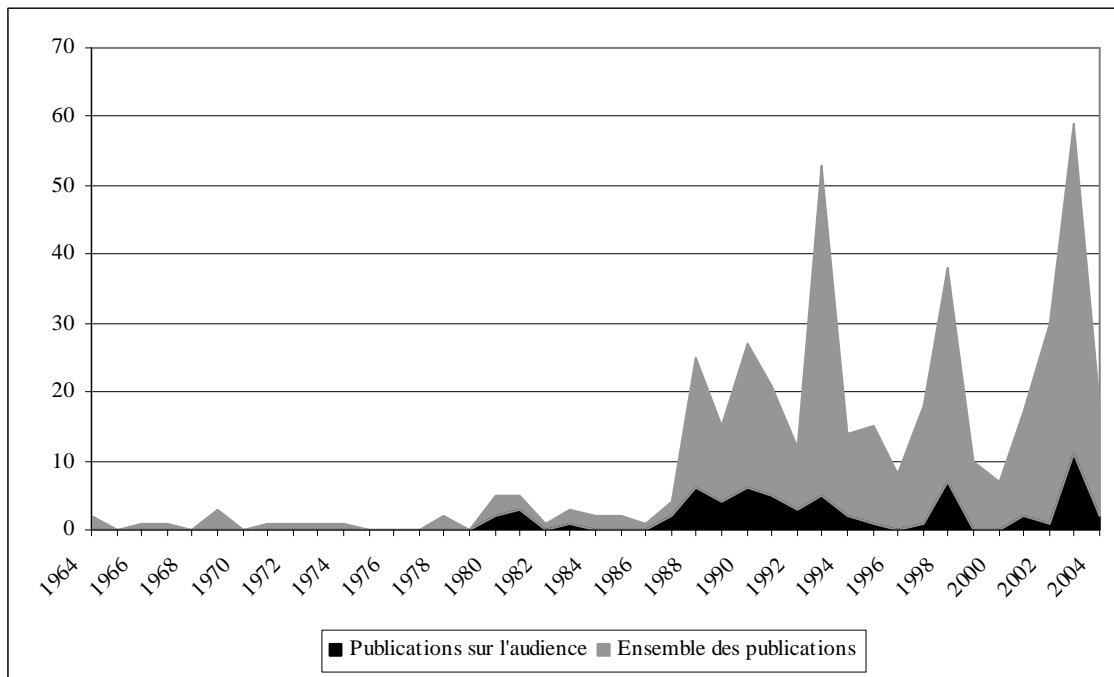
7.2.1. Déclin d'intérêt pour les mesures d'audience

En 1993, les éditions du dossier « À la recherche du public » (*Hermès*) et de la livraison hors-série « Sociologie de la télévision » (*Réseaux*) se présentent comme des bilans des recherches sur ces sujets. Elles sont l'occasion, pour leurs coordinateurs, de dénoncer la place tenue par les études sur les audiences dans le champ académique : « Pendant de nombreuses années, les sociologues se sont principalement intéressés à l'audience de la

télévision et aux effets du petit écran sur son public ». Paul Beaud et Patrice Flichy (1993) ajoutent ici que « les études d'audience ont toujours occupé une place centrale dans les recherches sur la télévision ». Il est alors temps de traiter d'autres aspects de l'objet. En effet, nous avons vu (chapitre 5) que les discours des fabricants et utilisateurs des chiffres d'audience sur les mesures ont été diffusés à plusieurs reprises entre 1988 et 1992, comme une entrée pour le retour des téléspectateurs – notamment *via* des dossiers de revue (Chaniac, 1988 ; Beaud, Flichy, 1990). On peut entendre ce discours comme une volonté de développer une approche davantage « académique »²⁶⁸, *i.e.* problématisée, sur les pratiques et les styles de réception. C'est ce qu'exprime également Dominique Wolton (1993 : 13), dans l'« Avant-propos » du « 11-12 » : « Pourquoi relancer une réflexion théorique sur le public ? Parce que les représentations qui ont présidé à la construction du public, des publics, du grand public en Europe depuis la guerre, essentiellement autour des télévisions publiques, se sont affaïssées et apparaissent usées. Usées en tout cas, par rapport aux représentations qui, en partant des sondages et des mesures d'audience, parlent "des publics", ne s'embarrassent plus d'une problématique générale mais cherchent plutôt à maximiser l'efficacité d'une logique de segmentation des marchés ». À partir de ce moment, la proportion de discours sur l'audience dans le champ académique décroît, au profit de ceux sur les modes de réception et les publics (voir la figure 49). Entre 1988 et 1992, les textes sur l'audience représentent 32 % de l'ensemble des textes de notre corpus publiés durant cette période (24 sur 76), contre 13 % après 1993 (et jusqu'en 2004) (32 sur 255).

²⁶⁸ L'emploi d'une « approche académique » traduit l'idée que les praticiens et les chercheurs universitaires peuvent avoir des intérêts différents lorsqu'ils traitent un même objet, les téléspectateurs ; nous avons vu (chapitre 4), que les premiers adoptent parfois les pratiques des seconds pour l'écriture de textes par exemple. D'une manière générale, les praticiens s'inscrivent dans une logique commerciale (*e.g.* quelle utilisation optimale des données de l'audience ?), tandis que les sociologues sont animés d'une quête d'explicitation de phénomène sociaux, comme la relation à la télévision (*e.g.* quels styles de réception ?).

Figure 49. Évolution des publications sur l'audience (1964-2004).



7.2.2. Critique polyphonique des analyses de contenu

Dans l'article « Les mystères de la réception », Daniel Dayan (1992 : 147) souhaite rompre avec les travaux qui omettent de traiter l'acte de réception comme un processus de construction de sens : « Proposer un discours sur les médias sans rien savoir du sens que prennent les émissions pour leurs spectateurs, c'est se priver du maillon essentiel des processus qui mènent à leurs "effets". C'est aussi croire qu'il est possible d'étudier des organisations médiatiques en faisant abstraction de leur finalité. Paradoxalement, la recherche [sur] les médias s'est évertuée à contourner le principal de ses objets en désarticulant le processus dont elle devait rendre compte et en se subdivisant en travaux spécialisés portant, par exemple, sur les configurations économiques des médias ; sur l'univers professionnel des journalistes, des producteurs et des animateurs ; sur les effets des médias. Quelle que soit l'importance de ces études, le moment de la communication ou, tout au moins, celui de la transmission d'un sens est laissé entre parenthèses ». Ses critiques s'adressent à ceux qui se bornent, dit-il, à parler « "du" public ou "au nom du" public » (*ibid.*) : autrement dit, les sémiologues, qui étudient des réceptions possibles à partir des contenus médiatiques, et les praticiens qui interprètent des usages du poste à partir de données chiffrées. Ainsi dénonce-t-il des

« ventriloques », et il préconise de « donner la parole » au public, *i.e.* de la recueillir plutôt que la commenter.

Les propos de Daniel Dayan reprennent des critiques également formulées par des chercheurs étrangers – et diffusées dans le dossier « À la recherche du public », comme le britannique David Morley (1993 : 31-32). Celui-ci affirme qu'il convient de dénoncer le postulat suivant : « Les effets idéologiques des médias peuvent en fait se déduire de l'analyse de la structure textuelle des messages qu'ils émettent ». Il ajoute que « le public des médias est essentiellement absent de ces discours analytiques et le pouvoir des médias sur leurs usagers est souvent accepté sans question ». Lui aussi insiste sur la nécessité d'étudier les « processus », où s'opère « la consommation culturelle des produits offerts par les médias ». Pour les danois Klaus Bruhn Jensen et Erik Rosengren (1993 : 293), c'est une approche littéraire qui ne « fait pas de distinction méthodologique entre l'analyse des "données" et leur interprétation » ; de fait, elle produit « une analyse interprétative, visant à établir une ou plusieurs lectures possibles et plausibles ». Aussi, cette approche est utile pour l'examen des représentations contenues dans les médias plutôt que leur réception. Plus généralement, nombre d'auteurs du dossier exposent l'intérêt de recherches menées sur le terrain et non plus dans les textes (voir Ang, 1993 ; Liebes, Katz, 1993 ; Livingstone, Lunt, 1993).

7.2.3. Pour un programme de recherche, mais lequel ?

Dans le même temps, ces discours invitent les chercheurs français à concentrer leurs efforts autour d'un axe structurant pour ce domaine, et non plus à disperser les enquêtes : Daniel Dayan (1993b : 20) annonce qu'il est l'heure d'« esquisser le champ où ces savoirs entrent en débat », car, explique-t-il (*ibid.* : 15), « devant la multiplicité des sources, et la diversité des boîtes à outils, le consensus qui se dégage sur l'importance de la réception se révèle en fait babélique. [...] La culture méthodologique des chercheurs joue un rôle déterminant, mais ceux-ci diffèrent aussi par l'image qu'ils se font de chacun des éléments du procès de réception, qu'il s'agisse du spectateur, du texte auquel il est confronté, ou de la relation entre l'un et l'autre ». Un an plus tard, Paul Beaud (1994) condamne les propositions théoriques existantes et en appelle à une réflexion pluridisciplinaire : « L'histoire de la sociologie de la réception se présente comme une suite de pseudo-révolutions épistémologiques, d'affirmations

contradictoires, d'avancées qui ne sont que retours en arrière [...]. Terrain d'affrontements idéologiques autant qu'objet privilégié de l'empirisme positiviste, l'étude de la réception n'a ainsi jamais pu produire un ensemble cohérent de propositions en lesquelles une majorité de chercheurs pourraient se reconnaître ». Dans le même ordre d'idées, le sociologue Louis Quéré (1996) déplore l'échec des études de réception dans un article au titre provocateur (« Faut-il abandonner l'étude de la réception ? ») : « Le courant d'étude de la réception a son avenir derrière lui [...] il n'a pas réussi à se donner un véritable programme de recherche étayé sur des bases théoriques et conceptuelles solides. [...] Comment se fait-il que les études de réception aient abouti à une telle impasse ? Un tel échec implique-t-il que la réception des médias n'est pas un objet d'étude possible pour les sciences sociales, en particulier un objet susceptible d'être soumis à des investigations empiriques ? ». Mais, ce constat ne doit pas conduire les chercheurs à abandonner l'objet, bien au contraire : « Que le programme de recherche initié par les chercheurs de Birmingham ait abouti à une impasse n'implique pas nécessairement que l'objet d'étude qu'il a tenté de promouvoir soit un mauvais objet et ne justifie pas qu'il faille passer à autre chose. [...] Ma préoccupation sera plutôt : comment reconceptualiser le phénomène de la réception pour le conforter comme objet d'investigation des sciences sociales ? »

Les propos s'adressent aux chercheurs français, notamment aux sociologues, à qui l'on demande de ne pas abandonner l'objet. Pour cela, le champ académique doit se doter d'un programme théorique. Louis Quéré (1996) proposait une définition de la réception comme « expérience » : elle n'est pas seulement un processus conscient, limité dans le temps, une réaction prédéterminée par un certain nombre de facteurs (caractéristiques culturelles et sociales de l'individu, propositions du texte...). Notamment inspiré par la théorie herméneutique de l'école de Constance (voir Jauss, 1978, 1988), il en complexifie la définition : à l'instar de Dominique Boullier quelques années auparavant (1987), Louis Quéré affirme que « la réception apparaît comme une expérience temporelle : elle n'est pas instantanée et limitée au seul moment où l'on est [...] capté par une émission de TV. [...] Il est difficile de dire quand est-ce qu'elle est vraiment close ». Ensuite, les réactions téléspectatoriennes sont de l'ordre du social, et non du « psychologique », car elles peuvent correspondre à une série de « médiations publiques » (« stéréotypes », « conventions », « rôles institués »...). Enfin, elles sont aussi influencées par les pratiques sociales de l'individu, dont elles sont une partie.

Mais, ce sont surtout les propositions formulées par Daniel Dayan en 1992 qui ont eu une influence importante sur la tournure des problématiques, au point de contribuer à la formation d'une ethnographie de la réception française.

7.2.4. Éléments d'une controverse ?

La teneur critique des propos ici rapportés nous a conduite à interroger l'idée de « controverse »²⁶⁹ : l'objet télé-spectateurs est-il controversé ou consensuel ? Sur ce thème, Bruno Latour (1989 : 39) étudie les controverses sous l'angle de la rhétorique ; il explique que celles-ci naissent des manipulations des énoncés entre eux : « Une phrase peut se voir offrir la qualité de fait ou celle d'artefact selon la façon dont elle est insérée dans d'autres phrases. *En elle-même une phrase n'est ni un fait ni une fiction ; ce sont les autres qui la rendent telle selon ce qu'ils en font* »²⁷⁰. Les énoncés mentionnés ne réagissent pas les uns aux autres : ils s'additionnent, parfois se répètent plus qu'ils ne se reprennent. De plus, ils s'appuient sur les textes d'autres auteurs plus qu'ils n'en réfutent les contenus. Ainsi Louis Quéré prolonge-t-il les propositions des chercheurs britanniques John Corner (1996) et Sonia Livingstone²⁷¹. Daniel Dayan (1992) fait le point sur les insuffisances d'approches, mais il ne s'adresse pas explicitement à l'un ou l'autre représentant. Le discours de Paul Beaud s'inscrit davantage dans une logique de restitution des réflexions initiales sur l'objet menées outre-Atlantique qu'une remise en cause des idées. C'est pourquoi, nous pensons que le mouvement critique français des années 90 n'est pas la manifestation d'une controverse, mais il accompagne une tendance internationale au renouvellement des études de réception médiatique (e.g. le britannique John Corner (1996) évoque les « nouvelles études de la réception », voir aussi Schroder, 1990, Wolf 1993)²⁷². Cependant, elle illustre une absence de

²⁶⁹ D. Raynaud (2003 : 1) propose une définition de la « controverse » : « Débat organisé se donnant pour but des valeurs de connaissance ».

²⁷⁰ L'auteur souligne.

²⁷¹ L. Quéré dit se référer à une communication de S. Livingstone, lors de la 46^e conférence de l'*International Communication Association* (Chicago, 1996), intitulée « *Rethinking audiences : towards a new research agenda* ».

²⁷² En 2001, la chercheuse en science politique Brigitte Le Grignou écrit un article critique – « La réception des médias : un mauvais objet ? » – dans un chapitre de l'ouvrage collectif *Science des médias. Jalons pour une histoire politique*, intitulé « Le temps des controverses ». Elle s'interroge sur la représentation négative de cet objet – « Les études de réception des médias [...] loin de constituer un "mauvais objet", permettent au contraire d'appréhender des questions centrales pour comprendre le fonctionnement et le rôle des médias de masse : les modalités de constitution d'une culture populaire, la diffusion des normes

propositions théoriques en France dans ce domaine, peu à peu comblée par les écrits de Daniel Dayan.

7.3. Propositions pour une approche ethnographique

7.3.1. Critique des « artefacts de publics »

Nous disions *supra* que, en 1992, Daniel Dayan prescrit de « donner la parole au public ». Pour cela, il se fonde sur les expériences anglo-saxonnes d'observation participante des récepteurs pour en extraire les limites et proposer un programme théorique et méthodologique. L'auteur explique que ce type de travaux produit des artefacts de public : « Artefact textuel, privilégiant un programme donné. Artefact de public, consistant à proposer l'"ethnographie" d'une communauté constituée sur invitations. Artefact participatif, lié à l'attention intensifiée des membres de cette communauté » (Dayan, 1992 : 156). En effet, la réunion d'individus pour les besoins d'une enquête en réception leur attribue une étiquette qui peut être culturelle, idéologique, démographique... – en fonction du facteur retenu pour la sélection – et qui devient un élément de différenciation des modes de réception. Par exemple, au sujet de l'étude sur *Dallas* (voir le chapitre 3)²⁷³, Tamar Liebes et Elihu Katz (1993 : 129) livrent des conclusions comme « les Américains ont fait presque deux fois plus

et modèles culturels, ou la "vieille" question du pouvoir des médias à manipuler, à exercer des effets massifs, ou encore celle du pouvoir du public à se prémunir contre ce déferlement » (Le Grignou, 2001 : 181) – due, selon l'auteur, notamment aux critiques formulées par P. Beaud en 1994 (voir *infra*). Là non plus, nous ne pensons pas qu'il s'agisse d'une controverse au sens latourien, car leurs discours se rejoignent plus qu'ils ne divergent. Tous deux soulignent la pertinence des apports de la sémiologie et de la sociologie des œuvres littéraires pour l'étude de la réception. D'une part, le premier invite le lecteur à découvrir ou re-découvrir « le » *Lector in Fabula* d'U. Eco, les recherches sur la lecture de J. Leenhardt, tout en se réjouissant qu'« il n'est heureusement plus incongru de trouver une référence à Jauss et à son esthétique de la réception de la littérature » ; d'autre part, la seconde (Le Grignou, 2001 : 182) affirme que « c'est le *Lector in Fabula* d'Eco qui est la source d'inspiration la plus explicite de la recherche sur la réception de la télévision », elle rappelle l'existence des travaux de l'historien R. Chartier sur les lecteurs et les lectures ainsi que plusieurs autres sur « les pratiques de lecture » (*ibid.* : 190-191). De plus, les deux chercheurs tiennent un discours similaire qui traduit un constat de pauvreté en terme de travaux sur la réception médiatique, en France ; ainsi la politologue évoque-t-elle des « difficultés à définir un cadre théorique et méthodologique autonome » (*id.* : 182). Mais, elle y atteste de la pertinence de l'objet : dans ce texte, « je m'interroge sur la force de cet objet mais je finis par conclure à sa pertinence », dit-elle lors d'un entretien (12 sept. 2006).

²⁷³ Rappelons la méthodologie mise en œuvre pour cette enquête : des groupes représentant six communautés ethniques (des Arabes, des Juifs récemment immigrés de Russie, des Juifs marocains, des membres d'un kibboutz, des Américains et des Japonais) ont été invités à participer à une discussion de groupe à la suite de la diffusion d'un épisode du feuilleton.

d'énoncés "critiques" que les Russes et les Kibboutzniks ». Or, Pour Daniel Dayan – et la thèse est prolongée par la sociologue Sabine Chalvon-Demersay (entretien, 19 mars 2004) – le facteur de différenciation ethnique est instable dans la mesure où les groupes sont composés par avance. Pour le dire simplement, si les Américains ont fait davantage d'énoncés critiques, ce n'est peut être pas parce qu'ils sont américains, mais parce que les membres de ce groupe sont familiarisés à ce type de programme, ont reçu une éducation prônant la distance à l'égard des images médiatiques, n'aiment pas le feuilleton, etc. De plus, la mobilisation de ressources culturelles pour l'interprétation des messages semble davantage liée au modèle dont un individu dispose qu'à celui qu'il affectionne ; de fait, l'appartenance idéologique ou le rattachement culturel d'un individu n'est pas toujours déterminant de son mode de réception : « Si je n'ai pas la culture "pop" nécessaire pour lire une série télévisée, c'est pas grave, je vais me débrouiller avec le Coran. Si je n'ai pas le Coran, c'est pas grave, je vais me débrouiller avec la Bible ; et si je n'ai pas la Bible, c'est pas grave, je vais me débrouiller avec Marx. C'est cela qui expliquait, par exemple, pour moi, la découverte la plus significative de l'étude sur *Dallas* : il s'agit des lectures des immigrants soviétiques en Israël. Ce sont des gens qui ont quitté l'Union Soviétique à grands frais. Il n'était pas facile de quitter l'Union Soviétique, et ce départ leur a coûté très cher : il fallait apprendre une nouvelle langue, vivre dans un nouveau pays, un pays dangereux, etc. S'ils ont fait tout ça, c'est qu'ils n'étaient pas marxistes. Or, ils utilisent un modèle marxiste pour lire les séries télévisées. Pourquoi ? Ce n'est pas par amour pour le marxisme. C'est parce qu'ils n'ont pas d'autre ressource interprétative » (Dayan, entretien, 20 oct. 2003)²⁷⁴.

Daniel Dayan évoque également un « artefact participatif » : il signifie que la réunion d'individus, la conduite d'entretiens ou l'animation d'une discussion de groupe peut conduire les personnes à produire et exprimer des significations au sujet du programme visionné en réponse au dispositif. Dès lors, il ne s'agit plus de recueillir un processus de réception naturel : « En demandant aux spectateurs de réagir à des programmes spécifiques, constitués en "textes", les études de réception ne risquent-elles pas alors de susciter à leur égard une intensité d'attention que sans elles ils n'auraient jamais reçue ? Les chercheurs ne risquent-ils pas aussi, en demandant aux spectateurs de verbaliser

²⁷⁴ Lors de notre entretien, D. Dayan rapporte qu'il a participé aux débuts de l'enquête sur *Dallas* mais a ensuite quitté le projet.

leurs réactions, de se livrer à une démarche non seulement inhabituelle (par la dignité qu'elle accorde aux sujets interrogés), mais inévitablement artificielle ? » (Dayan, 1992 : 155).

7.3.2. Observation des réceptions *in situ*

Pour pallier à ces limites, l'ethnologue propose, non pas d'abandonner la démarche ethnographique, mais de l'appliquer à des groupes qui forment un public et qui se manifestent comme tel (*ibid.* : 158). Il se réfère alors au dispositif qu'Elihu Katz et lui ont développé pour l'étude sur les *Media events* (1992) [événements médiatiques]. L'objet des enquêtes portait sur la réception d'événements retransmis en direct à la télévision, appelés « spectacles politiques » (Dayan, Katz, 1996 : XVI) : les funérailles du président Kennedy aux États-Unis, la visite du président Sadate d'Égypte à Jérusalem, celle du pape Jean-Paul II en Pologne, le mariage princier de lady Diana et Charles (Londres), les Jeux Olympiques, etc. Il s'est agi d'observer la réception, de ces événements, dans une perspective anthropologique, comme l'explique l'auteur (entretien, 20 oct. 2003) : « Nous nous sommes lancés dans une entreprise qui consistait à utiliser l'anthropologie symbolique, et la théorie du rituel (en particulier Victor Turner) comme un moyen de comprendre la réception de la télévision, en référence à la réception du rituel. Le rituel exige une participation, la télévision implique une forme de participation extrêmement différente. L'anthropologie offrait un moyen de comprendre la relation des spectateurs au spectacle. C'est en anthropologie que cette relation avait été le mieux étudiée. Donc, en utilisant l'instrument qui avait été développé par des anthropologues comme Victor Turner, nous avons une sorte de modèle, qui permettait de penser (1) la réception de la télévision et (2) la réception de la télévision dans des circonstances exceptionnelles ».

Précisément, l'étude s'est organisée autour de quatre phases (Dayan, Katz, 1996 : 118) : une comparaison entre l'audience « ordinaire » à celle des programmes étudiés – « exceptionnels » –, des « analyses qualitatives du comportement des récepteurs », des analyses textuelles des contenus dont l'objectif était de « reconstituer l'identité du destinataire idéal invoqué » et une mise en perspective avec d'autres situations cérémonielles et domestiques similaires. L'ensemble devait répondre à trois interrogations fondées sur l'identification des publics (américains en l'occurrence), la

relation au média, le positionnement du téléspectateur et l'existence d'un public spécifique aux spectacles politiques (*ibid.*) : « Tout d'abord, qui sont les spectateurs des cérémonies télévisées ? En quoi l'événement transforme-t-il leur rapport à la télévision et à leur propre domicile ? Quels sont, ensuite les rôles qui leur sont suggérés en pointillé ? Acceptent-ils ou non de se prêter à ces rôles ? Sont-ils amenés à privilégier une vision festive ou cynique de l'événement, Enfin, le mode de participation que proposent des cérémonies de ce genre est-il vraiment inédit ? ». Les auteurs ont montré que, si le téléspectateur met parfois en place un rituel (vestimentaire, etc.) à l'occasion de ce type d'événements, l'institution télévisuelle peut elle aussi modifier ses pratiques et « construire un nouveau type de spectateur » (*id.* : 120). Ainsi ont-ils formalisé la notion de communautés, constituées ou re-constituées *via* l'événement médiatisé (« la télévision cérémonielle »), ils ont défini un genre (les cérémonies télévisées) et une grammaire cérémonielle – voir la présentation des trois principales dimensions de l'événement télévisé : confrontation, conquête et couronnement (*id.* : 42-43)²⁷⁵.

En résumé, il s'agit d'étudier la réception là où elle se donne à voir : le chercheur ne sollicite pas la réaction du téléspectateur, il l'observe lorsqu'elle se manifeste. L'ouvrage écrit par Daniel Dayan et Elihu Katz est traduit et publié en France en 1996 (quatre années après sa publication originale) : Avant cela, un compte-rendu critique de Pierre Sorlin est publié dans *Réseaux* dès 1993 : celui-ci fait l'éloge de l'ouvrage – « énormément de précision, dans un texte clair, rigoureux, élégant aussi bien dans l'expression que dans la présentation des exemples sur lesquels se fonde la démonstration » – et en discute certains points – « je pourrais proposer un modèle différent du leur ». Ceci confère un intérêt important au livre (nous y reviendrons), accessible aux chercheurs de l'Hexagone, au moment où la notoriété de l'ethnologue

²⁷⁵ De plus, D. Dayan et E. Katz ont affirmé le rôle des cérémonies télévisées dans la relation du public au média : elles déclenchent des pratiques spectatorielles spécifiques (cérémonielles et réflexives) et sont des outils de sociabilité ; elles inscrivent les événements célébrés à l'agenda public (voir les travaux sur les effets d'agenda développés par M. McCombs et D. Shaw, *in* : Maigret, 2003a : 198-199) ; elles « initient les citoyens aux structures politiques d'une société » (Dayan, Katz, 1996 : 212), autrement dit, elles relient les sphères institutionnelles (diplomatiques, politiques) à la sphère civile ; elles relaient les effets du monde religieux au sein de la société ; elles jouent un rôle en terme de construction d'une mémoire collective ; enfin, elles transforment les frontières traditionnelles entre espace public et privé – « Les cérémonies télévisées transposent l'expérience collective dans l'espace domestique » (*ibid.* : 226). Ici, celui qui reçoit les images est un acteur, à la fois individuel et collectif, qui construit les sens de l'événement. Ses activités d'« interprète », de « témoin » et son attribut d'« argument » (Dayan, 1999) doivent être observés si l'on souhaite étudier les « performances du public », soit les « actes de parole, actes de présence, actes du regard » (*ibid.* : 59).

croît dans le champ académique. Il est alors diffusé largement, notamment au sein du réseau de chercheurs évoqué *infra*. Couplé aux énoncés produits par ce dernier, il exerce une influence sur l'approche qui devient alors dominante. Ce, d'autant plus qu'il croise une entreprise de « redécouverte » de travaux qui mettent l'accent sur l'activité de réception télévisuelle comme pratique culturelle quotidienne et domestique.

7.3.3. Redécouverte de thèses sur les pratiques d'acteurs sociaux

- Les « tactiques » des récepteurs

La réception des thèses du sociologue français Michel de Certeau (1980) par les chercheurs anglais suivie de leur redécouverte en France ont contribué à caractériser la pratique téléspectatorielle comme quotidienne et culturelle. En 1980, dans l'ouvrage intitulé *L'invention du quotidien*, Michel de Certeau théorise les pratiques quotidiennes, parfois domestiques. Il s'intéresse aux opérations des usagers, ou « manières de faire quotidiennes », *i.e.* les « tactiques » et « stratégies » mises en œuvre par les individus pour organiser leur vie *de tous les jours*. D'emblée, la consommation de télévision est présente dans le discours de l'auteur, qui prône l'étude de l'activité des téléspectateurs (*ibid.* : XXXVII) : « L'analyse des images diffusées par la télévision (des représentations) et des temps passés en stationnement devant le poste (un comportement) doit être complétée par l'étude de ce que le consommateur culturel "fabrique" pendant ces heures et avec ces images ». Plus loin, il précise que ces « fabrications » peuvent être culturellement diversifiées (*id.* : XLIII) : « Le travailleur immigré n'a pas, devant les images de la télé, le même espace de critique ou de création que le cadre moyen français ». Mais, chacun s'approprie les contenus audiovisuels. Durant la décennie qui a suivie la parution de *L'invention du quotidien*, ces réflexions n'ont pas été appliquées aux recherches sur les téléspectateurs.

Si elles n'ont pas été reprises par les chercheurs français, les idées de Michel de Certeau l'ont été par les tenants des *Cultural Studies*²⁷⁶. David Morley (1993 : 41) mobilise « la distinction établie par de Certeau entre les stratégies des puissants et les tactiques des faibles ». Ien Ang (1993 : 81-82) situe l'activité de réception dans le contexte de la vie

²⁷⁶ L'ouvrage du sociologue est traduit en anglais en 1984, sous le titre *The practice of everyday life*, aux éditions University of California Press.

quotidienne, ce qui a pour effet d'attribuer aux spectateurs des capacités de négociations avec les messages : « Dire que les spectateurs qui négocient activement leur relation aux textes et aux technologies des médias en retirent une certaine maîtrise sur le contexte de leur vie quotidienne (qui, bien sûr, est *le* contexte de la réception des médias) est un point de départ tout à fait raisonnable [...]. Comme De Certeau le remarque à propos des tactiques clandestines que les consommateurs bricolent dans leurs pratiques quotidiennes [...] ». Peter Dahlgren (1993 : 181) mentionne les « tactiques » que les individus utilisent pour contrer les « stratégies » du système médiatique. Ainsi, en 1993, les chercheurs britanniques importent en France la pensée de Michel de Certeau appliquée à la problématique de la réception télévisuelle, tandis que les Français ne l'avaient pas encore mobilisée²⁷⁷. C'est pourquoi nous parlons d'une « redécouverte » de ces thèses, à l'instar de Dominique Pasquier (entretien, 19 mars 2004) qui évoque une « réimportation » : produites dans le champ académique français (en 1980), elles ont été appropriées par les Britanniques (fin des années 80) avant de l'être en France (courant des années 90).

Dès ce moment, plusieurs écrits diffusés dans le champ académique français mentionnent les apports de Michel de Certeau. Ce, après que leur intérêt ait été clairement défini par le canadien Serge Proulx (1994), dans un article publié dans la revue canadienne (francophone) – « Une lecture de l'œuvre de Michel de Certeau : *L'invention du quotidien*, paradigme de l'activité des usagers » –. Par exemple, Guy Lochard et Henri Boyer (1995 : 49) parlent des « pratiques d'évitement, de détournement, de mise à distance qu'ont bien mises en évidence pour la lecture des sociologues comme Michel de Certeau ». Par la suite, cette pensée a constitué un cadre théorique pour l'étude de l'interprétation sous l'angle de l'appropriation des messages médiatiques (voir les « jeux de réception » évoqués par Belkacem Mostefaoui, 1998 ; la définition de l'utilisateur des médias par Cécile Méadel et Serge Proulx, 1998 : 88-89²⁷⁸ ; Dayan, 1998b ; Esquenazi, 2002a : 339). On peut reprendre les propos du sociologue Éric Maigret (2000a : 532-533), qui a réfléchi sur les « héritages » de Michel de Certeau

²⁷⁷ Les tenants de *Uses and Gratifications Researches* américaines ne font pas référence au sociologue français.

²⁷⁸ C. Méadel et S. Proulx (1998 : 88-89) proposent une définition de l'utilisateur des médias directement issue de la notion de braconnage développée par M. de Certeau : « Certeau définit donc l'utilisateur comme un consommateur culturel actif qui "fabrique" du sens avec les images qui lui sont offertes par la télévision ».

pour la sociologie des médias²⁷⁹, et définir en ces termes l'application de la pensée de Michel de Certeau à l'étude des pratiques médiatiques : « Braconner dans le quotidien c'est faire avec ce dont on dispose, comme le note Michel de Certeau, construire du sens à partir d'éléments très disparates tressés en un seul tissu : une radio, des programmes télévisés, des magazines, des photographies encadrées, des fleurs artificielles composent un intérieur modeste. Braconner dans le contenu des médias, c'est développer de minuscules tactiques – préférer tel ou tel personnage, aimer avant tout les productions nationales ou étrangères, lire à partir de sa communauté d'appartenance, féminine, masculine ou *gay* – ou révéler de réelles aptitudes à contrer certaines des significations délivrées par les médias ».

- *La réception comme appropriation*

En parallèle, *L'esthétique de la réception* formulée par le chercheur allemand Hans Robert Jauss (1978) à la fin des années 70, est importée en France. Il s'est agi, pour le chercheur de l'École de Constance, de définir un nouvel objet de recherches : l'activité des lecteurs. À ce sujet, Philippe Breton et Serge Proulx (2002 : 225) évoquent « un changement de paradigme qui est proposé à la critique littéraire appelée à quitter les habits du formalisme ou de l'esthétique marxiste pour s'orienter plutôt vers l'étude des conditions sociales, cognitives et esthétiques de réception des produits/créations littéraires ». Tout en étudiant et en re-définissant les trois démarches de l'herméneutique littéraire – la compréhension, l'interprétation et l'application – Hans Robert Jauss (1988) met l'accent sur les différentes activités et capacités du lecteur. L'auteur développe dès 1978 la notion d'« horizon d'attente » : « Même au moment où elle

²⁷⁹ « Pour beaucoup, Michel de Certeau a su redessiner ce que l'on pourrait nommer le triangle du processus de réception. Au premier côté de ce triangle, on trouve l'idée que la réception des contenus médiatiques est généralement fragmentée et assez inattendue. Les médias ne produisent pas de messages univoques ; s'imposant uniformément ils sont repris, interprétés et réinsérés dans des contextes sociaux : rien ne permet de déterminer *a priori* les usages et les interprétations des textes. [...] Mais, et c'est le second côté du triangle, si les interprétations des textes changent avec les groupes et les individus, elles ne sont pas sans rapport avec les parcours sociaux de ces mêmes groupes et individus, et ne sont ni aléatoires ni inconsistantes logiquement. Les rapports aux médias sont structurés par les appartenances des individus, qui ne cherchent à faire sens avec eux qu'à partir de leurs propres expériences. Les individus ne s'éloignent pas de leurs inscriptions sociales, ils ne sont pas délogés des traditions qui les constituent et qu'ils constituent. [...] Pourtant, les goûts, les consommations, les usages et les réceptions ne s'impliquent pas mécaniquement, c'est le troisième côté du triangle. On ne gagne rien à remplacer la détermination directe des lectures par une idéologie dominante par une autre détermination imposée par les allégeances sociales, sexuelles, religieuses, territoriales, etc. [...] Les contenus des médias sont en partie contradictoires et les réponses des publics aussi » (Maigret, 2000 : 530-531).

paraît, une œuvre littéraire ne se présente pas comme une nouveauté absolue surgissant dans un désert d'information : par tout un jeu d'annonces, de signaux – manifestes ou latents – de références implicites, de caractéristiques déjà familières, son public est prédisposé à un certain mode de réception » (Jauss, 1978 : 50). Autrement dit, rapportés à la réception médiatique, ces propos signifient que les contenus audiovisuels contiennent des signes qui mettent en place un « horizon d'attente » : le spectateur est en quelque sorte préparé à la réception. Mais, surtout, c'est l'idée que les récepteurs négocient avec ces codes produits par l'institution médiatique : on est ici proche des notions de tactiques et de stratégies développées par Michel de Certeau (voir *infra*).

Pour une esthétique de la réception, l'ouvrage de Hans Robert Jauss, est publié en 1978 en France. Celui qui prolonge la réflexion, *Pour une herméneutique littéraire*, l'est dix ans plus tard. Cette édition a-t-elle été un facteur déclenchant une attention accrue aux écrits du chercheur ? Durant les années 90, plusieurs auteurs français y font référence : d'abord, Daniel Dayan (1993b : 20), bien qu'il les confine au domaine de la littérature. Ensuite, Paul Beaud (1994) se félicite des emprunts au chercheur allemand lorsqu'il s'agit de parler de réception littéraire : « Il n'est ainsi heureusement plus incongru de trouver une référence à Jauss et à son esthétique de la réception de la littérature [...] dans un article consacré à la télévision ». De même, Louis Quéré (1996) appelle à « une meilleur prise en compte des acquis d'autres traditions d'étude de la réception, je pense en particulier à ceux de l'École de Constance » ; ce, afin d'envisager l'acte de réception comme un processus d'« appropriation »²⁸⁰.

- *Télévision et vie quotidienne*

Avec les redécouvertes des pensées de Michel de Certeau et de Hans Robert Jauss, un troisième élément caractérise les années 90, en lien avec les deux précédents : il s'agit de l'accent mis sur la télévision comme objet du quotidien. En 1995, Henri Boyer et Guy Lochard tiennent pour acquis ce principe et intitulent leur ouvrage *Notre écran*

²⁸⁰ La réception pensée comme un « acte » est aussi un effet de la lecture des travaux de l'historien du livre R. Chartier (1985 : 82-83) : celui-ci propose de « donner à la lecture le statut d'une pratique créatrice, inventive, productrice, et non pas l'annuler dans le texte lu comme si le sens voulu par son auteur devait s'inscrire en toute immédiateté et transparence, sans résistance ni déviation, dans l'esprit de ses lecteurs ». C'est cette idée que l'on retrouve lorsque D. Dayan (1992 : 148) parle de « donner la parole au public ».

quotidien. L'idée selon laquelle la télévision est insérée dans de multiples actes journaliers (e.g. les conversations) pour une large majorité de la population figure en filigrane dans leur propos. C'est aussi le postulat du chercheur espagnol Lorenzo Vilches, dont l'ouvrage *La télévision dans la vie quotidienne : état des savoirs* est traduit la même année. Plus généralement, le média est véritablement envisagé dans son aspect social, en tant qu'expérience, .i.e. insérée dans des logiques de production et de réception d'acteurs sociaux. C'est dans cet esprit que le sociologue Éric Macé (1994a) rédige une thèse : *Sociologie de la télévision, sociologie de l'expérience, individus et télévision de masse*²⁸¹. Cela n'est pas sans lien avec l'évolution du média dans la société française : la télévision est désormais bien installée dans les foyers et dans les mœurs, ses usages se diversifient avec l'avancée des technologies (magnétoscope, câble, réception par satellite, puis lecteurs DVD et installations *home cinema* à la fin des années 90).

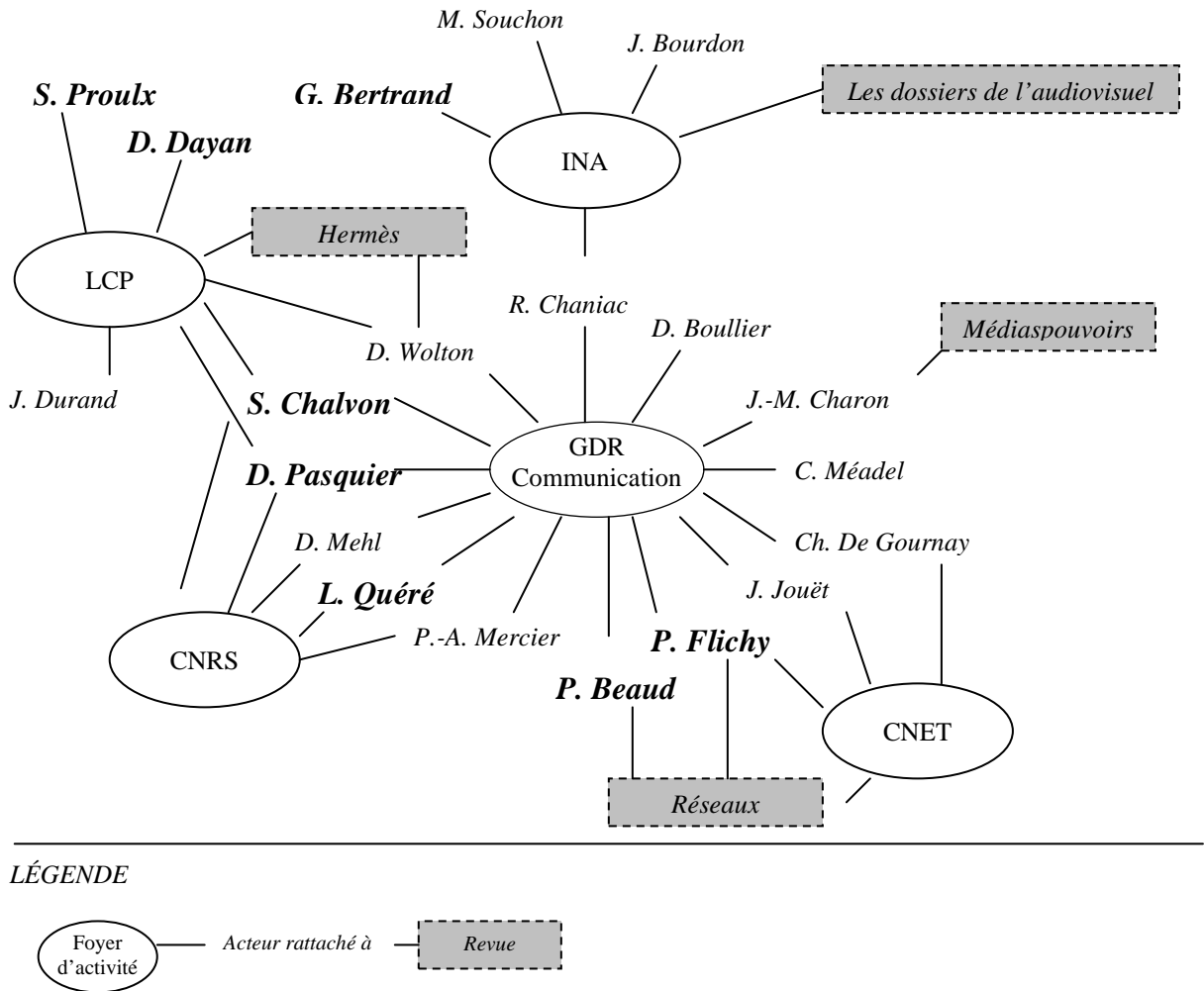
Paul Beaud, Daniel Dayan, Dominique Pasquier, Louis Quéré²⁸², les acteurs de ces énoncés, appelant au développement d'un axe de recherche à tendance ethnographique et à la mobilisation des thèses de Michel de Certeau et Hans Robert Jauss, sont les membres d'un réseau (en gras sur la figure 50) constitué précédemment, au moment du retour de l'objet « téléspectateurs » sur la scène académique. Leurs discours y sont diffusés *via* les outils de communication rattachés à ce maillage (*Réseaux, Hermès*) ; surtout, ils alimentent le réseau et en assurent la pérennité. Ils s'ajoutent aux activités rédactionnelles structurantes, comme les directions de dossier de revue et d'ouvrage collectif : celles-ci organisent les recherches dans la mesure où elles permettent, dans un même lieu, de faire le point, présenter l'état des savoirs disponibles, ou encore les tenants et aboutissants d'un débat. Entre 1993 et 1999, au sujet des téléspectateurs, les dossiers de revue sont coordonnés par Gisèle Bertrand (1993), Daniel Dayan (1993a), Paul Beaud et Louis Quéré (1994), Sabine Chalvon-Demersay (1998) ; Paul Beaud, Patrice Flichy, Dominique Pasquier et Louis Quéré (1997) éditent le recueil de textes de *Sociologie de la communication* dans lequel figure un chapitre sur la réception ; le

²⁸¹ La réflexion de É. Macé est particulièrement bien accueillie en France et apparaît comme un élément fondateur d'une sociologie de la télévision : l'auteur publie les principaux résultats de sa recherche sous l'intitulé *Sociologie de la télévision* dans la revue *Réseaux*, dans un article dense et riche découpé et publié en 2 parties (Macé, 2000, 2001) – un procédé assez rare pour cette revue.

²⁸² En 1997, D. Pasquier rédige l'introduction au chapitre « Les travaux sur la réception du *Reader Sociologie de la communication* (Beaud *et al.*, 1997), dans laquelle elle dresse le bilan et les ouvertures pour cette thématique. Elle aussi y reconnaît l'intérêt des thèses de H. R. Jauss (Pasquier, 1997a : 735).

canadien Serge Proulx (1998) dirige la publication d'un ouvrage collectif *Accusé de réception* à la suite d'un colloque franco-canadien.

Figure 50. Acteurs des recherches sur les téléspectateurs (1993-1999).



7.4. Des enquêtes à domicile

7.4.1. Observation de fans

Les effets de la circulation des idées sont le développement d'une approche ethnographique pour l'étude de la réception télévisuelle, autour des deux idées maîtresses : « la réception à domicile » et « la réception comme un acte

d'appropriation ». Ce programme est alors directement appliqué au sein du réseau : ses membres réalisent des investigations, dont les résultats sont diffusés dans la configuration, *via* la revue *Réseaux*. L'enquête la plus représentative de ce mouvement est celle menée par Dominique Pasquier sur la réception d'une *sitcom* populaire par de jeunes adolescentes. La sociologue s'est directement inspirée des expériences anglo-saxonnes, notamment britanniques, qu'elle a entendues et lues : « Je me suis dit que j'allais faire comme avait fait David Morley : "Je vais faire une enquête en réception sur *Hélène et les garçons*" » (Pasquier, entretien, 19 mars 2004). Mais, ce travail s'inscrit également dans la continuité d'autres sur les acteurs de l'univers télévision : « J'étais perplexe, un peu frustrée car j'abordais la problématique des publics dans la dernière partie du livre sur les scénaristes en ne me référant qu'à des modèles en sociologie de la culture. Ces modèles fonctionnaient pas mal, mais ils étaient insatisfaisants. J'avais envie d'aller voir de l'autre côté ce qui se passait, c'est-à-dire aller travailler sur des publics de fiction, puisque j'avais travaillé sur des écrivains de fiction sérialisée, et essayer de voir si ce maniement du concept de public du côté des professionnels avait le moindre sens par rapport aux modes d'appropriation du côté des publics eux-mêmes » (*ibid.*)²⁸³.

L'auteur a développé trois dispositifs qui ont consisté à envisager la réception comme un acte du quotidien et comme un processus d'interprétation et d'utilisation des images dans sa compréhension de la réalité : l'observation des comportements des téléspectatrices à domicile au moment de la diffusion du programme (13 familles), la distribution d'un questionnaire (sur les goûts en terme de séries télévisées) auprès d'environ 700 collégiens et lycéens et l'analyse du courrier adressé aux acteurs, reçu à la société de production d'*Hélène et les garçons*. De la sorte, la sociologue a pu mettre l'accent sur le rôle de la télévision, et de la série en particulier, pour les jeunes étudiés ; elle a montré comment « la télévision est pour les enfants une ressource, parmi d'autres, pour réguler leur relation à la société des adultes » (Pasquier, 1997b : 328).

7.4.2. Observation de rituels

²⁸³ Après une étude sur les animateurs de télévision réalisée avec S. Chalvon-Demersay (1990), D. Pasquier a conduit une enquête sur les scénaristes de télévision (1995b).

En parallèle, un étudiant en études cinématographiques à l'université Paris 3, Stéphane Calbo a monté un dispositif méthodologique similaire, dans le cadre d'une thèse réalisée sous la direction de Pierre Sorlin, et soutenue en 1996 : *Six rituels de la consommation TV : une approche ethnographique de la réception en tant que processus affectif conditionné par l'appartenance sociale, la logique sérielle de l'institution TV et le monde du programme*. L'acte d'appropriation des programmes est ici envisagé sous l'angle d'une expérience affective définie en tant qu'« inscription du corps et de la conscience dans un environnement donné au travers de la capacité de l'individu à ressentir et à "organiser" cet environnement » (Calbo, 1998 : 123). L'auteur a choisi de procéder à des observations ethnographiques, dans le cadre du foyer domestique », qui « s'attachaient à décrire les comportements, attitudes posturales, gestes, réactions physiques, orales ou verbales se produisant en situation de réception et témoignant de la nature affective de l'expérience » (*ibid.* : 122). Au carnet de notes et à l'enregistrement vidéo, le chercheur ajoute la conduite d'entretiens, avant et après l'observation. Précisons que les enquêtes ont été menées, d'une part, sur la réception, en famille, d'une sitcom (*Madame est servie*) et d'un programme satirique (*Les guignols de l'info*) quotidiens et plutôt populaires, et, d'autre part, sur la réception collective d'un événement sportif. Ainsi Stéphane Calbo a-t-il pu relever des manifestations de l'affectivité manifestées lors de la pratique, comme la reproduction d'habitudes (pour les programmes sériels), la mise en scène de l'activité (préparation de la situation de réception : « changement de tenue dès l'arrivée au domicile [...] mise à disposition d'objets et de produits de consommation accompagnant le visionnement [...] », *id.* : 124), la mise en place de tactiques (« choix et instrumentalisation du programme », *id.* : 125), les postures corporelles (de l'ordre du relâchement signifiant la détente), etc.²⁸⁴

Mais, il s'inscrit explicitement dans la configuration théorique alors en formation : il a emprunté beaucoup aux *Cultural Studies* pour l'idée d'un téléspectateur actif ; il a articulé cette approche avec la notion de tactiques développée par Michel de Certeau : l'activité du téléspectateur se manifeste par la mise en place de tactiques (résistance par

²⁸⁴ La nature des manifestations affectives observées a donné lieu à l'établissement de quatre types, définis en fonction de l'intensité de la manifestation, de sa fréquence, de sa spontanéité, etc. ; la manifestation affective est mise en rapport avec le contenu du programme (idées de normes et déterminations sociales), avec l'idée d'« acquis spectatoriel » (savoir spectatoriel) et avec la notion d'« effet réactif » : « Le téléspectateur est la cible de stratégies visant à produire tel ou tel type de réaction émotionnelle (faire rire, émouvoir, etc.) » (Calbo, 1998 : 134).

exemple) face aux stratégies télévisuelles. Il reprend également la convergence des traditions de recherche américaines et anglaises lorsqu'il évoque le plaisir lié à l'expérience spectatorielle (*Uses and Gratifications Researches*) et l'associe à l'idée de réception sociale et collective (*Cultural Studies*) : « Le rôle actif du téléspectateur ne se résume pas à l'attitude participative. On peut en effet considérer que la situation est également instrumentalisée par le téléspectateur. On veut dire par là que le téléspectateur tire profit d'une situation autorisant la production et l'expression d'émotions intenses. Le téléspectateur escompte un certain type d'expérience et un certain type de bénéfices. [...] Ce plaisir sera d'autant plus intense que le téléspectateur se plie au jeu collectif de la réception » (Calbo, 2000 : 210). Surtout, il se réfère aux travaux de Daniel Dayan et Elihu Katz (1996) pour qualifier le sentiment d'appartenance à un collectif ressenti et exprimé²⁸⁵ par les individus lors de la télévisualisation d'un événement sportif : « On peut parler ici de la production d'un public configuré dans ses réactions par le déroulement de l'événement en question. Ce public se constitue dans l'instant de la réception télévisuelle en tant que communauté de "corps et d'esprit" qui se manifeste par l'expression de comportements, d'émotions et de jugements [...] » (Calbo, 2000 : 214). L'auteur ajoute en note de bas de page : « [...] C'est dans le moment de la réception, me semble-t-il, qu'un public "prend corps" effectivement et qu'il acquière une expérience en tant que tel ».

7.4.3. Genèse des enquêtes et reconnaissance académique

Ces travaux sont un effet de la diffusion des discours énoncés *supra*. Mais, ils ont contribué eux-mêmes à alimenter la tendance. On comprend que la configuration d'un champ scientifique est en évolution constante : l'application de thèses dominantes à un moment donné renforce leur autorité. En effet, Dominique Pasquier et Stéphane Calbo ont été les destinataires de l'importation de savoirs : la première, membre du laboratoire Communication et Politique et du GDR Communication, a été initié à ces travaux *via* Daniel Dayan et les activités du LCP ; le second a reçu l'influence de son directeur de thèse, Pierre Sorlin, également familiarisé à ce courant de pensée (ce dernier a été membre du jury de thèse de Daniel Dayan, il a rédigé un compte-rendu de lecture de

²⁸⁵ Ce sentiment se manifeste par la circulation d'un objet, l'adoption d'un comportement commun (cris, etc.), la synchronisation des conduites dans différents lieux (mêmes réactions au mêmes moments), autrement dit la « simultanéité et similarité des conduites spectatorielles » (Calbo, 2000 : 212).

l'ouvrage *Media Events*, il collabore à *Réseaux*). Ils sont aussi à l'origine du développement de ce courant de recherche en France, par la publicisation de leurs enquêtes respectives. Dominique Pasquier, par ses activités à la revue *Réseaux* (membre du comité de rédaction) et son inscription dans le réseau, y diffuse ses résultats dès 1995 (« Chère Hélène. Les usages sociaux des séries collège » puis, en 1997, « Télévision et apprentissages sociaux : les séries pour adolescents »); de même dans *Hermès* (« Identification au héros et communautés de téléspectateurs : la réception d'« Hélène et les garçons », 1998) et dans des ouvrages collectifs (voir l'annexe 11b). L'étude est devenue une référence en France : en 2003, elle est répertoriée et présentée longuement (six pages) par Brigitte Le Grignou (2003 : 117-122) dans l'ouvrage *Du côté du public* ; elle est aussi présentée comme « l'étude de ce type la plus importante menée en France » par Jean-Pierre Esquenazi (2003 : 88), dans une sous-partie « L'étude ethnographique des publics » du manuel *Sociologie des publics*²⁸⁶. Le travail de Stéphane Calbo connaît lui aussi une diffusion importante dans le champ académique, avec la publication de sa thèse (*Réception télévisuelle et affectivité : une approche ethnographique sur la réception des programmes sériels* aux éditions L'Harmattan) et celle d'un article deux ans après sa soutenance dans *Réseaux*²⁸⁷ (« Les manifestations de l'affectivité en situation de réception télévisuelle »), puis de contributions à des ouvrages collectifs (voir l'annexe 11c). En revanche, il ne dispose pas d'une reconnaissance comparable à celle de la sociologue.

On comprend alors comment les positions des auteurs au sein du champ interviennent dans l'attribution de « pouvoirs symboliques », comme l'a esquissé Bruno Latour (1989) : Dominique Pasquier est directrice de recherche au CNRS (pouvoir institutionnel) qui dispose déjà d'une forme de reconnaissance par ses travaux sur les animateurs de télévision, ainsi que de propriétés en lien avec ses activités (e.g. membre du comité de rédaction de *Réseaux*). Son capital scientifique augmente depuis lors d'année en année. Stéphane Calbo devient docteur en 1996, mais il rompt avec le

²⁸⁶ L'ouvrage de D. Pasquier (1999) figure parmi les six éléments de bibliographie sélective du chapitre « Audiences et publics » du manuel *Sociologie des médias* de R. Rieffel (2001).

²⁸⁷ À la fin des années 90, *Réseaux* est devenue une revue importante du champ académique (voir le chapitre 4). La publication d'un article y est une forme de reconnaissance, d'autant plus pour un jeune chercheur. De plus, cela permet de diffuser le texte à l'ensemble d'un réseau d'acteurs.

champ académique et part travailler à Ipsos Médias²⁸⁸. Ce faisant, il se détache du réseau *via* lequel ses travaux ont été publicisés. Ceux-ci sont parfois cités en référence, *e.g.* par Brigitte Le Grignou (2003 : 58) en note de bas de page. Au sujet des enquêtes ethnographiques sur les téléspectateurs, citons également la diffusion des résultats d'un travail réalisé au Canada sous la direction de Serge Proulx (Proulx, Laberge, 1995), celle des études menées par Gisèle Bertrand (1999²⁸⁹) et Véronique Le Goaziou (1999²⁹⁰)²⁹¹, le tout sous la forme d'articles publiés dans *Réseaux*.

7.5. L'évolution du réseau. Les effets de la circulation des hommes

Entre le début et la fin des années 90, la configuration du réseau de chercheurs sur les téléspectateurs évolue non pas tant au niveau de l'identité des acteurs que des lieux auxquels ils se rattachent. En effet, le GDR Communication cesse ses activités vers 1998-99. Si c'est alors la clef de voûte du foyer qui disparaît du tableau, les interactions entre les chercheurs se poursuivent. En ce sens, celles-ci ont pu être activées par un foyer scientifique, mais leur évolution y est indépendante.

Ensuite, la trajectoire des chercheurs entraîne le déplacement des lieux de l'exercice de leurs recherches. La circulation des hommes détermine l'évolution géographique du

²⁸⁸ Nous avons voulu rencontrer S. Calbo afin de connaître précisément sa trajectoire professionnelle, les raisons pour lesquelles il a quitté le champ académique (choix délibéré ou non obtention de poste à l'université) ; mais nos courriels sont restés sans réponse à ce jour.

²⁸⁹ G. Bertrand (1999) a étudié les usages domestiques de la télévision et l'influence de ceux-ci sur la construction sociale du groupe familial. Autrement dit, comment les relations avec la télévision et les pratiques médiatiques au sein d'un foyer influencent-elles la socialisation familiale ? Pour ce faire, elle s'est fondée sur les résultats d'une enquête (qualitative : entretiens, et quantitative : données d'audience de Médiamétrie) sociologique menée auprès de familles sur « les processus de décision » en terme de pratique télévisuelle : « Notre interrogation [...] cherche à mettre en lumière [...] selon quelles modalités, l'usage domestique du média participe à la construction sociale du groupe familial d'aujourd'hui et des individualités qui le composent » (*ibid.* : 317). Il ne s'agit pas d'une démarche ethnographique d'observation *in situ*, mais la problématique est traitée sous l'angle d'une pratique quotidienne, soumise à l'appropriation d'individus.

²⁹⁰ Dans cet article, V. Le Goaziou (1999) représente une équipe de sociologues qui ont souhaité identifier des rituels en lien avec la télévision : il s'agissait de ne pas interroger les individus, ni leur demander d'expliquer leurs pratiques, ni intervenir dans le cours de celles-ci, mais simplement observer, dans le but de décrire des attitudes et des postures spectatorielles : « Le dispositif consistait... à regarder des gens regardant la télévision » (*ibid.* : 295). L'attention des chercheurs s'est surtout portée sur les rituels manifestés au niveau du corps (tenue vestimentaire, attitude, etc.) en situation domestique de réception télévisuelle.

²⁹¹ De ces trois auteurs, deux sont membres du réseau étudié ; V. Le Goaziou est maître de conférences en sociologie à l'Institut d'études politiques de Paris : nous n'avons pas relié sa trajectoire à celle du réseau.

réseau, elle peut le circonscrire ou l'étendre (voir la figure 51). En 1995, Sabine Chalvon-Demersay, Dominique Mehl, Dominique Pasquier et Louis Quéré rejoignent le Centre d'étude des mouvements sociaux (CEMS) à l'École des hautes études en sciences sociales (EHESS), tandis que Daniel Dayan devient membre du Laboratoire d'anthropologie des institutions sociales (Laios), également situé à l'EHESS²⁹². L'École devient alors un foyer d'activité pour le réseau des recherches sur les téléspectateurs, dans la lignée de son ancêtre l'École pratique des hautes études (voir le chapitre 2). Par ailleurs, l'EHESS était déjà relié à la configuration, *via* les activités d'enseignements de certains membres ainsi que par l'intermédiaire d'Éric Macé et Éric Maigret qui y ont soutenu leurs thèses (1994 et 1996) tout en intégrant le réseau²⁹³. À la fin des années 90, ceux-ci deviennent maîtres de conférence en sociologie à l'université Paris 3 ; sur place, se trouvent Pierre Sorlin, Stéphane Calbo – qui termine sa thèse –, Guy Lochard – qui a contribué à inscrire la télévision comme objet du quotidien –, François Jost et Laurence Allard (auteur d'articles et d'un compte-rendu de lecture). Ce lieu constitue donc une ramification du réseau principal, due à l'arrivée d'une deuxième génération de chercheurs. Ainsi une nouvelle configuration géographique pour les recherches sur les téléspectateurs se met-elle en place entre l'EHESS et l'université Paris 3²⁹⁴ ; elle est reliée au département « Recherche et Développement » de France Télécom (qui remplace le Cnet en 2000), *via* les contacts interpersonnels et la revue *Réseaux* – toujours dirigée par Patrice Flichy – dont Dominique Pasquier et Louis Quéré sont membres du comité de rédaction²⁹⁵.

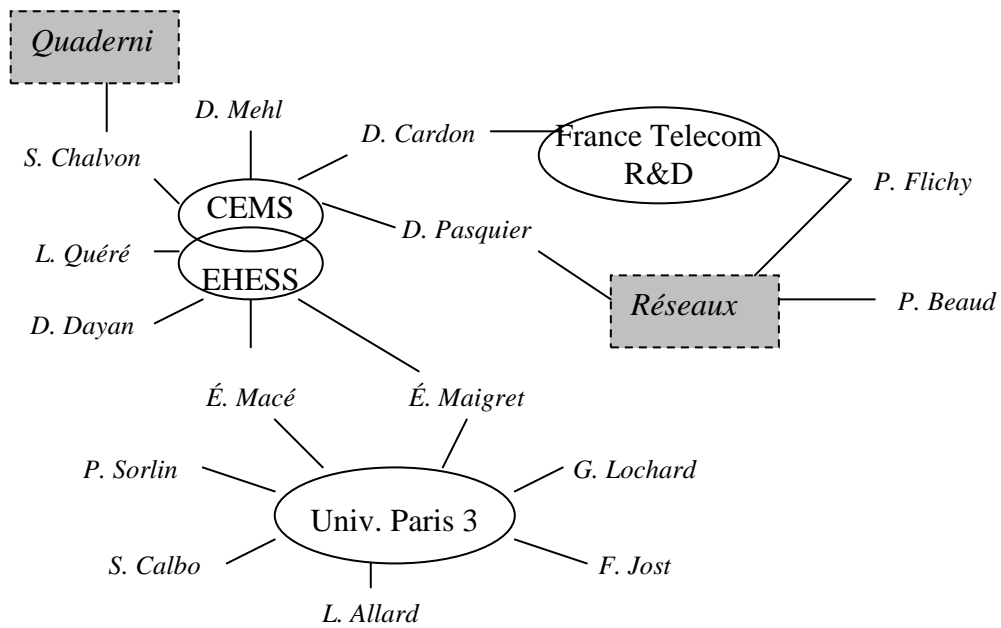
²⁹² D. Dayan rejoint le CEMS en 2006.

²⁹³ Rappelons que les deux chercheurs ont été les principaux traducteurs – avec D. Dayan – des articles d'auteurs étrangers dans le dossier « À la recherche du public » de la revue *Hermès* (Dayan, 1993a) (voir l'annexe 1i).

²⁹⁴ P. Sorlin, S. Calbo, L. Allard sont rattachés à l'Institut de recherche sur le cinéma et l'audiovisuel (Ircav), aujourd'hui dirigé par L. Creton, tandis que G. Lochard et F. Jost créent, en 1998, le Centre d'étude des images et des sons médiatiques (Ceisme) (voir Paillart, 1999).

²⁹⁵ D. Cardon, chercheur associé au CEMS et chercheur à France Télécom R&D représente également cette liaison.

Figure 51. Configuration du réseau d'acteurs des recherches sur les téléspectateurs à la fin des années 90.



Chapitre 8. Élargissement du réseau et des approches

Dans les années 2000, les ramifications des recherches sur les téléspectateurs ont été de deux ordres. D'une part, les questionnements posés par les sociologues des médias évoluent vers les notions de « publics » et « communautés d'interprétation », dans la continuité de la sociologie de la réception. D'autre part, d'autres approches deviennent davantage visibles dans le champ académique, notamment celle qui consiste à envisager l'activité téléspectatorielle comme une médiation. L'étude expérimentale de la réception, menée dans une approche psychosociale, est aussi légitimée dans le champ à ce moment-là. À nouveau, nous étudions les effets des réseaux d'acteurs ainsi que le rôle des revues scientifiques dans les procédés d'attribution de reconnaissance observés. En définitive, nous observons un paradoxe au niveau de l'hétérogénéité de la cartographie géographique et intellectuelle de ce domaine des recherches.

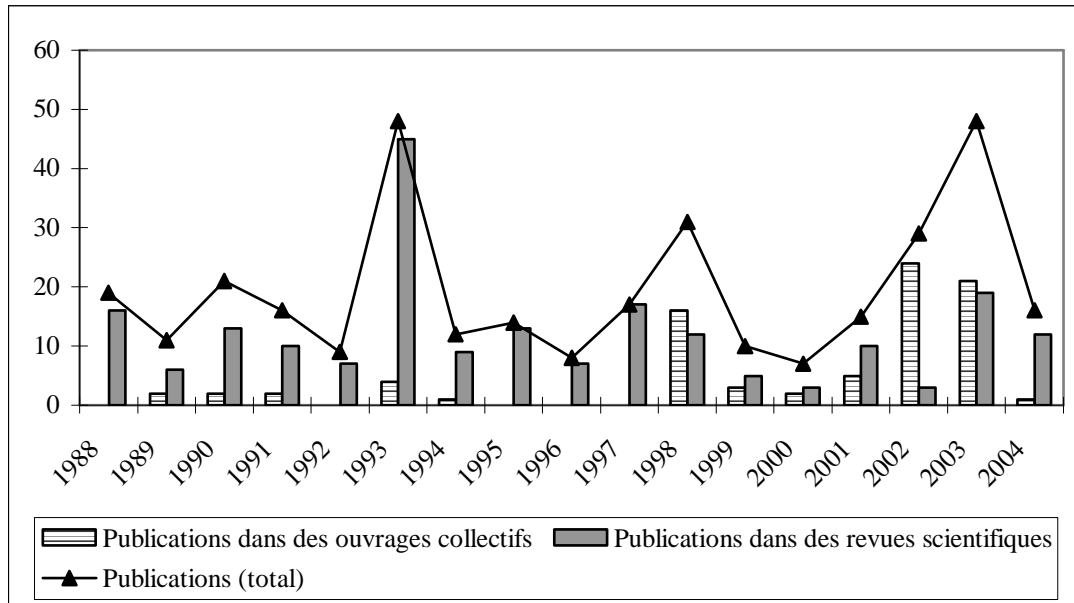
Après 1998, la nature des publications est de deux sortes : dans un premier temps, alors que la quantité de textes tend à décroître (figure 52), ceux-ci achèvent la publicisation de résultats d'enquêtes menées précédemment (Boullier, 2001 ; Calbo, 1999, 2000, 2002 ; Pasquier, 2002 ; Proulx, 1999 ; Proulx, Bélanger, 2001). En outre, les discours traitent de la réception, mais la thématique est amenée de manière indirecte, par le biais des axes « Jeunes et écran » (en 1999, les contributions d'Élisabeth Baton-Hervé « Les enfants téléspectateurs. Prégnance des représentations médiatiques et amnésie de la recherche », Véronique Le Goaziou « Le corps des téléspectateurs » et Gisèle Bertrand « Pratiques télévisuelles dans la famille et processus de décision » dans *Réseaux*) et « Médias et migrations » (en 2001, les textes de Kevin Robins « Au-delà de la communauté imaginée ? Les médias transnationaux et les migrants turcs en Europe », Serge Proulx, Danielle Bélanger « La représentation des communautés immigrantes à la télévision francophone au Québec »)²⁹⁶.

Dans un deuxième temps, l'accroissement des publications se manifeste par une diversification tant au niveau de leurs lieux de production que de leur teneur (voir la figure 52). En effet, la publication d'ouvrages collectifs se multiplie au sein du champ académique – de fait, celle de contributions à des ouvrages collectifs, au « détriment » des articles de revue. Une question se pose alors : le pic de publications sur les téléspectateurs en 2003 est-il dû à leur croissance ou à un effet de la multiplication des lieux de publication « offerts » aux auteurs ? Autrement dit, est-ce que les chercheurs écrivent davantage sur les spectateurs à ce moment-là ou est-ce qu'ils publient davantage – parce que les sollicitations et/ou les espaces augmentent ? Le phénomène observé est-il spécifique aux recherches sur les téléspectateurs où illustre-t-il une évolution des pratiques scientifiques ? En outre, la nature des travaux présentés se diversifie : des approches autres que celle ethnographique de la réception se distinguent nettement. Par exemple, l'étude psychosociale des effets des médias est l'objet d'un dossier dans la revue *Questions de communication* (Chabrol Cl., Courbet D., Fourquet-Courbet, 2004). Ceci traduit une ramification des définitions des « téléspectateurs », ou

²⁹⁶ L'objet est aussi circonscrit aux *fans* dans l'ouvrage collectif *Les cultes médiatiques* dirigé par P. Le Guern (2002) (voir les contributions de J.-P. Esquenazi, « *Friends*, une communauté télévisuelle », P. Le Guern, « En être ou pas : le fan club de la série le prisonnier » et D. Pasquier, « Une nouvelle amie. Le héros télévisuel comme promesse d'amour »).

plutôt une meilleure visibilité de celles-ci. Il s'agit de connaître les facteurs qui participent à ce mouvement.

Figure 52. Évolution des publications sur les téléspectateurs, articles et contributions (1988-2004²⁹⁷).



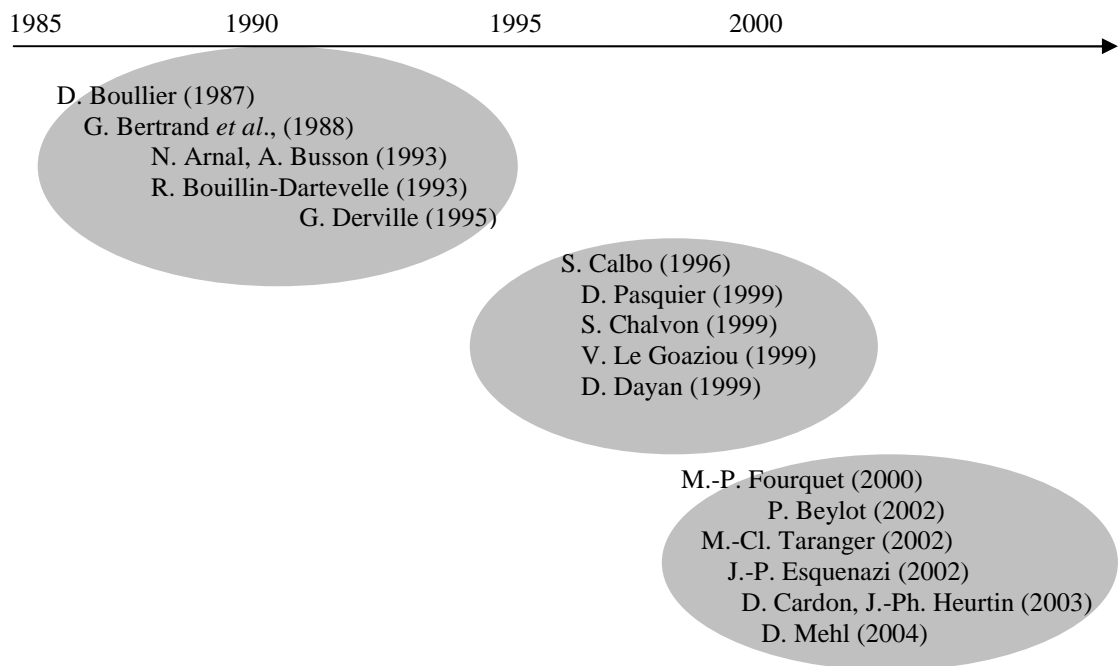
La ramification des travaux, caractéristique de la période contemporaine – de 1999 à 2004²⁹⁸ – se situe à un niveau géographique (élargissement des foyers d'activité) et à celui des idées (voir la partie 8.2). Cette idée est soutenue par l'examen d'éventuelles filiations générationnelles dans ce domaine de recherche. À partir d'une représentation chronologique de « vagues » d'enquêtes sur les téléspectateurs qui se sont succédées (voir la figure 53) – et qui correspondent peu ou prou aux périodes définies dans notre travail –, nous n'identifions pas de génération d'intervenants qui succéderait à une autre, en tant qu'« élèves de ». Ceci se remarque également au niveau des thèses recensées (voir l'annexe 4) : souvent, les directeurs de ces recherches doctorales ne sont ni à l'origine d'une investigation recensée, ni ne figurent parmi les acteurs importants identifiés. Ils jouent alors un rôle de passeur dans la mesure où ils font circuler des

²⁹⁷ La période débute en 1988 pour une meilleure lisibilité des spécificités des années 1998-2004.

²⁹⁸ Cette étape est limitée à 2004 en raison des marges de notre corpus. À la lecture des travaux publiés depuis, on pourrait l'étendre au moins jusqu'à 2006 ; en effet, la configuration du domaine des recherches (tant au niveau des acteurs qu'à celui des travaux et discours diffusés) se développe de manière identique, *i.e.* autour de deux éléments présentés dans ce chapitre : l'exploitation et la mise en visibilité de plusieurs axes de recherche (Aubert, 2006 ; Desquinabo, 2005 ; Meyer *et al.*, 2005) ainsi qu'une tendance aux bilans (voir Charpentier, 2006).

savoirs entre les auteurs et leurs doctorants. Par exemple, les travaux de Stéphane Calbo et Marie-Pierre Fourquet sont représentés sur le graphique : ils ont été dirigés respectivement par l'historien du cinéma Pierre Sorlin, et par Jean-Léon Beauvois, professeur de psychologie sociale.

Figure 53. Succession d'enquêtes sur les téléspectateurs (1987-2004).



8.1. Développement de la sociologie des médias

8.1.1. Limites à l'approche ethnographique

Le recours à l'enquête ethnographique a posé des limites qui avaient été esquissées par Daniel Dayan dès 1992 et qui sont éprouvées par les enquêteurs au cours de la décennie : ces biais apparaissent pour certains comme des impasses. D'abord, la présence de l'enquêteur au domicile des personnes interrogées peut susciter chez ceux-ci un regain d'attention aux images, ainsi qu'une sur-manifestation de leurs réactions. Dès lors, le chercheur n'a pas accès à des réactions en situation quotidienne, privée, « normale » de réception, mais à ce que l'individu accepte de dire ou manifester, ou non, ce que ce dernier considère comme étant la « bonne réponse ». En effet, les individus ont parfois l'impression de passer un examen lorsqu'un chercheur vient à leur

domicile. Dominique Pasquier (1999) a fait le constat de biais méthodologiques importants en lien avec la procédure d'enquête ethnographique, dont « les ouvrages anglais qui étaient fondés sur ces approches parlaient très insuffisamment » ; lorsqu'elle observait les *fans* à leur domicile, « c'était une violence symbolique abominable puisque je les mettais en situation d'épreuve scolaire pour un programme de télévision qu'ils regardaient affectivement » (entretien, 19 mars 2004). Mais, le croisement des résultats avec ceux d'enquêtes plus classiques, sociologiquement parlant (questionnaire, étude de contenu), a permis à l'auteur de déplacer ses interrogations vers l'étude de « la construction de la position de téléspectateur dans la vie sociale » (*ibid.*). Ces biais lui ont également permis de « comprendre à quel point la télévision fait partie de l'intimité quotidienne ».

Ensuite, le chercheur réalise une activité d'interprétation des données recueillies : il peut être tenté d'accorder une signification – parfois erronée – à l'un ou l'autre comportement qu'il observe. Tout comme les chiffres d'audience n'indiquent pas l'indice de satisfaction d'un programme, la présence d'un individu devant son poste ne veut pas dire qu'il accorde un intérêt spécifique aux images qu'il regarde. Par ailleurs, la restitution des résultats est influencée par les propres décodages et/ou représentations de l'enquêteur. Pour reprendre les propos de Daniel Dayan (1992 : 156), celui-ci doit adopter une posture réflexive : « Ce travail sur soi signifie pour le chercheur la nécessité d'explicitier certains de ses postulats implicites, en ce qui concerne principalement ses choix épistémologiques, ses présupposés idéologiques et politiques ».

Enfin, un biais réside dans l'attribution *de facto* de la posture de téléspectateur à l'individu que l'enquêteur interroge. Ce dernier attend des personnes qu'elles agissent et réagissent en tant que téléspectateurs, membres d'un public. De plus, explique la sociologue Sabine Chalvon-Demersay (entretien, 19 mars 2004), « le critère de définition du groupe a une incidence sur la manière dont vous allez analyser la réception » ; autrement dit, les caractéristiques dont on dispose sur l'interrogé (âge, nationalité, profession...) influencent l'analyse de la réception. Par exemple, ajoute-t-elle, « vous mettez ensemble des allemands et vous leur faites regarder *Dallas*, et vous mettez ensemble des italiens : ce qui les différencie, c'est que les uns sont allemands, les autres italiens. Quand vous allez trouver une lecture différenciée de *Dallas*, vous allez dire que c'est parce qu'ils sont allemands ou italiens. Mais c'est vous qui les avez

construits d'abord comme étant d'abord allemands ou italiens ». À ce sujet, Daniel Dayan (1992 : 156) évoque un « artefact de public, consistant à proposer l'"ethnographie" d'une communauté constituée sur invitations ». L'analyse des réceptions différenciées en fonction des attributs socio-démographiques des individus est artificielle, comme l'est la caractéristique « téléspectateur ». C'est pourquoi l'anthropologue (1998, 2000) invite à l'étude des manières dont les personnes manifestent leur appartenance à un public de spectateurs (voir le chapitre 6 et *infra*).

8.1.2. Saisir la nature de la relation entre téléspectateurs et télévision

Face à ces limites, une proposition émane de la sociologue des médias Sabine Chalvon-Demersay (1999, 2003), qui connaît bien les discours de Daniel Dayan (voir notre entretien avec l'auteur, annexe 8b), les travaux de Dominique Pasquier²⁹⁹, plus généralement ceux de la mouvance ethnographique, par son inscription dans le réseau d'acteurs constitué autour du GDR Communication. Sabine Chalvon-Demersay (entretien, 19 mars 2004) s'est fondée sur le postulat selon lequel le média occupe une place privilégiée dans le quotidien des individus : « Je suis partie d'un sentiment très fort : la télévision est importante dans la vie des gens ». Après avoir travaillé sur la fabrication des œuvres audiovisuelles – les fictions (Chalvon-Demersay, 1994) –, la question du « troisième pôle » s'est, pour l'auteur, comme imposée³⁰⁰ : dans l'objectif de comprendre l'importance de la télévision dans la vie des individus, celle-ci (1999, 2003) a mené une enquête auprès de « publics particulièrement concernés », *e.g.* des instituteurs et des écoliers face à la fiction française *L'Instit* et le personnel médical et des patients face à la série américaine *Urgences*³⁰¹. Il s'est agi de saisir la nature du lien social qui unit des téléspectateurs à un programme télévisuel. Pour ce faire, et en écho au vide théorique et aux limites aux enquêtes empiriques des études de réception, elle

²⁹⁹ S. Chalvon-Demersay et D. Pasquier ont des parcours proches (Laboratoire de sociologie de l'art, puis LCP, puis Centre d'étude des mouvements sociaux). Elles sont directrices de recherche CNRS et leurs bureaux à l'EHESS se situent à quelques mètres l'un de l'autre. Elles ont travaillé ensemble pour une étude des animateurs de télévision (Chalvon-Demersay, Pasquier, 1990), qui les conduit à comprendre, « très en profondeur, quelque chose de très important sur la télévision : le fait qu'elle n'est pas du cinéma, ni du théâtre, ni de la littérature, elle accompagne les gens dans leur vie quotidienne, elle vit avec eux, elle sort les gens de l'anonymat, elle les fait parcourir l'espace public très vite ».

³⁰⁰ Signalons notamment la dernière phrase de l'ouvrage co-écrit par S. Chalvon-Demersay et D. Pasquier (1990 : 263) qui ouvre délibérément la voie à une réflexion sur les comportements spectatoriels : « À moins que le public, encore une fois, n'en décide autrement ».

³⁰¹ « Une série sur le monde de l'école ; une série sur le monde de l'hôpital » (Chalvon-Demersay, 2003 : 504).

propose de déplacer la perspective : « J'ai cherché non pas à analyser les téléspectateurs à partir de la série mais à analyser la série à partir du point de vue des spectateurs. En considérant que les téléspectateurs dans la diversité de leur positions personnelles, sociales, professionnelles étaient susceptibles d'apporter des regards complémentaires et différenciés sur ce programme qui, sans en épuiser le sens, pouvaient permettre d'en "activer les potentialités", pour reprendre l'expression de Jauss. De ce point de vue, la perspective que j'ai adoptée est plus proche des études portant sur les textes littéraires que des études sur les médias » (Chalvon-Demersay S., 2000, « Bilan des activités de recherche. Habilitation à diriger des recherches », document délivré par l'auteur). L'évolution de ces recherches conduit la sociologue à affirmer la nécessité d'un travail à la fois sur les contenus audiovisuels et sur leurs publics : il ne faut pas isoler la réception, affirme-t-elle : « Mon hypothèse est qu'il ne faut jamais travailler simplement sur des contenus : je travaille sur les professionnels des contenus, de même que j'ai travaillé sur le couple contenus et publics » (entretien, 19 mars 2004).

Il est à noter que le travail de Sabine Chalvon-Demersay (2003 : 504) témoigne d'une évolution dans la mobilisation des apports de Michel de Certeau (voir partie 7.3.3) ; en ce sens, la chercheur ne rompt pas avec la perspective développée au cours des années 90, elle la complète : « Héros imaginaires et spectateurs incarnés partagent manifestement des situations, des actions et des événements de la vie quotidienne. La question était de comprendre comment une série télévisée pouvait devenir une médiation de la façon dont des personnes perçoivent leurs activités, envisagent leur profession, entretiennent des interactions, se rapportent à leur réalité. *Le récit fictionnel comme opérateur de constitution du rapport à soi, à autrui et au monde* [souligné dans le texte] ». Ici, la pensée de Michel de Certeau constitue une toile de fond avec une variante : il ne s'agit plus d'étudier la constitution d'un rapport au texte à partir des ressources personnelles, mais de voir comment l'expérience téléspectatorielle structure le rapport au monde qui nous entoure. Autrement dit, l'auteur ne cherche pas à identifier comment les individus interprètent le programme, mais comment ceux-ci définissent leur activité professionnelle à partir de « l'image idéalisée » qui en est fournie par une série diffusée à la télévision (*ibid.* : 519) : « L'idéalisation des héros [...] constitue un levier pour la définition de standards d'appréciation de la réalité sociale [souligné dans le texte] ».

8.1.3. Vers une sociologie des publics

Les biais méthodologiques des observations *in situ* se sont accompagnés du renouvellement de la problématique de la réception à celle des publics. L'ensemble est non seulement porté et représenté par Daniel Dayan, mais il est comme auto-généré par les membres d'un réseau d'acteurs pérenne depuis la fin des années 80. En effet, on ne peut parler d'une controverse au sujet de ces limites reliées à l'approche ethnographique de la réception, car ils sont énoncés par les enquêteurs eux-mêmes³⁰². Comme ils étaient annoncés par Daniel Dayan (1992), ils sont plutôt confirmés que découverts. En outre, ils vont conduire ces mêmes chercheurs à « aborder la question, plus riche conceptuellement, de la production et de la constitution des publics médiatiques » (Cefaï, Pasquier, 2003b : 42), telle qu'elle est théorisée au cours des années 90-2000 par Daniel Dayan (1998a, 2000, 2003a). Autrement dit, il ne s'agit plus d'« observer des téléspectateurs » mais d'« analyser des interactions ». Durant les années 90, ce sont les chercheurs « autour » de ce dernier qui appliquent le programme ethnographique (Dominique Pasquier, Stéphane Calbo par l'intermédiaire de Pierre Sorlin). De même lorsqu'il s'agit de diffuser les limites de ce dernier (Daniel Cefaï, Dominique Pasquier (2003a) ; Brigitte Le Grignou (2001) ; Éric Maigret (2003a)) et de mettre en œuvre des interrogations sur les « publics » (Jérôme Bourdon (2004) ; Sabine Chalvon-Demersay (1999) ; Dominique Mehl (2004)).

Pour Philippe Breton et Serge Proulx (2002 : 245), Daniel Dayan amorce un « important travail de déconstruction de la notion de "public" » en posant la question de la constitution des publics médiatiques, à partir des problématiques esquissées par les chercheurs anglo-saxonnes Sonia Livingstone (voir la télévision, c'est « voir avec » une entité collective imaginée) et Ien Ang (voir, c'est « voir avec » ceux qui ont déjà reçu le programme). Dès 1992, Daniel Dayan formule le renouvellement des études de réception : « L'un des objectifs des études de réception est alors de passer à l'étude de cette quatrième fiction : de proposer une ethnographie des modes d'autoreconnaissance des publics. [...] il leur échoit de savoir comment se constituent les publics [...] et de réfléchir sur les conséquences d'une telle constitution » (Dayan, 1992 : 159-161). C'est

³⁰² D. Dayan (1992 : 151-156) évoque les critiques formulées par les anthropologues professionnels ainsi que par des chercheurs étrangers. Mais, ces textes ne sont pas diffusés dans le champ académique français, dès lors ils n'ont pas intégré un débat circonscrit à quelques acteurs.

surtout avec le texte « Le presque public de télévision », publié en 2000 dans *Réseaux*, que Daniel Dayan affirme et assume sa position d'autorité dans le créneau de la théorisation des publics de télévision³⁰³. Celle-ci s'articule autour des idées de « rencontre » (entre un programme diffusé et un groupe de spectateurs), de « performance » et de « protocoles de socialité » (Dayan, 2003b : 454, 458, 462). Elle se précise avec « Télévision, le silence des publics » (2000), « *Homo videns* : la réception, l'ethnologue et le téléspectateur » (2002a), « Les médias visuels et leurs publics » (2002b), « Le public comme performance » (2003a).

- *Théorie de l'expérience téléspectatorielle*

Pour Daniel Dayan (2003a : 47), la notion de public renvoie à l'idée d'une expérience : le public s'affirme comme « expérience subjective qui rapporte le voir à la communauté imaginée de ceux qui voient aussi ». Plus généralement, il interroge (Dayan, 2000) : « Comment penser la notion d'un public de télévision ? Que signifie cette notion ? Les publics ont-ils, selon les cas, plus ou moins de substance, plus ou moins de stabilité ? Sont-ils toujours les émanations de collectivités préexistantes ? Peuvent-ils au contraire se constituer en réponse à des situations inédites, aux sollicitations de certains textes ? Existe-t-il alors des situations qui seraient *publigènes* par rapport à des situations qui, elles, seraient stériles ? Existe-t-il des circonstances *publicides* ? Peut-il y avoir un public sans qu'il y ait parole ? La notion de public est-elle dissociable de celle de sphère publique, et donc d'une activité spécifique de débat ? Peut-on au contraire faire partie d'un simple public par juxtaposition, voire, sans qu'il y ait juxtaposition, par la simple vertu d'un calcul statistique, Enfin, quels rapports la notion de public entretient-elle avec la notion d'audience ? ». Il conclut à l'existence de différentes formes de publics selon qu'ils sont envisagés « à », « face à » ou « de » la télévision. En ce qui concerne les « publics de la télévision », il différencie ceux « pour un jour » (le public éphémère des cérémonies télévisées) des « pour rire » (les *fans*). C'est pourquoi le public n'est jamais unique, constant, régulier, il est un « presque-public ». En outre, le chercheur (Dayan, 2003a : 48) a défini l'idée d'« audienciation » – à partir de la terminologie anglo-saxonne *to audience* – pour désigner « le processus actif d'acceptation de

³⁰³ Il faut remarquer que cette théorisation des publics médiatiques s'effectue « seulement » *via* quelques textes (articles ou contributions) : contre toute attente, D. Dayan n'a pas écrit d'ouvrage sur cette thématique qui aurait pu devenir le livre de référence.

l'identité collective proposée au spectateur dans l'acte d'énonciation ». Autrement dit, à différents moments, un individu peut être invité à exprimer son appartenance à un public, à effectuer une performance de spectateur (membre de ce public).

- *Diffusion du programme de recherche*

Ce programme a été diffusé dans le cercle de chercheurs réuni autour de Daniel Dayan. Notamment, Sabine Chalvon-Demersay, Dominique Mehl et Dominique Pasquier organisent, en collaboration avec le chercheur, un séminaire, « Sociologie des médias : recherches anthropologiques sur les publics », à l'École des hautes études en sciences sociales. La perspective du « public » traverse les dossiers de revue publiés depuis lors ; Cécile Méadel (2004 : 6) introduit « Public, cher inconnu ! » (*Le Temps des médias*) en ces termes : « Après tant d'années de recherche, nous n'en savons encore guère sur les publics ; nous nageons dans les conjectures, nous traquons les définitions, les traces. Lui redonner l'épaisseur de la chronologie, retrouver les étapes de sa mise en scène [...] c'est tenter d'appréhender ces mille voix par lesquelles le public, les publics parlent, tant et si haut, de ce qu'il veut, ou ne veut pas, de ce qu'il fait, de ce qui est bon ou mauvais, pour lui, de ce qu'il aime... ». Citons Dominique Mehl et Dominique Pasquier (2004 : 9), qui annoncent le dossier « Figures du public » (*Réseaux*) : « Sondeurs, sociologues, ethnologues, anthropologues, politistes rivalisent d'inventivité pour le décrire, l'autopsier, évaluer son activité et ses engagements, soupeser son poids dans la communication audiovisuelle, esquisser son rôle dans l'espace public. Ce dossier s'inscrit dans cette quête sans cesse renouvelée du public ». La réflexion est, précises-elles, « initiée en France par Daniel Dayan ». Le projet est appliqué par Dominique Cardon et Jean-Philippe Heurtin (2003 : 420 ; France Télécom R&D et CEMS) lorsqu'ils questionnent : « Comment le processus de constitution des publics se déploie-t-il dans les coulisses de la production des programmes, puisque cet espace est désigné comme le principal atelier de fabrication des grandes audiences de la télévision ? ». De fait, les auteurs ont observé les outils (e.g. « le Point Compteur »), les discours, les comportements, les dispositifs (les « défilants ») concourant à la production du public du « Téléthon », depuis ses coulisses.

- *Retour aux théorisations de l'opinion publique*

En parallèle, on assiste à un retour aux fondements théoriques issus du pragmatisme nord-américain de la première moitié du XX^e siècle. Cette tendance a-t-elle accompagné l'engouement pour les publics, l'a-t-elle suscité ou l'a-t-elle croisé ? Elle est l'effet d'une interrogation pluridisciplinaire (science politique, sciences de la communication et sociologie) sur la nature et la constitution des publics³⁰⁴. Elle est représentée par la publication d'un dossier sur « l'opinion publique » par la revue *Hermès* en 2001, pour lequel Loïc Blondiaux et Dominique Reynié (2001) mettent en perspective « la richesse de la contribution anglo-saxonne dans l'analyse et la compréhension de l'opinion publique contemporaine » et offrent « aux lecteurs une version française de textes qui n'étaient pas jusque-là aisément accessibles ». Sont alors présentés des extraits de textes américains publiés au début des années 1900, comme ceux de Charles Horton Cooley, Walter Lippmann et John Dewey. Ces chercheurs de l'École de Chicago pensaient les groupes sociaux sous l'angle de la communication, de la communauté sociale, de la démocratie politique. Ils initiaient les premières réflexions sur l'opinion publique et les publics (voir le chapitre 1). En 2003, l'ouvrage de l'américain John Dewey, *The public and its problems* [Le public et ses problèmes] est traduit et publié en France pour la première fois, 76 ans après sa publication originale (1927). La même année, ces référents théoriques sont mobilisés par les contributeurs de l'ouvrage *Les sens du public. Publics politiques, publics médiatiques*. Daniel Cefaï et Dominique Pasquier (2003b : 20) le précisent en introduction : « La réflexion sur les publics a, pour certains d'entre nous, trouvé une de ses principales sources d'inspiration dans les travaux de C. H. Cooley (1909), de J. Dewey (1927) ou de R. E. Park (1904). [...] Il est intéressant de voir que, si marquée historiquement qu'a pu être la réflexion de Dewey, elle n'a rien perdu de son mordant et continue à être stimulante pour beaucoup ». La mobilisation, d'une part, de ces travaux, et, d'autre part d'autres auteurs de réflexions sur les publics et l'opinion publique, comme l'historienne Hélène Merlin, Gabriel Tarde, Jürgen Habermas se manifeste dans les bibliographies des textes du recueil.

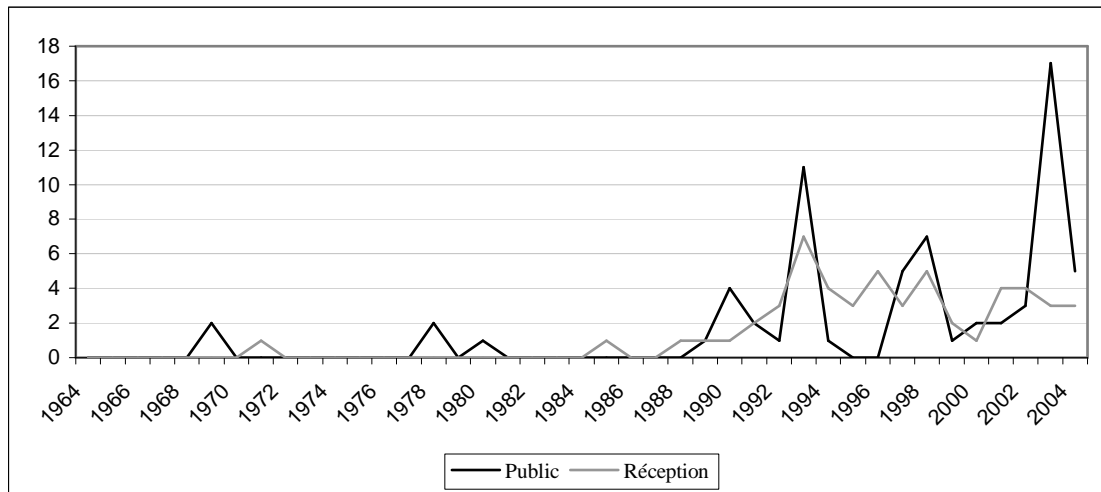
³⁰⁴ Par exemple, la problématique traverse des séminaires organisés à l'EHESS : outre celui sur les recherches anthropologiques sur les publics » (voir *supra*), il y a aussi celui de D. Cefaï et L. Quéré sur le thème « Qu'est-ce que le public ? Les formes de l'expérience publique ».

8.1.4. De la réception aux publics. L'effet d'agenda des publications

Ceci nous conduit à interroger la possibilité d'un changement de focale pour les recherches sur les téléspectateurs : une sociologie des publics a-t-elle succédé à celle de la réception, comme l'affirment Daniel Cefaï et Dominique Pasquier (2003b : 41), ou bien faut-il penser « une sociologie de la réception *et* des publics », tel que cela est suggéré par Isabelle Charpentier (2006 : 5) ? Afin d'éclairer la question, nous avons distingué, dans notre corpus, les textes se réclamant du « public » de ceux traitant la « réception » (voir la figure 54)³⁰⁵. De 2000 à 2004, une majorité de publications se réfère à la notion de public, ce qui semble s'inscrire dans le programme énoncé par Daniel Dayan : les ouvrages collectifs *Les médias et leurs publics en France et en Allemagne* (Albert *et al.*, 2003), *Les publics de la culture* (Donnat, Tolila, 2003, hors corpus), *Les sens du public* (Cefaï, Pasquier, 2003), *Le public en action* (Barril *et al.*, 2003, hors corpus) ; les ouvrages *Du côté du public* (Le Grignou, 2003), *Sociologie des publics* (Esquenazi, 2003) ; les dossiers de revue « Public, cher inconnu ! » (Méadel, 2004), « Figures du public » (Mehl, Pasquier, 2004). Ajoutons à cette liste les contributions intitulées « Télévision : le presque-public » (Dayan, 2000), « Les médias visuels et leurs publics » (Dayan, 2002b), « Les non-publics de la télévision » (Esquenazi, 2002a), « Enquête sur des publics particulièrement concernés » (Chalvon-Demersay, 2003), « Le public comme performance » (Dayan, 2003a).

³⁰⁵ Pour ce faire, nous avons exclu les publications sur le thème de l'audience. Sur les 262 restantes, nous avons distingué « réception » et « public » en fonction des titres et champs lexicaux des textes.

Figure 54. Évolution des publications sur le « public » et la « réception » (1964-2004).



Mais, nous observons également des « pics » de publications sur le public : ceux-ci correspondent, pour l'un, « à la recherche du public » lancée par Daniel Dayan (1993) ; pour l'autre, il s'agit de l'édition du dossier dirigé par Sabine Chalvon-Demersay (1998) pour *Quaderni* « Les publics. Généalogie de l'audience télévisuelle » qui est aussi, pour certains, un lieu de réflexion sur « la recherche du public » (Bourdon, 1998), leur diversité (Meslet, 1998). Ainsi peut-on poser l'hypothèse d'un croisement des notions. Existe-t-il, dans le champ académique, des tendances rhétoriques ? Pour l'heure, nous ne distinguons pas une période « réception » suivie d'une sur les « publics », comme le laisseraient penser les discours sur le passage d'une sociologie de la réception à celle des publics.

C'est pourquoi nous préférons parler – à nouveau – des effets de l'agenda académique, à partir du croisement du concept des « effets d'agenda », développé par les chercheurs américains Maxwell Mc Comb et Donald Shaw (1972), avec les propos de Pierre Bourdieu (1997 : 18) sur la mesure de l'autonomie d'un champ scientifique. Les premiers ont étudié les liens entre les informations diffusées par la télévision et les opinions des individus, afin de déterminer comment les premières influencent les secondes. Ils ont observé que les médias ont un effet sur la hiérarchisation des préoccupations des individus et non sur la nature des opinions formulées. Ceux-ci sont davantage amenés à produire des opinions, qu'elles soient positives ou négatives, sur les événements jugés prioritaires par les médias (donc, traités de façon majoritaire). La notion, rapportée au domaine de la recherche scientifique, peut être traduite en ces

termes : certains acteurs ne déterminent pas la nature des savoirs (*e.g.* « justes » ou « faux »), mais, ils influencent ce sur quoi les recherches doivent porter (*i.e.* les « objets importants »). En effet, le sociologue français explique comment les agents qui occupent les positions dites hautes du champ possèdent une forme de pouvoir, d'autorité, qui leur sont conférés par la manière dont l'espace est structuré, et qui participent de l'autonomie du champ. De fait, « dans le domaine de la recherche scientifique, les chercheurs ou les recherches dominantes définissent ce qu'est, à un moment donné du temps, l'ensemble des objets importants, c'est-à-dire l'ensemble des questions qui importent pour les chercheurs, sur lesquelles ils vont concentrer leurs efforts, et qui vont, si je puis dire, "payer", déterminant une concentration des efforts de recherche » (*ibid.* : 18). Dans cette perspective, la multiplication actuelle des discours sur le public peut être un effet d'agenda académique : il est d'actualité de traiter la notion (ou d'employer cette terminologie). Encore faut-il identifier les acteurs « importants » qui ont une influence sur une hiérarchisation des objets de recherche.

En outre, la lecture des travaux indique que, souvent, « réception » et « public » sont employés en tant que terminologies et non en tant que concepts : l'un est synonyme de l'autre. Il n'est pas rare qu'ils se côtoient dans les textes recensés. Par exemple, Daniel Dayan (1992) pose le problème des artefacts de public dans l'article « Les mystères de la réception » ; Serge Proulx (1998) dirige un ouvrage intitulé *Accusé de réception* dans lequel un contributeur traite du « public fantôme » (Raboy, 1998). Brigitte Le Grignou (2003) associe les terminologies sans les distinguer dans *Du côté du public. Usages et réceptions de la télévision*. Ainsi les pratiques de titrage à l'œuvre au sein du champ scientifique – comme celles de rubricage (voir la partie 7.1.2) – peuvent-elles avoir une incidence sur la perception d'un objet. Toutefois, depuis quelques années, il est possible de distinguer des perspectives auxquelles les notions renvoient (voir Cefai, Pasquier, 2003a) ; mais, elles sont davantage de l'ordre de l'intuition du chercheur que de la formulation explicite de deux concepts : l'idée de public contient celle d'un sentiment d'appartenance à un collectif, de manifestation de soi en tant que telle, tandis que l'étude de la réception se rapporte aux manières dont les individus traitent les informations, en sont influencées, celles dont ils organisent leur rapport au média, sur un mode presque plus individuel.

8.2. Ramification des idées, ramifications du réseau

L'approche ethnographique a été dominante durant la décennie 90, notamment parce qu'elle a été la plus visible. En marge, des chercheurs, notamment des tenants des sciences de l'information et de la communication, manifestent un intérêt pour la question des téléspectateurs. D'abord, l'étude sémiologique de la réception – ou les « théories de la réception idéale » pour reprendre les propos de Guy Lochard et J.-Cl. Soulages (1998) (voir la partie 3.1.2) – poursuit son développement, représentée alors par le chercheur en information-communication François Jost. Mais, elle ne parvient pas à trouver une légitimité immédiate dans le domaine de la sociologie de la réception. Ensuite, il faut signaler l'organisation du colloque « La télévision et ses téléspectateurs » au Centre de recherches sur les médiations (Crem³⁰⁶) de l'université de Metz en 1994. S'agit-il d'un nouvel entrant dans le domaine de recherche ?

En réalité, ces activités entraînent une ramification du réseau de chercheurs et non des idées. Cette manifestation scientifique s'est inscrite dans une quête de reconnaissance académique d'un laboratoire, témoigne Jacques Walter, aujourd'hui professeur en sciences de l'information et de la communication, Ater³⁰⁷ à l'université de Metz à ce moment-là. En effet, le Crem est fondé dans les années 1993-94 ; ses membres, dont les représentants à ce moment-là sont les chercheurs en Sic Jean-Pierre Esquenazi et Noël Nel, souhaitent en faire le lieu des recherches sur la télévision³⁰⁸. À cet effet, ils décident d'organiser un colloque annuel sur ce média : en 1994, la série est inaugurée par des journées sur « La télévision et ses téléspectateurs »³⁰⁹. Pour ce dernier, Jean-Pierre Esquenazi mobilise un micro-réseau de chercheurs constitué au cours de son parcours, ce qui a pour effet d'établir une connexion entre l'université Paris 3 et celle de Metz, dans la mesure où plusieurs d'entre eux y sont rattachés. Ainsi, lors du colloque,

³⁰⁶ Le Crem s'intitulait Centre de recherches sur les médias jusqu'en 2005.

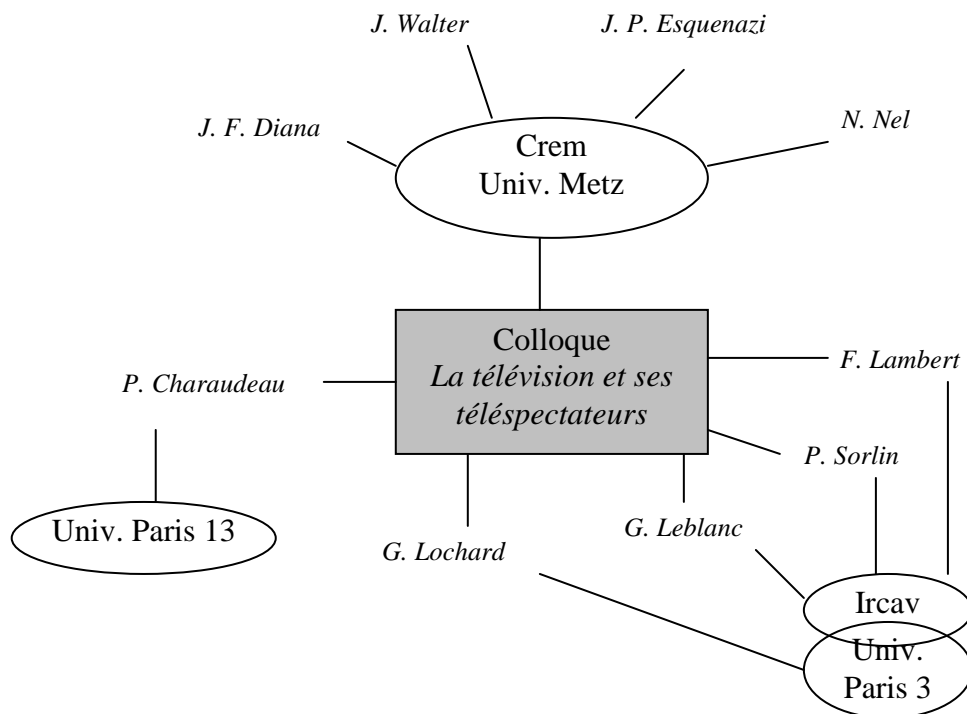
³⁰⁷ Attaché temporaire d'enseignement et de recherches.

³⁰⁸ En 1999, l'objectif est atteint puisque le Centre est recensé parmi les lieux de recherche sur les médias par I. Paillart (1999) : « L'université de Metz, quant à elle, possède un Centre de Recherche sur les Médias qui se veut espace de confrontation des travaux sur la télévision. L'organisation de colloques, la publication d'une revue *Champs visuels*, animée par Noël Nel, Jean-Pierre Esquenazi, Jacques Walter en font un lieu actif dans ce domaine ».

³⁰⁹ Elle se poursuit les années suivantes avec les colloques « Télévision et exclusion » (1996), « Télévision, justice et régulation » (1997), « Télévision, transformation, théorie » (1998). Par la suite, les intérêts de recherche des membres du Crem se diversifient et donnent lieu à des manifestations qui ne sont plus spécifiquement centrées sur la télévision en tant que telle.

interviennent des enseignants et doctorants du Crem (Jean-François Diana, Jean-Pierre Esquenazi, Noël Nel, Jacques Walter), de l'université Paris 3, notamment rattachés à l'Institut de recherche sur le cinéma et l'audiovisuel (Ircav) (Jacques Guyot, Frédéric Lambert, Gérard Leblanc, Guy Lochard, Pierre Sorlin), également de l'université Paris 13 (Patrick Charaudeau). En résumé, en 1994, c'est un réseau de chercheurs (voir la figure 55) différent de celui « principal » identifié précédemment qui organise et nourrit un colloque sur « les téléspectateurs »³¹⁰.

Figure 55. Intervenants au colloque *La télévision et ses téléspectateurs* : un réseau d'acteurs entre les universités de Metz et Paris 3.



Cependant, ce foyer représente les germes d'un traitement plus tardif de la problématique des téléspectateurs. En tant que tels, les échanges produits à cette occasion n'ont pas été suivis d'effets en terme de recherche : nous n'avons pas recensé d'enquête sur l'objet dont les résultats auraient été présentés lors du colloque, ni de théorisation reprise par la suite. Par exemple, il n'est pas fait mention de l'ouvrage collectif constituant les actes du colloque (Esquenazi, 1995) dans les textes « bilans » de

³¹⁰ Ceci dit, nous avons vu que des chercheurs de l'université Paris 3 constituent une ramification au « réseau principal », donc un lien peut être établi en ce sens.

Brigitte Le Grignou (2003), de Daniel Cefaï et Dominique Pasquier (2003a)³¹¹, ni dans les manuels de Rémy Rieffel (2001), Philippe Breton et Serge Proulx (2002) et Éric Maigret (2003a). Dans le champ académique, la manifestation n'a pas été identifiée comme un élément constitutif des recherches sur les téléspectateurs. Ceci peut être un effet de deux éléments : la domination de l'approche ethnographique à ce moment-là – et le fonctionnement réticulaire de l'activité scientifique qui l'accompagne – ainsi qu'un problème de reconnaissance académique des Sciences de l'information et de la communication (Sic).

8.2.1. Téléspectateurs et Sic : un rendez-vous manqué ?³¹²

Nous avons vu (partie 5.3) comment, dans les années 80, la problématique de la communication a suscité un engouement qui s'est traduit par plusieurs actions comme la favorisation de recherches sur les téléspectateurs. Seulement, les Sic n'ont finalement pas été reconnues par le CNRS dans la mesure où il n'existe pas de département qui leur est consacré. Le projet « Sic » s'est donc heurté à des impasses institutionnelles comme l'affirme Dominique Boullier (entretien, 3 mars 2005) : « En France, sur le plan académique, lorsque vous n'avez pas d'existence au CNRS, vous avez un mal fou à exister. Donc quand il s'agit des médias, il n'y a rien, *grosso modo* il n'y a pas de reconnaissance académique de ce travail-là : il y a des quantités de *media studies* dans le monde entier, des gens qui font des carrières là-dessus, en France c'est très dur. [...] Tant que vous n'avez pas de commission au CNRS, vous n'avez pas d'existence, vous pouvez avoir tout le cnu que vous voulez [... Les SIC] sont dévaluées hiérarchiquement par l'ensemble de la communauté »³¹³. Ceci a pu freiner la conduite d'axes de recherches, éloigner certains acteurs vers d'autres objets, conduire à l'appropriation de l'objet dans des sphères voisines.

³¹¹ Ces absences de citations en référence sont aussi l'effet de la circulation des textes en réseau : les acteurs de l'université de Metz constituent une ramification indirecte du maillage de chercheurs issus du GDR Communication qui écrivent ces bilans.

³¹² La réflexion proposée dans cette partie a été présentée lors du 15^e congrès SFSIC « Questionner les pratiques d'information et de communication. Agir professionnel et agir social », tenu à Bordeaux les 10-12 mai 2006 (voir Ségur, 2006a).

³¹³ Ce sujet mériterait une investigation plus approfondie sur le thème de la position institutionnelle des SIC au sein du champ académique, d'autant que les discours sont parfois différents : « En se saisissant plus ou moins d'objets et de concepts que les SHS ne parvenaient pas à développer ([...] la réception par les publics...) les SIC ont acquis en France une forte visibilité et, sans doute aucun, conquis une légitimité scientifique » (Maigret, 2006 : 397).

De plus, dans les textes officiels de 1993, « l'étude [...] de la réception de l'information et de la communication » est inscrite parmi les domaines de compétences de la 71^e section CNU, les Sic (Lancien *et al.*, 2001 : 41). Le thème « Réception et public » est un de ceux énoncés par les équipes ou laboratoires en information-communication recensés dans une classification établie en 2001 (*ibid.* : 45). Cependant, l'analyse des profils de poste en Sic réalisée par Hélène Cardy et Pascal Froissart (2002 : 359-360) fait apparaître l'absence de ces thèmes dans les enseignements : « Les enseignements en "NTIC, multimédia" (14 %) et en "Techniques d'expression" (11 %) représentent un quart des postes proposés au recrutement ». Nous observons que la problématique des téléspectateurs figure peu parmi les interventions lors des colloques organisés par la SFSIC³¹⁴. On se demande alors si cela signifie que les chercheurs en Sic ne s'intéressent pas à cette thématique où s'ils ne disposent pas de lieu d'expression pour ce type de travaux dans les espaces labellisés « Sic ».

8.2.2. L'étude de la réception comme médiation

Ceci dit, dans les années 2000, des tenants des Sic semblent manifester une volonté de renouer avec la problématique de la réception. D'une part, cela se traduit dans l'ouvrage dirigé par Stéphane Olivesi (2006), qui a pour objectif d'éclairer « les principaux domaines de compétences des Sic ». Il s'ouvre sur un chapitre en présentant « Les objets », dont celui inaugural est « Les médias et leurs publics. Les processus de l'interprétation » (Esquenazi, 2006). Le choix de ce chercheur, Jean-Pierre Esquenazi – dont plusieurs récentes publications portent sur les publics (2002a, 2002b, 2003) –, lui attribue-t-il la qualité de représentant des recherches sur les téléspectateurs dans le champ des Sic ? Si peu de chercheurs en information-communication ont mené des enquêtes sur cet objet, certains auraient-ils pu prétendre à ce titre ? Par exemple, Dominique Boullier a enquêté sur les « conversations télé » en 1987 et commenté les résultats à plusieurs reprises depuis lors (voir l'annexe 11a) ; il apparaît dans notre corpus comme l'un des cinq principaux acteurs dans ce domaine.

³¹⁴ Nous avons effectué un recensement de cinq congrès organisés entre 1992 et 2006 : sur 232 interventions, 8 ont porté sur les téléspectateurs, soit 3 % (voir annexe 6). Par ailleurs, quatre des six auteurs dont les textes sont recensés avant 2006 ne figurent pas dans notre corpus, *i.e.* ils n'ont pas publié d'autres textes sur les téléspectateurs dans le champ académique. Dès lors, peut-on considérer qu'ils participent aux recherches sur cet objet ?

D'autre part, des tenants des Sic tendent à exploiter l'étude de la réception dans des perspectives différentes de celles rencontrées jusqu'alors ; cela se manifeste particulièrement dans un chapitre d'un ouvrage collectif sur *Les séries policières* où il est « Question de réception ». Issu d'un colloque éponyme tenu à Bordeaux en 2002, le recueil se compose majoritairement de chercheurs en Sic, à commencer par les directeurs de publication, Pierre Beylot et Geneviève Sellier. Les textes figurant dans la partie sur la réception témoignent d'un effort pour rattacher une étude, un objet à cette question. Marie-Claude Taranger (2002 : 331) complète une enquête sur les présentations des « ados » dans les séries télévisées par des entretiens auprès de jeunes téléspectateurs afin de saisir l'autre versant de la problématique : « Comment les adolescents voient-ils les séries ? ». Michèle Gellereau (2002) déplace la question de la réception pour traiter celle de l'appropriation : comment les effets des séries policières sont-ils réinvestis par des adolescents dans la production de films amateurs ? « Une forme particulière de la réception des séries policières, celle de la critique » est au cœur du propos de Pierre Beylot (2002 : 365), ainsi que de celui de Guillaume Soulez (2002b : 382) qui se fonde sur une « étude d'une série qui a provoqué une certaine activité spectatorielle qu'est l'activité critique lors de son lancement ». Il est à noter que ces travaux ne font pas référence à ceux qui ont animé les recherches sur les téléspectateurs durant les années 90, au point que ces derniers soient ignorés par Marie-Claude Taranger (2002 : 330) : « Comment étudier la réception de la télévision et en connaître les effets ? Alors que cette direction de travail est de plus en plus fréquemment évoquée [...] le développement effectif des recherches dans ce domaine semble encore limité, en partie sans doute à cause des limites des sources utilisées, qui se réduisent le plus souvent aux données les plus accessibles : l'"audimat", la critique, parfois le "le courrier des lecteurs" ». Avec cette assertion, l'auteur fait l'impasse sur tout un pan des recherches menées en France.

Plus généralement, ceci s'inscrit dans une perspective d'étude de la réception comme médiation, alimentée les années précédentes par Jacques Walter (1998, 2001) dans le domaine de la réception des œuvres cinématographiques. Ce chercheur en Sic a étudié les réactions et interprétations de différents acteurs dans des médias au sujet de films représentant l'extermination du peuple juif durant la Seconde Guerre mondiale ; il analyse « la réception de ce film [*La vie est belle*] dans les quotidiens et les

hebdomadaires » ainsi que celle de *La liste de Schindler* (Walter, 2005 : 174)³¹⁵. Le vocabulaire de l'auteur est proche de celui que l'on rencontre dans les enquêtes en réception : « contexte de réception », « diverses interprétations », « spectateur », « analyse de la réception ». Si le projet de Jacques Walter (*ibid.* : 129) consiste surtout à « cerner les configurations des diverses interprétations publicisées de *La liste de Schindler* », le chercheur n'en présente pas moins une réception, celle qui est manifestée par les « interventions croisées de journalistes et de spécialistes » dans les médias. Ce, d'autant plus lorsque les intervenants dont il est question se positionnent en tant que « pré-spectateurs » pour reprendre la terminologie employée par Jérôme Bourdon et Jean-Michel Frodon (2003 : 111 ; voir *infra*) : « Pour d'autres critiques, c'est davantage l'expérience du savoir du spectateur "ordinaire" qui est mobilisée » (Walter, 2005 : 145). Ici, l'analyse de la réception est fondée sur l'exploitation de corpus d'articles (publiés à la fois dans des supports généralistes et spécialisés), elle porte sur des interprétations d'intervenants qui peuvent être des journalistes, des spécialistes, des professionnels du cinéma... et qui ont en commun d'être dans une position intermédiaire entre le produit (le film) et les spectateurs. Ces travaux ne figurent pas dans le corpus de textes retenus pour notre recherche, dans la mesure où il s'agit de la réception d'œuvres cinématographiques. Néanmoins, ils nous conduisent à interroger les définitions de l'objet « (télé)spectateurs » (voir le chapitre 9). Il est à noter que Jérôme Bourdon et Jean-Michel Frodon (2003) ont accordé au journaliste critique le statut d'objet de recherche. En effet, pour les auteurs, celui-ci est un « pré-spectateur » (*ibid.* : 111), au sens où il informe sur les programmes et oriente le choix du téléspectateur, il juge les dispositifs télévisuels. Ils s'interrogent sur son rôle : le critique participe aux choix des contenus télévisuels ; il dénonce les « bidonnages » et « bidouillages » (*id.* : 63) ; il doit être un « un activateur de curiosités » (*id.* 171).

Dès lors, une perspective d'étude de récepteurs intermédiaires est investie par les chercheurs français, notamment par les tenants des Sic. Nous parlons alors d'une réception-médiation, dans la mesure où il s'agit de donner la parole à un public, non plus de la susciter, mais de l'écouter là où elle se manifeste³¹⁶. Mais, cette expression

³¹⁵ Voir les chapitres 5 « Justesse filmique, justice mémorielle. *La liste de Schindler* », 6 « Prismes interprétatifs : *La vie est belle* » et 7 « Rire de tout ? *La vie est belle* dans la presse juive » de l'ouvrage *La Shoah à l'épreuve de l'image* (Walter, 2005).

³¹⁶ En ce sens, cette perspective consiste aussi à adapter le programme théorique proposé par D. Dayan (voir *supra*).

doit être celle d'un médiateur, c'est-à-dire un individu qui se positionne délibérément entre l'instance de production des programmes télévisuels (les producteurs, les animateurs, etc.) et les téléspectateurs. Il est un méta-téléspectateur parce qu'il s'exprime comme tel, *i.e.* expert d'une thématique, de la télévision, etc. En effet, la médiation signifie le « fait de servir d'intermédiaire entre deux ou plusieurs choses » (source : *Trésor de la langue française*, disponible en ligne <http://atilf.atilf.fr>). Cette tendance s'inscrit dans une démarche pragmatique mobilisée précédemment par Dominique Boullier (1987), qui a pour effet de déplacer le lieu de la réception : celle-ci n'a pas lieu au moment du contact entre l'individu et un message, mais au moment où une personne fait acte de réception au sein d'un espace public : au cours d'une conversation sur le lieu du travail, lors de la rédaction d'un courrier adressé à un médiateur, sur un forum internet. Dans cet ordre d'idées, Guillaume Soulez (2004) s'est intéressé aux courriers adressés à la médiation des programmes de France Télévisions. Il a étudié comment des individus expriment leur posture de téléspectateur *via* une prise de parole volontaire. Pour cela, l'auteur (*ibid.* : 115) a adopté une démarche rhétorique : « Nous proposons d'étudier un niveau intermédiaire entre le "spectateur-modèle" de la sémiologie et le "public" comme communauté d'usage selon la sociologie ». Il s'agit de déceler et de caractériser les traces d'une manifestation de soi comme téléspectateur, membre d'un public dans le discours des usagers. Après avoir étudié les manifestations de la vie privée des individus sur le petit écran, ou les manières dont la télévision est le miroir de l'intimité (Mehl, 1996), la sociologue Dominique Mehl (2004) a étudié les expressions citoyennes adressées au service de la médiation des programmes de France Télévisions. Ainsi a-t-elle réalisé un « voyage dans l'univers mental du public de la télévision publique » *via* la lecture des courriels reçus. *Via* ce corpus, l'auteur a étudié les attentes et les critiques formulées par les téléspectateurs. Cela n'est pas dit explicitement, mais le matériau, *i.e.* des lettres adressées à une chaîne de télévision, constitue bien ici le lieu de la réception – l'auteur parle de « voyage en réception » (*ibid.* : 170).

Cet axe connaît une reconnaissance académique à en juger par la conduite de thèses en sciences de l'information et de la communication adoptant cette démarche. Par exemple, en 2006, Aurélie Aubert a soutenu une thèse en Sic à l'université Paris 3 sous la direction de Michael Palmer, intitulée *Quand le téléspectateur réagit à l'actualité internationale : de la prise de parole critique à la revendication citoyenne*. L'auteur

s'intéresse à la prise de parole des usagers des médias sur l'information et étudie les courriers reçus par Jean-Claude Allanic, le médiateur de la rédaction de France 2 (lettres manuscrites, mais surtout courrier électronique). Elle s'interroge sur la structuration de cette prise de parole, sur les réappropriations d'événements médiatisés par les téléspectateurs ainsi que sur le rapport des individus aux médias et à la société manifestés dans les écrits. Dans un domaine voisin, Claire Blandin, aujourd'hui maître de conférences en Sic à l'université Paris 12 Val de Marne, a étudié le lectorat de l'hebdomadaire *L'Express*, dans le cadre plus général de travaux sur l'histoire de la presse française et la manière dont celle-ci a porté l'engagement des intellectuels³¹⁷. Ce lectorat est circonscrit aux auteurs de courriers « adressés à un chroniqueur à un moment crucial de l'histoire de la rubrique » (Blandin, 2004 : 61). Ce corpus « permet d'analyser l'image qu'ont ces lecteurs de leur hebdomadaire et des rapports entre les journalistes. Il apporte des éléments sur la capacité de mobilisation d'un lectorat ».

Pour autant, cet axe ne dispose pas encore d'un représentant autour duquel les travaux seraient réunis et cristallisés. Ceux-ci ne semblent pas encore se développer en un réseau circonscrit, mais ils sont une préoccupation en filigrane dans les ramifications de chercheurs existantes (notamment autour des pôles EHESS et université Paris 3). Mais, il en est un autre qui connaît après 1999 une meilleure visibilité dans le champ académique : des chercheurs engagés dans une perspective expérimentale psychosociale cristallisent autour d'eux une pensée et un protocole méthodologique. Dans quelle(s) condition(s) cette reconnaissance s'exerce-t-elle ?

8.3. Reconnaissance académique de l'approche psychosociale

8.3.1. Expérimenter la réception

Les paradigmes anthropologique et ethnologique imposent au chercheur de se rendre sur les lieux de l'activité observée. En revanche, certains psychosociologues font le choix d'observer les comportements en situation expérimentale : les conditions de réception des messages médiatiques sont créées « en laboratoire » de manière à pouvoir opérer

³¹⁷ Cl. Blandin a soutenu une thèse en 2002 à l'IEP de Paris, sur l'histoire du *Figaro littéraire*.

des tests comparatifs, et en savoir plus sur les modes de variabilité des interprétations. Sous l'impulsion en France notamment de Rodolphe Ghiglione (1993), ce type d'approche est mobilisée dans le cadre de l'étude du traitement et des effets des médias (Chabrol, Courbet, Courbet-Fourquet, 2004). Concrètement, l'activité cognitive spécifique de l'individu en situation de réception et l'impact des messages sont ici les objets d'étude. Le postulat retenu est le suivant : « La réception des messages conduit – plus ou moins explicitement – à doter les sujets impliqués dans la communication de caractéristiques variables, à doter le message, dans son rapport aux sujets, de caractéristiques variables, à doter le média, dans son rapport au message et aux sujets, de caractéristiques variables, à donner enfin aux jeux d'interactions interlocutives plus ou moins d'épaisseur. Or les caractéristiques retenues conditionnent les hypothèses émises et les expérimentations réalisées qui – à leur tour – conditionnent les résultats qui serviront, sur la base de généralisations plus ou moins hâtives, à donner telle description ou telle autre de la réception des messages » (Ghiglione, 1993 : 250). On comprend qu'il s'agit de traiter les modes d'influence de chaque intervenant dans la chaîne de diffusion d'un message médiatique (média, message, récepteur). Si « un message doit – pour avoir quelques chances d'être persuasivement efficace – susciter une certaine attention, être compris, accepté, mémorisé avant que de déclencher un comportement conforme (plus ou moins) à celui attendu » (*ibid.* : 253), le récepteur n'est pas considéré comme passif : il est un « co-constructeur » de sens. Il participe, *via* des activités d'attention, de compréhension, d'acceptation, de mémorisation et d'action, à l'élaboration de l'impact d'une information : il ne s'agit pas seulement de la traiter, mais de l'interpréter, se l'approprier, etc. soit du lui donner un sens au sein d'un univers alors construit : « Tout se passe comme si le récepteur co-construisait un monde, cohérent à la fois avec des "mécaniques" cognitives activées par la situation et pilotées par la matérialité des supports (type de média et structure de texte) et avec ses savoirs et croyances préalables. Le texte est donc un chantier en construction » (*id.* : 261).

Cette perspective est héritée des travaux de chercheurs américains en psychologie sociale³¹⁸. En France, lorsqu'elle est appliquée à la communication (médiatique, persuasive, etc.), elle est reprise par Rodolphe Ghiglione (voir *supra*), puis Claude Chabrol à l'université Paris 3 – nous avons déjà eu l'occasion de présenter l'étude sur la

³¹⁸ Pour un panorama historique de ces travaux, voir Marchand, 2004.

réception d'une émission télévisée dirigée par Claude Chabrol (1991), qui illustre les conditions opératoires d'une démarche expérimentale (voir partie 5.2.3). Dans cette lignée, un autre représentant est Alain Trognon, professeur en psychologie sociale à l'université Nancy 2 ; celui travaille notamment sur les propriétés psycho-sociales communications interpersonnelles, *e.g.* des dialogues, l'organisation des interactions discursives. Dans une perspective voisine, les psychologues français Robert-Vincent Joule et Jean-Léon Beauvois analysent depuis plusieurs années des processus socio-cognitifs : ils étudient la question de l'influence des individus et des conditions de manipulation des comportements (voir Beauvois, Joule, 1981, 1987, 1998).

Depuis quelques années, la perspective psycho-sociale pour l'étude de la communication investit le domaine des recherches sur la réception des médias, *a fortiori* de la télévision, ainsi que celui des sciences de l'information et de la communication (Sic), alors qu'auparavant elle était essentiellement diffusée auprès des psychologues. Cela se manifeste par la publication d'ouvrages collectifs, comme *Psychologie sociale et communication* (Bromberg, Trognon, 2004) et *Psychologie sociale des médias* (Marchand, 2004). Dès lors, l'approche psycho-sociale expérimentale constitue une ramification des études de réception : elle n'est pas à proprement parler « nouvelle » puisqu'elle est développée depuis nombre d'années dans le champ de la psychologie³¹⁹ ; mais, son application, voire appropriation par des tenants des Sic, ainsi que sa labellisation dans ce domaine l'inscrivent à l'agenda des recherches. Elle consiste à mettre en œuvre des protocoles méthodologiques expérimentaux, *i.e.* à l'opposé d'une démarche ethnographique : « Cette approche réclame que l'on provoque artificiellement ces attentes et ces préférences pour en cerner les effets, que l'on simule des situations dans lesquelles on pourra raisonnablement penser que, toutes choses étant égales par ailleurs, l'intérêt des spectateurs pour un message est plus ou moins fort. C'est pour cette raison que notre approche des phénomènes médiatiques repose souvent sur l'expérimentation, que ce soit en "laboratoire" ou sur le "terrain" et que nous avons parfois recours à la "manipulation" » (Marchand, 2004 : 37).

8.3.2. Prescriptions de revue (2)

³¹⁹ B. Miège (2006 : 403) évoque une « coupure entre les études en information et communication et celles en psychologie, notamment en psychologie sociale », en France, qui peut être datée des années 60.

Nous avons vu qu'une ramification de l'objet « téléspectateurs » est issue du développement du traitement d'une forme circonscrite de réception : celle d'intermédiaires (le journaliste critique ou le téléspectateur qui se positionne en tant qu'expert). Ici, une autre provient de l'attribution de reconnaissance – ou de compétences – à une approche jusqu'alors peu visible dans ce domaine. En effet, à la lecture des écrits récents sur les apports de la psychologie sociale à la recherche en communication, on comprend qu'il s'agit d'une tradition de recherche déjà fort exploitée. Comment s'organise la mise en visibilité d'une ramification dans un domaine de recherche ?

- *Genèse de la fabrication d'un dossier*

Nous proposons d'éclairer cette question à partir d'une enquête menée sur la fabrication du dossier « Psychologie sociale, traitements et effets des médias » du numéro 5 de la revue *Questions de communication*. Celui-ci, dirigé par le professeur en psychologie de la communication Claude Chabrol et les chercheurs en Sic Marie-Pierre Fourquet-Courbet et Didier Courbet (2004a), propose un cadre théorique et méthodologique pour l'étude des effets des médias dans une optique psycho-socio-langagière, avec une démarche expérimentale. Pour les coordinateurs, « la psychologie sociale peut contribuer à mieux connaître, d'une part, les processus de production et, d'autre part, les processus de réception. [...] La psychologie sociale est adaptée pour l'étude de ces "interactions virtuelles" ou l'autre (*alter*), doté d'intentionnalité, est physiquement absent mais, le plus souvent, "imaginativement présent" dans les représentations des deux types d'acteurs » (Chabrol, Courbet, Courbet-Fourquet, 2004b : 7). Ils ajoutent que « cette discipline contribue aussi à mieux comprendre les processus de réception. Les acteurs sociaux y développent – en fonction de leurs enjeux, motivations et capacités –, des stratégies en majeure partie non conscientes, pour orienter les traitements et contrôler l'allocation des ressources psychiques (niveaux d'attention, ampleur des connaissances activées ». Le dossier se compose de huit contributions (en plus de l'introduction), signées de chercheurs en psychologie et en Sic. Un texte américain est traduit (Allen, Witte, 2004). Deux articles consistent en une réflexion, sur la possibilité du recours à l'interdisciplinarité pour l'étude de la réception des discours médiatiques pour l'un (Lochard, Soulages, 2004), sur la question de la violence et des médias pour l'autre (Girandola, 2004), tandis que les autres présentent des résultats

d'enquêtes, sur les effets des publicités (Courbet, 2004b ; Fourquet-Courbet, 2004 ; Georget, 2004 ; Radu, 2004) et des communications gouvernementales (Chabrol, Diligeart, 2004). En ce sens, l'ensemble ne porte pas directement sur les téléspectateurs, mais sur les effets des communications médiatiques en général. Ceci dit, la livraison représente la ramification que nous évoquions *supra*, *i.e.* la mise en visibilité de l'approche expérimentale pour l'étude de l'influence des médias (donc de la réception télévisuelle en partie). Ses auteurs ont réalisé des travaux sur la réception de la télévision (voir Chabrol, 1991 ; Courbet, 1999 ; Fourquet, 2000) et se présentent comme tels : en 2003, Didier Courbet et Marie-Pierre Fourquet dirigent un recueil de textes sur *La télévision et ses influences*.

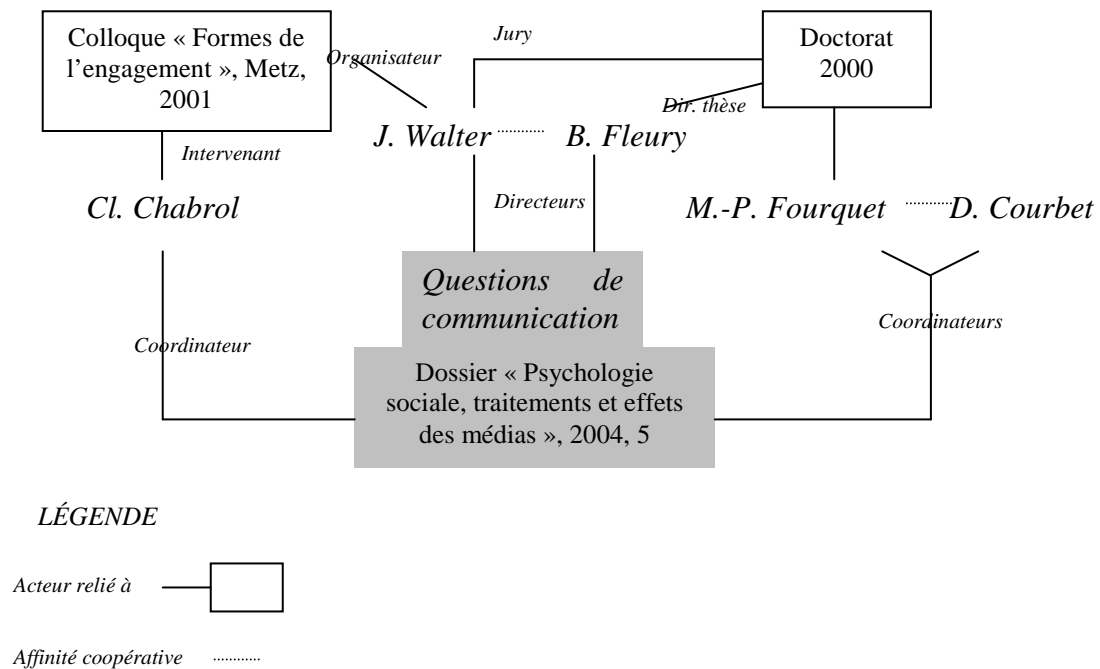
La publication d'une livraison de revue représente une forme de reconnaissance pour les auteurs (Latour, 1995). En effet, la fabrication d'une revue scientifique est le théâtre de la rencontre entre une diversité d'acteurs : les auteurs, les lecteurs, les directeurs et les membres du comité de rédaction ; en tant qu'outil de diffusion des savoirs, elle constitue une forme d'organisation qui doit concilier différentes logiques d'acteurs, à plusieurs niveaux. Les revues offrent un espace de visibilité aux chercheurs ; outre la participation à l'évolution des savoirs – supposée partagée par tous les membres de la communauté scientifique (*ibid.*) – la quête de notoriété est un point de convergence des intérêts des acteurs qui sont amenés à prendre part à un projet de publication. Au-delà de cette idée de publicité, les acteurs engagent des intérêts en lien avec la position qu'ils occupent ou souhaitent occuper au sein du champ. Par exemple, pour être qualifié par le Conseil national des universités, un docteur doit avoir publié au moins un texte dans une revue à comité de lecture (source : allocution de Viviane Couzinet, Présidente du CNU, lors des Journées doctorales de la SFSIC organisées en novembre 2005 à l'université Paris 10). La publication du dossier « Psychologie sociale, traitements et effets des médias » a pour effet de labelliser cette approche dans le champ de l'étude de la communication : la revue *Questions de communication* se donne pour objectif éditorial de susciter « des débats sur des concepts ou des méthodes utilisés dans les travaux sur l'information et la communication » (Deuxième de couverture), dans une perspective pluridisciplinaire. Cependant, quelle est la nature exacte de la reconnaissance attribuée à l'approche présentée ? Lorsqu'une revue scientifique publie un texte, cela signifie-t-il qu'elle souscrit à son contenu, à ses idées, aux positions exprimées par l'auteur ou a-t-elle « uniquement » un rôle de passeur ?

La fabrication d'une livraison s'inscrit dans le cadre d'affinités coopératives et d'échanges scientifiques. Un retour sur la genèse du projet (2001) nous renseigne sur son inscription dans un réseau d'acteurs et une dynamique de collaborations scientifiques. Celui-ci est dirigé par deux pôles, l'un représenté par Claude Chabrol, professeur en psychologie de la communication à l'Université Paris 3 et directeur du Groupe de recherche de psychologie de la communication (GRPC), l'autre, par Marie-Pierre Fourquet-Courbet et Didier Courbet, tous deux maîtres de conférence en Sic³²⁰, au nom de l'équipe Com-U-Nice et du Laboratoire de psychologie expérimentale et quantitative (LPEQ). D'une part, Jacques Walter, co-directeur de la revue, connaissait les travaux de Claude Chabrol : en décembre 2001, celui-ci participe au colloque « Formes de l'engagement et espaces publics » organisé par Vincent Meyer et Jacques Walter pour le Centre de recherche sur les médiations (Crem) à l'université de Metz. D'autre part, Béatrice Fleury, également co-directrice de la revue, a co-dirigé la thèse de doctorat en Sic de Marie-Pierre Fourquet-Courbet à l'université Nancy 2³²¹ ; Jacques Walter était membre du jury de la soutenance qui a eu lieu en 2000, en présence de Didier Courbet, époux de Marie-Pierre. Ainsi, lorsque ces derniers ont sollicité *Questions de communication* en novembre 2001, avec un projet de dossier intitulé « Réception des médias et psychologie sociale », ses directeurs ont rapidement encouragé les chercheurs à se rapprocher de l'équipe de Claude Chabrol : « Songez aussi à intégrer (si cela est possible) Chabrol qui propose un travail dans le même registre » (J. Walter, courrier électronique, 23 déc. 2001). Béatrice Fleury et Jacques Walter ont mis en relation deux équipes de recherche qui ne se connaissaient pas en mobilisant leurs micro-réseaux respectifs (voir la figure 56). Il en résulte une publication de dossier trois ans plus tard.

³²⁰ M.-P. Fourquet-Courbet enseigne à l'université d'Avignon, D. Courbet, aujourd'hui MCF Habilité à dirigé des recherches à celle de Nice Sophia Antipolis.

³²¹ La thèse est co-dirigée par J.-L. Beauvois, professeur en psychologie sociale à l'université de Nice Sophia Antipolis ; mais, le suivi régulier du doctorat ainsi que la soutenance sont assurés par B. Fleury.

Figure 56. Réseau d'interactions à l'origine de la fabrication d'une livraison de revue³²².



- Réunion d'intérêts d'acteurs

L'échange entre ces deux pôles a pu fonctionner et aboutir au dossier dans la mesure où les intérêts – différents – des acteurs en présence se sont rejoins. D'abord, la revue : pourquoi solliciter cette coopération ? *Questions de communication* est alors une jeune revue (première parution en 2002) qui doit se faire connaître et reconnaître ; de plus, à travers sa visibilité, celle de ses directeurs, tous les deux professeurs en science de l'information et de la communication, évolue. Le choix du dossier « Psychologie sociale, traitements et effets des médias » s'est inscrit dans le projet éditorial dont la revue se dote, c'est-à-dire : favoriser le « croisement de contributions en référence à différentes traditions de recherche » dans la perspective d'un « accroissement heuristique de la circulation des connaissances et de la dynamique comparative » (*Questions de communication*, deuxième de couverture). De plus, il s'agissait aussi,

³²² La figure représente les échanges entre les acteurs du projet, en amont de la publication du dossier. Ceux-ci sont de plusieurs ordres : des affinités coopératives intellectuelles et sociales (B. Fleury et J. Walter ont réalisé plusieurs travaux ensemble et rédigé des articles, ils ont aussi créé la revue ; M.-P. Fourquet et D. Courbet travaillent ensemble et sont mariés) ; un encadrement doctoral ; un échange occasionnel (l'intervention de Cl. Chabrol au colloque organisé par J. Walter). Le produit de cette rencontre d'échanges est la publication de la livraison 5 de *Questions de communication* en 2004. Nous-même, l'enquêtrice, pourrions figurer sur cette représentation, en tant qu'élève de J. Walter.

expliquent les directeurs lors d'une séance du comité de rédaction (10 déc. 2003), de saisir l'opportunité d'une controverse existant au sein des sciences de l'information et de la communication, au sujet des approches psycho-sociales dans l'étude de la réception et des effets des médias³²³ et d'engager un débat, d'une part, en diffusant les travaux en question, et d'autre part, en essayant de faire émerger un savoir sur le sujet, par la confrontation entre deux équipes qui travaillent sur un même objet avec des approches différentes. Ainsi, au-delà de la « rencontre entre une logique d'offre et un projet éditorial » (J. Walter, entretien, 19 juil. 2004, annexe 8d) – pouvant constituer un mode opératoire commun à plusieurs revues – le dossier participe d'une perspective plus large qui consiste à « favoriser le débat » : malgré une « mémoire fragile », Jacques Walter explique (*ibid.*), au sujet de la genèse du projet : « mon idée n'était pas un dossier mais une note pour qu'il y ait un débat autour des méthodes expérimentales ». La publication de ce dossier, qui représente à la fois une confrontation entre deux points de vue et la source d'un débat existant dans la discipline, pouvait participer de la constitution de l'identité de la revue, et lui donner une certaine visibilité au sein du champ.

En outre, les coordinateurs du dossier étaient eux-mêmes engagés dans une démarche de publicisation et de légitimation de leurs travaux. Non seulement, il s'agissait de renforcer leurs positions personnelles en tant que « jeunes entrants » dans le champ académique : nous l'avons dit, Marie-Pierre Fourquet-Courbet vient alors de soutenir sa thèse, elle obtient un poste de maître de conférences en 2002 tandis que Didier Courbet est aussi un « jeune » MCF³²⁴. Les positions des chercheurs peuvent être affirmées *via* leurs parcours, *i.e.* leurs activités pédagogiques et scientifiques, comme la publication d'articles et d'ouvrages, mais aussi la coordination de dossiers de revue. Celle-ci participe à l'évolution de leurs carrières. Mais, il s'agit aussi de légitimer l'approche dont ils se présentent comme les représentants. En effet, les recherches menées par ces chercheurs au sein du Laboratoire de psychologie expérimentale et quantitative (LPEQ) portent sur la réception des médias dans une optique psychosociale : ils proposent de mobiliser les outils théoriques et méthodologiques développés par des auteurs anglo-

³²³ Les directeurs ont assisté aux réactions « virulentes » suscitées – mais exprimées en coulisses – par la présentation des travaux de M.-P. Fourquet-Courbet et D. Courbet lors d'un colloque en Roumanie en 2001.

³²⁴ Ils se décrivent (courrier électronique, 29 janv. 2002) tels deux « jeunes (32 ans) maîtres de conférence en information-communication ».

saxons au sein de cette discipline et de les appliquer à l'étude de la communication médiatique (analyse des processus individuels de réception et des représentations, jugements et opinions qui en résultent). De fait, ces approches sont minoritaires, en comparaison de l'approche ethnographique dominante en France jusqu'alors. Elles sont aussi controversées dans le domaine des Sic, comme le mentionne Didier Courbet lui-même dans un courriel (27 déc. 2003) : « À force d'être sous le feu de la critique dans les différents colloques et débats avec nos collègues d'infocom [...] ». Marie-Pierre Fourbet-Courbet explique (entretien téléphonique, 9 sept. 2004) que la publication dans *Questions de communication* est un moyen de mise en visibilité et d'inscription dans un domaine d'étude, elle est une forme de reconnaissance scientifique. En effet, à suivre Bruno Latour (1995), les chercheurs doivent diffuser leurs travaux afin d'être visibles dans le champ scientifique : ils proposent des contenus ; les revues (comme les colloques), quant à elles, offrent cet espace de publicisation : « La publication est une conquête de *part de marché intellectuel* motivée par le besoin d'exister dans une communauté discursive, de se positionner, d'être reconnus [...] » (Quinton, 2002 : 155)³²⁵. Ainsi prend-elle place dans une entreprise de publicisation, de quête de reconnaissance, voire de positionnement en tant que chercheurs de référence dans ce domaine, qui s'est aussi manifestée *via* la publication de l'ouvrage collectif *La télévision et ses influences* (Courbet, Fourquet-Courbet, 2003)³²⁶ et la soutenance d'une habilitation à diriger des recherches en 2004, sur le thème « Communication médiatique : les apports de la psychologie sociale » (Courbet, 2004a).

Enfin, pour Claude Chabrol, le projet pouvait apparaître comme un moyen de restituer le rôle du GRPC dans ce domaine de recherche, et de débattre de ce type d'approches. En effet, ce chercheur conduit des enquêtes sur la réception de la télévision et d'autres médias dans une démarche expérimentale depuis plusieurs années (voir Chabrol, 1988, 1991, ainsi que la partie 5.2.3). Il s'est essentiellement intéressé aux caractéristiques sémio-linguistiques des discours des récepteurs qui traduisent leurs opérations cognitives de traitement, dans une perspective partagée avec Patrick Charaudeau et Rodolphe Ghiglione à l'université Paris 3. La démarche représentée par l'autre pôle

³²⁵ Voir aussi la définition du « bon scientifique » proposée par B. Latour (1995).

³²⁶ Celui-ci a pour objectif de « dresser un état de la question [de l'influence de la télévision] à travers un bilan des récentes recherches et d'esquisser de nouvelles pistes d'études » (Courbet, Fourquet-Courbet, 2003).

coordinateur du dossier est fondée davantage sur l'application de modèles psychologiques des processus mentaux permettant d'expliquer tel ou tel comportement. Ainsi, la participation au projet est un moyen de rappeler l'existence de cette dynamique, peu publicisée dans les revues de communication et d'en « partager » le référencement.

- *Questions de positionnement*

Les textes proposés par les coordinateurs ont conduit les membres du comité de rédaction à poser la question des enjeux de cette publication, d'une part en raison des évaluations effectuées par les experts, d'autre part, en lien avec la controverse suscitée par ce type d'approche. La revue s'est alors interrogée sur son positionnement : publier signifie-t-il promouvoir ? La question a été l'objet de discussions récurrentes pendant les séances du comité de rédaction, où les lecteurs internes étaient réservés sur la pertinence des contributions proposées pour le domaine de l'étude des communications : « C'est trop psycho-socio ! » ; ils craignaient que la revue ne devienne le lieu de mise en visibilité – voir de légitimation – d'approches considérées comme marginales dans ce champ. En outre, le procédé de co-coordination mis en place pour ce dossier a conduit les directeurs à assumer des rôles de médiateurs et parfois de conciliateurs, attribués par les trois coordinateurs. Par exemple, Claude Chabrol exprime régulièrement, dans des courriels adressés aux directeurs, des réserves sur les approches promues par Marie-Pierre Fourquet-Courbet et Didier Courbet, qu'il juge « trop exclusives »³²⁷. « Le travail de réflexion de fond a été très long et conflictuel entre eux » témoigne Béatrice Fleury (entretien, 19 juil. 2004) : les délais de préparation du dossier ont été longs, des ajustements réguliers ont été nécessaires³²⁸, la relation a parfois été conflictuelle, *e.g.* au sujet du nombre de signes dévolus à chaque équipe, ou encore de l'ordre des noms des coordinateurs.

Cependant, soulignons qu'en parallèle, le travail de réflexion et de négociation lié à la co-direction du dossier aboutit à un produit scientifique, la publication en juillet 2004.

³²⁷ Par exemple, il évoque le 2 fév. 2002 un « projet rapidement ficelé », interroge, le 14 déc. 2003 : « Ces contributions "psychologiques" ont-elles leur place dans les champs de l'info-com françaises [...] ? ».

³²⁸ Ceci se manifeste dans les courriels échangés entre les coordinateurs du dossier, où ceux-ci font régulièrement le point sur leurs convergences et différences.

Elle a ouvert la voie à d'autres formes d'exploitation du sujet, comme cela est indiqué par les coordinateurs : Didier Courbet et Marie-Pierre Fourquet-Courbet soulignent (courrier électronique, 7 fév. 2004) « l'opportunité [...] qui nous a permis d'approfondir nos problématiques, de nous rapprocher de l'équipe de Claude et qui donnera l'objet d'autres travaux ». Depuis lors, Claude Chabrol a été jury de l'habilitation à diriger des recherches de Didier Courbet.

En réponse à ces problématiques, les directeurs de la revue ont développé un argumentaire fondé sur la cohérence scientifique garantie par la revue. Les revues sont des outils de production des savoirs : cette assertion est reconnue comme « vraie » au sein du champ scientifique. Mais, suffit-il qu'elle soit un support pour la mise en circulation d'énoncés pour « produire » de la connaissance ? Pendant la préparation de la publication, la circulation des textes entre la revue et les auteurs entraîne la mise en place d'échanges quasi marchands. La plupart des revues de sciences humaines et sociales affirment fonctionner sur le mode d'une double lecture interne et externe (anonyme) ; mais, la sélection des textes constitue un problème récurrent dans le discours des directeurs de revue (Bougnoux, Rasse, 2002) : parfois liée aux contraintes temporelles, logistiques, etc., de fabrication d'un objet scripturaire, elle renvoie aussi à l'existence de réseaux de chercheurs et pose la question des pratiques éditoriales. Bien souvent, et c'est le cas de la majorité des éditions scientifiques (Chaudron, 1994 : 136-140), les textes proposés ne sont pas publiés en l'état, ils nécessitent d'être retravaillés tant au niveau de la forme (afin d'être conformes aux normes de la revue) que du fond. *Questions de communication* adopte le système des lectures dites aveugles par les pairs : les textes sont soumis, de manière anonyme, à expertise auprès de *referees* extérieurs³²⁹, c'est-à-dire des chercheurs qui ne font pas parti du comité de lecture et qui sont des spécialistes du sujet traité par l'auteur. Règle scientifique pour certains, ce mode opératoire de circulation des textes est une forme de production de savoirs : le lecteur extérieur émet un certain nombre de commentaires plus ou moins précis (problème de méthodologie, interrogation scientifique, etc.) et, de fait, il entame, parallèlement au comité de lecture, un dialogue avec l'auteur – la critique se veut objective dans la mesure où l'expert ne connaît pas l'identité du chercheur. Celui-ci lui répond,

³²⁹ Des psychologues majoritairement pour le dossier sur lequel l'enquête a porté (la liste des *referees* est publiée).

indirectement, lorsqu'il révisé sa contribution en intégrant les remarques³³⁰, condition nécessaire pour être publié : un travail de négociation se met en place entre l'auteur et la revue, qui accepte de publiciser la contribution, pourvu qu'elle soit amendée en fonction des critiques³³¹. De fait, la circulation des textes en phase de pré-publication contribue à garantir leur cohérence scientifique³³² – e. g. un positionnement théorique précisé, un outillage méthodologique explicité, l'apport d'un éclairage sur une problématique donnée, etc. – et à produire un état des connaissances dans un domaine donné.

Ainsi, la revue peut-elle occuper une double fonction au sein de la communauté scientifique : elle est une fin (lieu de publicité, voire de reconnaissance), autrement dit le produit d'un « système d'interactions » (Heinich, 1997 : 91) ; elle est aussi un point de départ fertile d'où peuvent émerger d'autres formes de production des connaissances (discussions, controverses, etc.). D'une part, la thématique du dossier propose un débat au lecteur – les apports des méthodes expérimentales pour l'étude des communications médiatiques sont-ils pertinents ? – dans lequel la revue joue un rôle de passeur : elle ne prend pas la parole et garantit la cohérence scientifique des textes – mais, la question demeure, le lecteur ne va-t-il pas penser qu'elle en légitime le contenu parce qu'elle les publie ? D'autre part, le dossier est un point de départ d'un débat sur la thématique des méthodes expérimentales engagé par la suite, dans la rubrique « Échanges », « lieu de la discussion en tant que tel » où le chercheur « est amené à prendre position » (Béatrice Fleury, entretien, 19 juil. 2004)³³³. En multipliant les points de vue, la position de la revue s'efface derrière les écrits des auteurs.

³³⁰ Dans le cas étudié, un des auteurs, surpris par l'avis de refus exprimé par le *referee* (« Êtes-vous certain qu'il s'agit de mon article [...] ? », courriel, 5 janv. 2004), a envoyé aux directeurs une page de commentaires en réponse aux remarques de l'expert : ainsi cet auteur a-t-il été amené à justifier certains aspects de son travail (« L'espace accordé ne permettait pas de parler de toutes les recherches [...]. L'originalité de ce travail réside dans [...] »), à se positionner sur le plan théorique et méthodologique (« Tout en m'inscrivant dans une tradition précise [...] ») et à travailler à nouveau (se déclarant prêt « à reprendre et expliquer ce qui doit l'être »).

³³¹ Les directeurs précisent dans un courriel adressé aux coordinateurs (20 déc. 2003) après la première série d'évaluation des textes : « C'est à l'issue de l'ensemble de la procédure d'évaluation que la décision de publication est prise ».

³³² M.-P. Fourquet-Courbet et D. Courbet soulignent à plusieurs reprises « le sérieux du processus de lecture » (courrier électronique, 7 fév. 2004), et précisent que ce mode opératoire contribue à améliorer la qualité des articles (entretien téléphonique, 9 sept. 2004).

³³³ Ce débat a été mené dans le cadre de la rubrique « Échanges » des livraisons 7 et 8 de *Questions de communication* (2005a, 2005b).

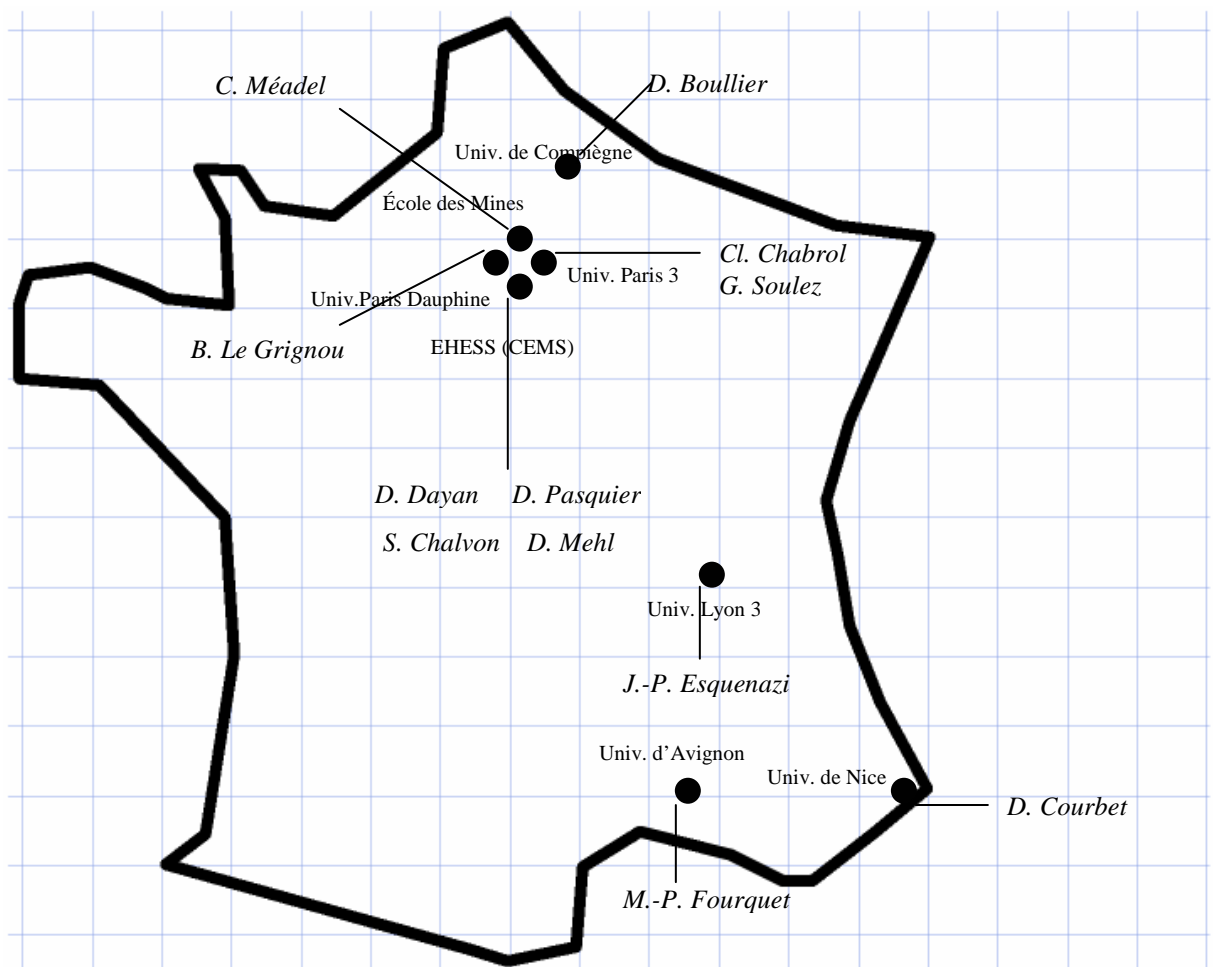
8.4. Cartographie des acteurs en 2004

En 2004, les recherches sur les téléspectateurs dans le champ académique français sont configurées spatialement de manière plus dispersée qu'il n'y paraît. Nous pouvons identifier deux foyers principaux parce qu'ils cristallisent plusieurs acteurs. Un premier peut être situé à l'École des hautes études en sciences sociales, où des membres du Centre d'étude des mouvements sociaux, directeurs de recherche CNRS pour la plupart, étudient les sens des pratiques téléspectatorielles depuis le milieu des années 90 (et avant dans le cadre du GDR Communication). Les principaux représentants sont les sociologues des médias Sabine Chalvon-Demersay, Daniel Dayan, Dominique Pasquier. Un second foyer est également parisien puisque nous l'identifions autour de l'université Paris 3, et des centres de recherche qui lui sont rattachés. Il constitue un espace hybride dans la mesure où plusieurs acteurs reliés à ce lieu étudient la réception télévisuelle, mais ils développent des approches différentes. François Jost le fait sous un angle sémiologique, Claude Chabrol sous celui de la psychologie sociale expérimentale ; des échanges existent entre ces deux espaces, *via* des enseignants de Paris 3 anciens étudiants de l'EHESS et/ou adoptant une démarche sociologique dans leurs recherches (*e.g.* Éric Macé, Éric Maigret). Intellectuellement, ils se rattachent alors au pôle « CEMS », mais institutionnellement, à l'université Paris 3.

Au-delà de ces deux foyers, nous identifions des acteurs répartis dans l'espace géographique parisien et provincial de manière plus hétérogène : Brigitte Le Grignou, auteur de l'ouvrage *Du côté du public* (2003), enseigne à l'université Paris-Dauphine ; Jean-Pierre Esquenazi, auteur du manuel *Sociologie des publics* (2003), dirige l'Équipe de recherches en sciences de l'information et de la communication (Ersicom) à l'université Lyon 3 ; Dominique Boullier était le responsable de l'équipe Connaissances, organisation et systèmes techniques (Costech) à l'université technologique de Compiègne jusqu'en juin 2006 ; Didier Courbet exerce ses activités à l'université de Nice Sophia Antipolis ; Cécile Méadel, qui a dirigé le dossier « Public, cher inconnu ! » (2003) est au Centre de sociologie de l'innovation de l'École des Mines ; nous-mêmes réalisons ce travail à l'université Paul Verlaine-Metz et sommes rattachée au Centre de recherche sur les médiations (Crem). Mais, les espaces sont relativement peu nombreux et surtout parisiens (voir la figure 57). Il est intéressant de

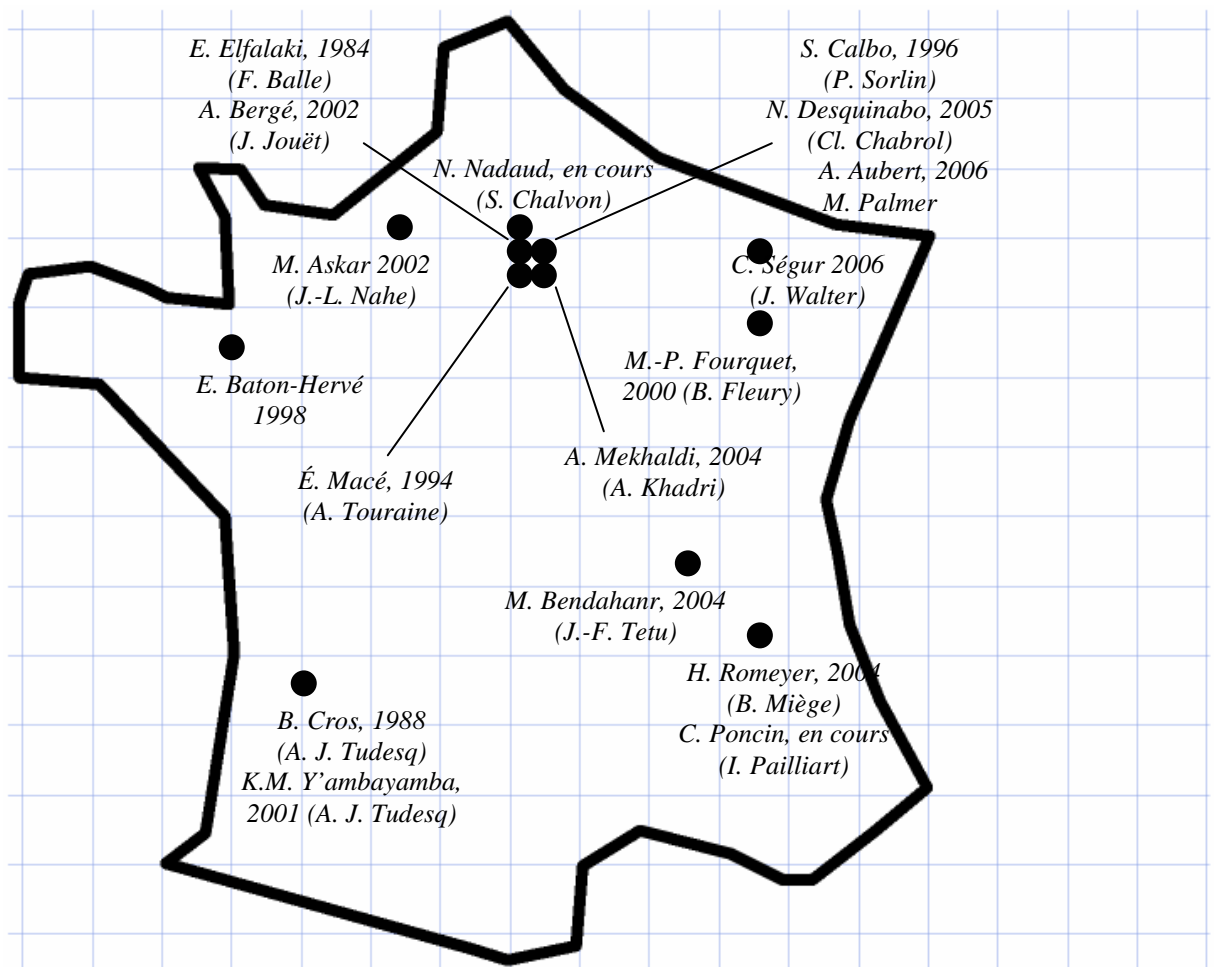
noter une situation géographique sensiblement différente lorsqu'on représente de la même manière, les lieux où ont été réalisées les thèses sur cet objet (voir la figure 58). Ici, nous ne mentionnons pas les foyers d'activité professionnels ; rappelons que ceux-ci sont constants dans l'histoire des recherches sur les téléspectateurs (voir le chapitre 4) : les acteurs-praticiens sont principalement rattachés à l'Ina, France Télécom R&D (ex-Cnet) et à Médiamétrie. Afin de compléter cette cartographie géographique, il faut surtout s'intéresser aux courants de pensée qui relient les chercheurs entre eux afin d'établir une cartographie intellectuelle (chapitre 9).

Figure 57. Cartographie des acteurs des recherches sur les téléspectateurs (2003-2004)³³⁴.



³³⁴ La figure est réalisée à partir des auteurs d'ouvrages, directeurs de dossiers de revue et auteurs d'enquêtes publiés en 2003 et 2004 ; on retrouve certains des acteurs principaux de notre corpus (voir annexe 7). Ce procédé offre une représentation relativement fidèle des acteurs des recherches identifiés depuis la fin des années 80, tels que nous les avons présentés dans les chapitres 6, 7 et 8.

Figure 58. Cartographie des thèses réalisées sur les téléspectateurs (1984-)³³⁵.



³³⁵ La figure est réalisée à partir du tableau figurant en annexe 4 ; entre parenthèses est indiqué le nom des directeurs de thèse.

Chapitre 9. L'heure des définitions ?

En 2006, comment caractériser les recherches sur les téléspectateurs ? L'opération est peu aisée si l'on suit les modélisations présentées dans différents manuels. Mais, elle doit être réalisée, *via* une investigation auprès des réseaux de pensée. Des pôles se dessinent alors : approche ethnographique, sémiologique, psychologique... Nous proposons deux niveaux de définition de l'objet « téléspectateurs » (tel qu'il est envisagé dans le champ académique français) : d'une part, sa caractérisation s'organise autour de trois aspects principaux : la consommation, le comportement, l'attribution de sens. D'autre part, nous pensons nécessaire de distinguer les téléspectateurs des « audio-visionneurs », afin de circonscrire ce domaine des recherches ; l'ensemble est soumis à discussion.

À en suivre l'idée selon laquelle il existe des « effets de champ » (Bourdieu, 1984 : 117) – ce qui implique que les productions dans un champ doivent être rapportées au contexte dans lequel elles surviennent³³⁶ –, notre travail de recherche s'inscrit dans une phase de bilan des recherches sur les téléspectateurs. Ici, il ne s'agit pas tant d'adopter un regard ethnocentriste que d'appliquer nos questionnements, de manière réflexive, à nos propres recherches et position. En effet, les années 2000 sont un moment où les téléspectateurs sont un objet au centre de manifestations scientifiques, d'un ouvrage et de recherches doctorales. Après le colloque « La télévision et ses téléspectateurs » (Centre de recherche sur les médiations, Université de Metz, 1994), d'autres sont organisés : « Les sens du public » (Centre universitaire de recherches administratives et politiques de Picardie, Amiens, 2002), « Actualité des recherches en sociologie de la réception et des publics » (Centre d'analyse des régulations politiques, Université de Versailles-Saint-Quentin-en-Yvelines, 2003) ainsi que la journée d'étude « Questionnements croisés sur le public et l'audience » (Institut français de presse, Paris, 2004). En 2003, la chercheur en science politique Brigitte Le Grignou publie une recension problématisée des courants de recherche et travaux sur la réception de la télévision, la première du genre en France. L'ouvrage a pour ambition, précise-t-elle (quatrième de couverture), de « jeter les bases d'une sociologie de la réception ». Nous recensons également, depuis 2000, onze thèses soutenues ou en cours qui traitent directement de cette thématique (voir l'annexe 4). Cela signifie-t-il que l'objet est désormais « suffisamment » légitime ? Est-ce cette autorité qui se traduit en bilans ?

Notre travail participe désormais à l'histoire des recherches sur les téléspectateurs : il intègre *a posteriori* ce domaine. Ce, d'autant plus si, par exemple, les périodes et cartographies proposées sont reprises et/ou discutées. L'angle adopté pour traiter le sujet doit-il nous amener à proposer une définition de l'objet « téléspectateurs » ? D'emblée, nous avons choisi cette terminologie afin de mettre à plat d'éventuels sens différents contenus dans les notions audience, réception, public, influence employées par les acteurs des recherches. Mais, plusieurs éléments nous invitent à questionner la ou

³³⁶ Rappelons que nous suivons la pensée de P. Bourdieu (1980 : 118) lorsqu'il explique : « Un problème philosophique (ou scientifique etc.) légitime, c'est un problème que les philosophes (ou les savants, etc.) reconnaissent (au double sens) comme tel (parce qu'il est inscrit dans la logique de l'histoire du champ et dans leurs dispositions historiquement constituées pour et par l'appartenance au champ) et qui, du fait de l'autorité spécifique qu'on leur reconnaît, a toutes les chances d'être très largement reconnu comme légitime ».

les définitions de l'objet scientifique dont nous avons présenté l'émergence et les ramifications.

9.1. Un objet instable. État des lieux des modélisations

Au sujet des définitions de l'objet « téléspectateurs », nous observons une instabilité des modélisations existantes. Les intitulés de chapitres et parties de manuels sur la communication et les médias invitent à considérer les recherches sur les téléspectateurs sous les angles de la « réception » (Breton, Proulx, 2002 ; Maigret, 2003 ; Prédal, 1995), de la « consommation et de l'interprétation des messages » (Lochard, Soulages, 1998), de l'« audience et public(s) des médias » (Lamizet, 1999 ; Rieffel, 2001), des « publics et usages » (Sfez, 1993). Mais, il n'y est pas fait mention de définition détaillée de l'objet libellée en tant que telle : l'existence d'un récepteur destinataire des images est affirmée à l'unanimité, sans plus de précision. Au niveau des introductions d'ouvrages et de dossiers de revue qui lui sont consacrées, les terminologies se succèdent à l'identique : réception, spectateur de télévision, public, téléspectateurs, audience, usages du média..., sans être nettement distinguées ni caractérisées – à l'exception des « études d'audience » qui sont souvent envisagées séparément des « études de réception »³³⁷ (nous y reviendrons). Ainsi, lorsque Cécile Méadel (2004 : 6) évoque un public qui « s'enfuit, nous échappe », ou quand Dominique Mehl et Dominique Pasquier (2004 : 10) le caractérise comme « inconnu, méconnu, énigmatique », se demande-t-on si les auteurs font référence à l'objet ou à sa définition. Autrement dit, les auteurs évoquent davantage des courants – au sein desquels ils situent leurs travaux – qu'ils ne définissent leur objet. Qu'en est-il des modélisations proposées ?

À l'étranger³³⁸, nous pouvons citer la synthèse du « champ de la réception médiatique » réalisée par les chercheurs du Groupe d'étude sur les pratiques novatrices en communication publique de l'université Laval au Canada. Se fondant sur les textes

³³⁷ Citons la distinction opérée par R. Chaniac (2003b : 37), dans l'introduction d'un dossier sur « L'audience » : « Ce dossier n'aborde pas le champ des recherches sur la réception ».

³³⁸ Nous dépassons les limites imposées pour notre corpus, afin de traiter la question des modélisations de l'objet disponibles en 2006.

écrits par des scientifiques nord-européens³³⁹, les auteurs proposent de scinder ce dernier en quatre filières : « Étude sur les effets, analyse de la réception, les pratiques médiatiques et l'apport des médias dans le contexte de la vie sociale » (Proulx, 2005 : 5) (voir le tableau 22). En résumé, la première concerne principalement les études quantitatives qui observent les effets à court et long terme des médias sur les individus ; la seconde porte sur les interprétations, lectures, décodages, perceptions des usagers ; l'étude des pratiques médiatiques consiste à interroger la réception dans le contexte de la vie quotidienne familiale et à poser la question de la construction des identités et des interactions sociales qui y sont liées ; enfin, le quatrième axe a pour objet l'analyse des phénomènes de socialisation et d'institutionnalisation par les médias.

En France, des modélisations sont proposées, mais leur diversité traduit une forme d'instabilité. Les chercheurs en Sic Guy Lochard et Jean-Claude Soulagés (1998) scindent les travaux sur la réception en deux versants (voir le tableau 23). D'une part, ils évoquent les « théories de la réception idéale » (*ibid.* : 205-206). Dans la lignée des problématiques développées à la suite de la sémiotique de Roland Barthes et Umberto Eco, certains chercheurs, dont François Jost (également héritier de Christian Metz) en ce qui concerne la télévision, étudient les décodages possibles des œuvres médiatisées : ils reconnaissent les capacités d'interprétation des individus, mais ne procèdent pas « à une vérification autre qu'intuitive de cette autonomie spectatorielle dont ils analysent cependant les conditions de possibilité. [...] Tout document audiovisuel est donc, à l'origine, chez le spectateur, de processus de construction inférentielle de "figures anthropoïdes" (témoin, artiste, etc.) qui règlent sa réception et qui sont au fondement, dans le travail de ce chercheur [François Jost], de typologies progressivement affinées de positions de réception "idéale" possiblement soumises à des vérifications empiriques » (*id.*). Il ne s'agit donc pas de nier l'existence du spectateur dans l'acte de communication médiatique, mais ses décodages « possibles » sont formulés par le chercheur à partir d'une analyse des contenus audiovisuels. D'autre part, Guy Lochard et Jean-Claude Soulagés (*id.* : 207-210) font référence aux « théories de la réception effective », représentées par Daniel Dayan³⁴⁰. Fondés sur une démarche ethnographique,

³³⁹ En effet, ils s'appuient sur les ouvrages de K. B. Jensen, 2002, *A Handbook of Media and Communication Research : Qualitative and Quantitative Methodologies*, Londres, New York, Routledge et de K. C. Schroder, *et al.*, 2003, *Researching Audiences*, Londres, Arnold.

³⁴⁰ Pour une présentation des travaux et réflexions de D. Dayan, voir le chapitre 6.

ces travaux portent sur la relation entre l'individu et le média analysée empiriquement. Leurs auteurs interrogent « les compétences en réception de publics concrets, sur leurs capacités à construire les sens des messages, autrement dit à les interpréter et à se les approprier ». À notre connaissance, cette modélisation n'a pas été reprise depuis lors : certes, la distinction entre les approches sémiopragmatique et ethnographique est communément reconnue³⁴¹ ; mais, il n'est pas fait mention des idées de « réception idéale » et « réception effective ».

Dans une perspective plus internationale, Philippe Breton et Serge Proulx (2002 : 224-249) caractérisent le domaine des recherches par l'identification de trois générations³⁴² : les études de réception, l'ethnographie de la réception comme activité quotidienne et les approches constructivistes (voir le tableau 24). Les premières, expliquent les auteurs, « se sont intéressées aux stratégies d'interprétation des formes et des contenus offerts aux auditeurs et téléspectateurs ». Ceux-ci sont investis d'une compétence en décodage qu'ils activent au moment de leur rencontre avec un produit médiatique. La seconde génération s'intéresse aux pratiques téléspectatorielles observées dans la vie quotidienne de l'individu, aux usages du média, qu'ils soient domestiques ou sociaux (e.g. les programmes de télévision comme sujet de conversation professionnelle). Enfin, les approches nommées « constructivistes » posent les questions de la « construction sociale des publics » et de la « mise en contexte des pratiques de réception dans le cadre plus global de la production et de la circulation d'une culture médiatique ». Il s'agit de se demander comment les publics médiatiques se forment et comment les récits d'expériences spectatorielles participent de la production d'une culture médiatique.

Éric Maigret (2003a) situe la question de la réception au cœur de la sociologie des médias ; elle a pour enjeu « de saisir le délicat jeu d'échanges entre identités sociales et relations spécifiques aux médias » (*ibid.* : 242). La fréquentation d'un média est une

³⁴¹ Doit-on pour autant évoquer « un changement de paradigme », à l'instar de G. Lochard et J.-Cl. Soulages (1998 : 207) ? Nous ne pensons pas que la mise en œuvre de démarches ethnographiques constitue une « révolution scientifique » au sens kuhnien du terme (Martin, 2000 : 69) : les résultats d'enquêtes empiriques n'ont pas remis en cause ceux des études de contenu, dans la mesure où les théoriciens de la « réception idéale » ne nient pas la capacité interprétative du spectateur, mais, ils ne la prennent pas en compte. Il ne s'agit pas d'une situation où « des résultats d'expériences ou d'observations en désaccord avec le paradigme en vigueur s'accumulent, [...] diverses anomalies imposent un changement de regard » (*ibid.* : 71). Le recours à une approche différente a ouvert la voie à l'exploration d'autres problématiques.

³⁴² Les auteurs précisent que les recherches sur la réception ont évolué en parallèle des travaux sur la mesure de l'audience.

interaction entre les propositions du produit médiatique et des identités sociales en constante évolution. L'auteur (*id.* : 243) précise que « le terme de "réception", conservé par commodité, ne doit donc pas égarer. L'évolution se fait en réalité en faveur d'une prise en compte de l'ensemble des opérations qui constituent les lecteurs ou spectateurs dans leur existence au jour le jour, sans en rester à un moment "r" de la réception ». La même année, la définition d'une sociologie de la réception est aussi proposée par la politologue Brigitte Le Grignou (2003). Dans l'ouvrage *Du côté du public. Usages et réceptions de la télévision*, l'auteur ambitionne de « jeter les bases d'une sociologie de la réception, encore méconnue en France ». Pour cela, elle distingue trois aspects – les effets des médias, la nature des publics et l'activité des récepteurs (*ibid.* : 8-9) – auxquels correspondent trois définitions de l'objet : les publics, les téléspectateurs, les profanes (voir le tableau 25). La recherche pluridisciplinaire sur les publics fournit un cadre théorique générale pour l'étude des usagers des médias. L'analyse des activités des téléspectateurs passe par la mesure de l'audience, l'observation ethnographique des comportements en lien avec le média à domicile et en société et l'évaluation de l'interprétation des messages. Enfin, envisager les récepteurs en tant que profanes signifie s'intéresser aux pratiques culturelles comme « expériences individuelles et sociales » (*id.* : 160).

La *Sociologie des médias* « distingue deux types d'approche du récepteur : d'une part les études de l'audience, davantage quantitatives, d'autre part les études sur le public, davantage qualitatives » selon Rémy Rieffel (2001 : 118) (voir le tableau 26). Les premières consistent à dénombrer des populations de spectateurs, mesurer des usages. Elles se rattachent principalement aux instituts spécialisés, *i. e.* à l'industrie médiatique. Les secondes se rapportent au champ académique et ont évolué autour de quatre approches : l'« étude des effets » consiste à évaluer les modalités d'exercice de l'influence médiatique sur les individus ; celle des « usages » porte sur les fonctions que remplissent les médias dans la vie des récepteurs ; une troisième approche envisage la réception comme un phénomène et insère la pratique dans une dimension sociale, culturelle voire politique ; enfin, il y a ce que Rémy Rieffel (*ibid.* : 132) nomme « la réception proprement dite », *i. e.* l'idée que les significations d'un message sont activées lorsque celui-ci rencontre un destinataire.

Tableau 22. Modélisation des recherches sur la réception médiatique. Groupe d'étude sur les pratiques novatrices en communication publique, université Laval (Canada, 2005).

Étude des effets	Étude de la réception	Étude des pratiques médiatiques	Étude de l' apport des médias dans le contexte de la vie sociale
↓	↓	↓	↓
Influence	Interprétation <i>Stuart Hall, David Morley, Tamar Liebes, Elihu Katz</i>	Construction des identités <i>James Lull, Chantal de Gournay, Pierre-Alain Mercier</i>	Phénomènes de socialisation <i>Daniel Dayan, Elihu Katz</i>

Tableau 23. Modélisation des recherches sur la réception télévisuelle. Guy Lochard, Jean-Claude Soulagés (1998).

Étude de la consommation	Étude de l' interprétation	
↓	↓	↓
Audience	Théories de la réception idéale Interprétation possible <i>François Jost</i>	Théories de la réception effective Relation entre le programme et l'individu Ethnographie de la réception <i>Daniel Dayan</i>

Tableau 24. Modélisation des recherches sur la réception médiatique. Philippe Breton, Serge Proulx (2002).

Étude d' audience	Étude de réception	Ethnographie de la réception	Approches constructivistes
	↓	↓	↓
	Stratégies d'interprétation Décodage <i>Stuart Hall, David Morley, Elihu Katz, Dominique Boullier</i>	Usages domestiques et sociaux <i>Chantal de Gournay, Pierre-Alain Mercier, James Lull</i>	Construction des publics Production d'une culture médiatique <i>Daniel Dayan, Sabine Chalvon-Demersay</i>

Tableau 25. Modélisation des recherches sur la réception télévisuelle. Brigitte Le Grignou (2003).

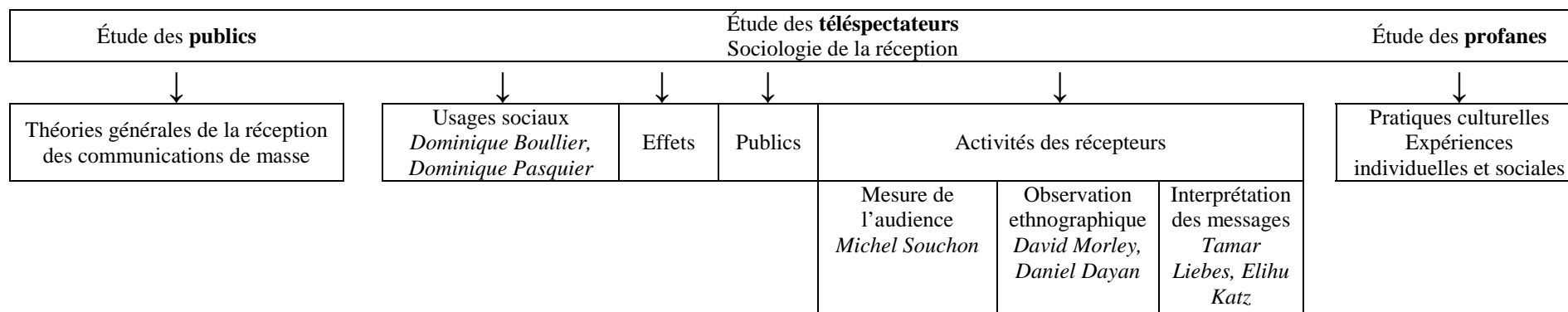
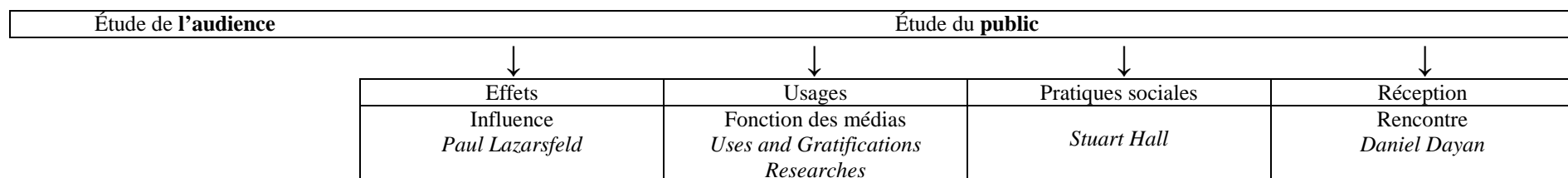


Tableau 26. Modélisation des recherches sur la réception médiatique. Rémy Rieffel (2001).



Entre l'étude des effets, des usages, de l'influence, celle de la réception, la sociologie des publics, l'analyse de l'audience... qu'en est-il exactement des recherches sur les téléspectateurs ? Les tableaux 22 à 26³⁴³ présentent la diversité des caractérisations proposées ; celle-ci se situe tant à un niveau rhétorique (terminologies employées), que structurel (classifications proposées). Une stabilisation est-elle aujourd'hui envisageable ?

9.2. Des réseaux de pensée

Nous avons vu que les emplois des terminologies public, réception, audience pouvaient correspondre à des effets d'agenda du champ académique. Elles sont des notions dans lesquelles l'objet « téléspectateurs » s'incarne : si je souhaite évaluer la composition, *e.g.* sociodémographique, les trajectoires d'écoute (Chalvon-Demersay, Rosental, 1998) ou encore l'évolution temporelle et quantitative de la fréquentation du média, je risque de parler d'« audience » ; de même lorsque je me réfère à l'outil « audimètre » et aux données qu'il produit ; si je m'interrogeais sur les réactions d'individus face à des images, sur la modification de leur opinion, je tendrais à employer les termes « réception » ou « influence » ; quand on observe des comportements téléspectatoriels, des rituels (Calbo, 1998), il semble naturel de faire une enquête en « réception » ; l'étude d'interactions collectives manifestées lors de la pratique semble conduire naturellement à parler d'un public. Dans tous les cas, la caractéristique fondamentale du ou des enquêtés est d'être observé(s) en tant téléspectateur(s).

Elles sont aussi reliées à l'existence d'axes de recherche, portés par des réseaux de chercheurs. Jusqu'à présent, nous avons essentiellement abordé la question des réseaux scientifiques à partir des rattachements institutionnels des acteurs ; on observe que des réseaux de pensée s'ajoutent aux formations réticulaires territoriales ou institutionnelles. Ces derniers peuvent constituer les fondations – ou structures premières – des premiers ; mais, la question du rattachement intellectuel entraîne d'autres ramifications, qui peuvent dépasser les frontières d'un espace (laboratoire, groupe de recherche,

³⁴³ Notons que les auteurs présentés ne mentionnent pas l'étude de la réception comme « médiation » (voir la partie 8.2.2). Pourtant, nous pensons que ce type de travaux a pour objet les téléspectateurs, puisqu'il s'agit d'analyser un versant de la pratique qui consiste à écrire un courrier, se manifester dans l'espace public... en tant que « téléspectateur ».

université). À l'heure actuelle, nous identifions trois voire quatre axes au niveau des recherches sur les téléspectateurs, d'ores et déjà esquissés dans notre texte. Ils possèdent des caractéristiques différentes tant dans leur formation que dans leur évolution, en raison de leur histoire et de celles des recherches ; les positions qu'ils occupent dans le champ académique permettent de comprendre quelles sont les définitions dominantes de l'objet « téléspectateurs » aujourd'hui.

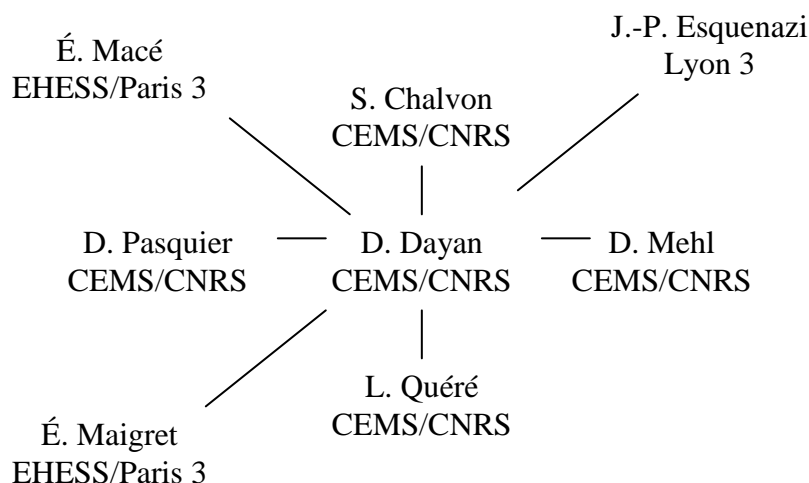
9.2.1. La sociologie de la réception et des publics

Une formation réticulaire d'acteurs, représentée par Daniel Dayan, joue un rôle important depuis deux décennies en France ; elle a travaillé dans le sens d'une sociologie de la réception, puis dans celui d'une sociologie du public³⁴⁴. Elle est formée à partir de membres du GDR Communication, qui ont mis en application et développé le programme proposé par Daniel Dayan, notamment dans le cadre du Centre d'étude des mouvements sociaux à partir de 1995 : Sabine Chalvon-Demersay, Dominique Mehl, Louis Quéré, Dominique Pasquier. Sous l'effet d'une extension du réseau principal des recherches sur la réception, elle s'élargit à des étudiants de l'EHESS, aujourd'hui maîtres de conférences à l'université Paris 3 – Éric Macé et Éric Maigret –, ainsi qu'à Jean-Pierre Esquenazi (2003) qui s'inscrit explicitement dans cette perspective, *e.g.* par l'écriture du manuel *Sociologie des publics*³⁴⁵. L'activité de cet axe se traduit par des publications, qui alimentent et nourrissent les savoirs dans cette perspective, que ce soit par la diffusion de résultats d'enquête (Pasquier, 1999) ou la présentation de perspectives théoriques (Maigret, 2003a) Elle se manifeste dans des ouvrages collectifs, comme *Les sens du public*, coordonné par Daniel Cefaï et Dominique Pasquier (2003a) où figurent des contributions de Sabine Chalvon-Demersay (2003), Daniel Dayan (Dayan, Katz, 2003), Dominique Mehl (2003) et Louis Quéré (2003).

³⁴⁴ Il s'agit bien d'un réseau de pensée, dans la mesure où les acteurs ne sont pas forcément des sociologues sur le plan académique (ils le sont majoritairement), mais ils pensent l'objet avec une approche sociologique.

³⁴⁵ Dans ce cas de figure, où un chercheur s'inscrit à la fois dans un axe de pensée et dans un réseau de chercheurs stabilisé depuis plusieurs années, la question est de savoir si l'auteur du manuel est reconnu par ses pairs. Nous sommes tentée de répondre par l'affirmative, dans la mesure où l'ouvrage de J.-P. Esquenazi est cité en référence par D. Cefaï et D. Pasquier (2003) : l'auteur est alors accrédité.

Figure 59. Un réseau de sociologues de la réception organisé autour de Daniel Dayan.



Cette formation a une forte visibilité dans le champ académique, notamment car elle est reliée à la revue *Réseaux* qui fait elle-même partie des revues les plus reconnues, tant par ses pairs que par le CNRS et le CNU (voir la partie 5.3) : Patrice Flichy, ancien directeur du GDR en est le fondateur et le directeur, Dominique Pasquier en est membre du comité de rédaction. En outre, plusieurs de ses membres ont une position haute dans le champ en tant que directeurs de recherche CNRS, et exercent leurs activités à l'EHESS (notons que le CEMS est domicilié à l'EHESS). On comprend alors que, lorsque ces chercheurs déplacent leurs perspectives de la réception vers le public (voir le chapitre 8), on pense assister à un déplacement de focale dans les recherches sur les téléspectateurs : cela crée un « effet de champ » pour reprendre la pensée bourdieusienne.

9.2.2. Des sémiologues de la réception

À côté de l'axe sociologie de la réception/des publics, figurent ceux, d'une part, d'une sémiologie, et, d'autre part, d'une psychosociologie de la réception. Le premier est représenté en France par François Jost, professeur en Sic à l'université Paris 3 (voir la partie 3.1.2). Pour ce dernier, la problématique de la réception est un versant dans l'analyse de la télévision et peut être analysée dans les produits médiatiques. Ces travaux peuvent ne pas être identifiés comme tels dans le domaine des recherches sur les téléspectateurs – *e.g.* Brigitte Le Grignou (2003 : 64) cite le chercheur en tant qu'analyste de la télévision. Mais, ce nom revient dans le discours de Dominique Boullier, comme le représentant d'une perspective pouvant redynamiser les études de

réception (voir notre entretien, annexe 8h). Ainsi, autour de François Jost, quelques chercheurs en Sic qui étudient la télévision figurent-ils dans notre corpus, comme Guy Lochard (université Paris 3), Pierre Beylot (université Bordeaux 3). Jean-Pierre Esquenazi (2002b : 233) s'inscrit dans cette approche lorsqu'il étudie les « caractéristiques narratives » d'une série télévisée pour en comprendre la « réception spécifique » – mais nous avons vu *supra* qu'il se positionne comme « sociologue du public ». Bien que nous n'ayons pas identifié davantage d'auteurs rattachés à cette approche parmi les éléments de notre corpus, nous pouvons faire l'hypothèse que celle-ci est essentiellement diffusée *via* les membres du Centre d'étude sur les images et les sons médiatiques (Ceisme, université Paris 3)³⁴⁶ dirigé par François Jost, et ceux de l'Association française des enseignants et des chercheurs en cinéma et audiovisuel (Afeccav)³⁴⁷. C'est pourquoi nous plaçons la sémiologie de la réception parmi les axes du domaine des recherches sur les téléspectateurs, elle est elle-même un versant d'une approche de l'analyse de la télévision, représentée par François Jost.

Guillaume Soulez, maître de conférences à l'université Paris 3 (à l'université de Metz jusqu'en 2003), est rattaché à ce réseau de chercheurs, mais aussi à celui des idées : dans une enquête fondée sur l'exploitation de la couverture de presse qui a accompagné le lancement d'une nouvelle série policière télévisée (Soulez, 2002b), il pose la question de la réception *via* une analyse du traitement médiatique du programme. Mais, ses travaux le conduisent à développer une « approche rhétorique » et étudier « un niveau intermédiaire entre le "spectateur-modèle" de la sémiologie et le "public" comme communauté d'usage selon la sociologie. Ce niveau est l'auditoire » (Soulez, 2004 : 115). Il fait ici référence à la distinction opérée par Guy Lochard et Jean-Claude Soulages (1998), déjà présentée dans ce texte. Il se situe donc explicitement dans une position hybride entre les deux approches que nous venons de présenter, tout en étant rattaché aux réseaux de chercheurs qui les activent : d'une part, sur le plan institutionnel, Guillaume Soulez exerce ses activités d'enseignant à l'université Paris 3, est membre actif de l'Afeccav ; d'autre part, au niveau des idées, il s'inscrit dans la lignée des perspectives déployées par Daniel Dayan, qu'il cite souvent en référence ; ce

³⁴⁶ Les « théorie et réception des documents médiatiques » est un des axes de recherche du Centre. En 2005, K. Romero a soutenu une thèse dirigée par F. Jost sur le thème de la vulgarisation scientifique à la télévision auprès du jeune public.

³⁴⁷ Pour une présentation de l'Afeccav, voir la partie 6.4.2.

dernier fait aussi mention des idées du premier, lors de notre entretien et lors d'une séance au collège iconique à l'Ina : « D'une discussion récente avec Guillaume Soulez à ce propos, je conclus à l'existence d'une "coproduction" des publics » (Dayan, 2002b : 198)³⁴⁸.

Pour l'heure, l'approche tend à s'inscrire parmi les travaux qui portent sur un niveau intermédiaire de la réception, celui de la médiation : celle des journalistes, des critiques, celle manifestée par des individus dans les rubriques « Courrier des lecteurs », etc. (voir la partie 8.2.2). Dominique Mehl (2004) s'en rapproche également, dans une étude – menée avec Guillaume Soulez – de la correspondance électronique adressée au service de la médiation des programmes de France Télévisions. Cette perspective pourrait constituer une « nouvelle » approche pour l'étude des téléspectateurs – nous avons vu que des thèses récemment soutenues en Sic s'y réfèrent –, voire un nouveau réseau d'idées et de chercheurs.

Précisons que des échanges existent entre les réseaux « sociologie de la réception » et « sémiologie de la réception », notamment parce qu'ils sont formés à partir d'espaces communs (par exemple l'université Paris 3) et ceci se traduit dans des sommaires d'ouvrages collectifs : des textes de Daniel Dayan, Dominique Mehl et Dominique Pasquier figurent dans les actes du colloque *Penser la télévision*, coordonné par François Jost ; les contributions de Daniel Dayan, Sabine Chalvon-Demersay, François Jost et Dominique Pasquier sont au sommaire du recueil *La télé au logis* (Delarge, Spire, 2002)³⁴⁹.

9.2.3. Psychologie sociale et réception

Enfin, la psychologie de la réception constitue une formation réticulaire en marge de celles présentées précédemment, pour les raisons déjà évoquées. Elle connaît une évolution en deux étapes : durant les années 90, elle est représentée par les psychosociologues Claude Chabrol et Rodolphe Ghiglione, et les idées sont diffusées à

³⁴⁸ Ce faisant, D. Dayan labellise les travaux de G. Soulez dans le domaine des recherches sur les publics.

³⁴⁹ En ce qui concerne les dossiers de revue, un mode opératoire consiste en un fonctionnement réticulaire : le plus souvent, les coordinateurs mobilisent leur réseau de chercheurs (voir nos entretiens avec B. Fleury, J. Walter et P. Flichy, annexes 8d et 8j).

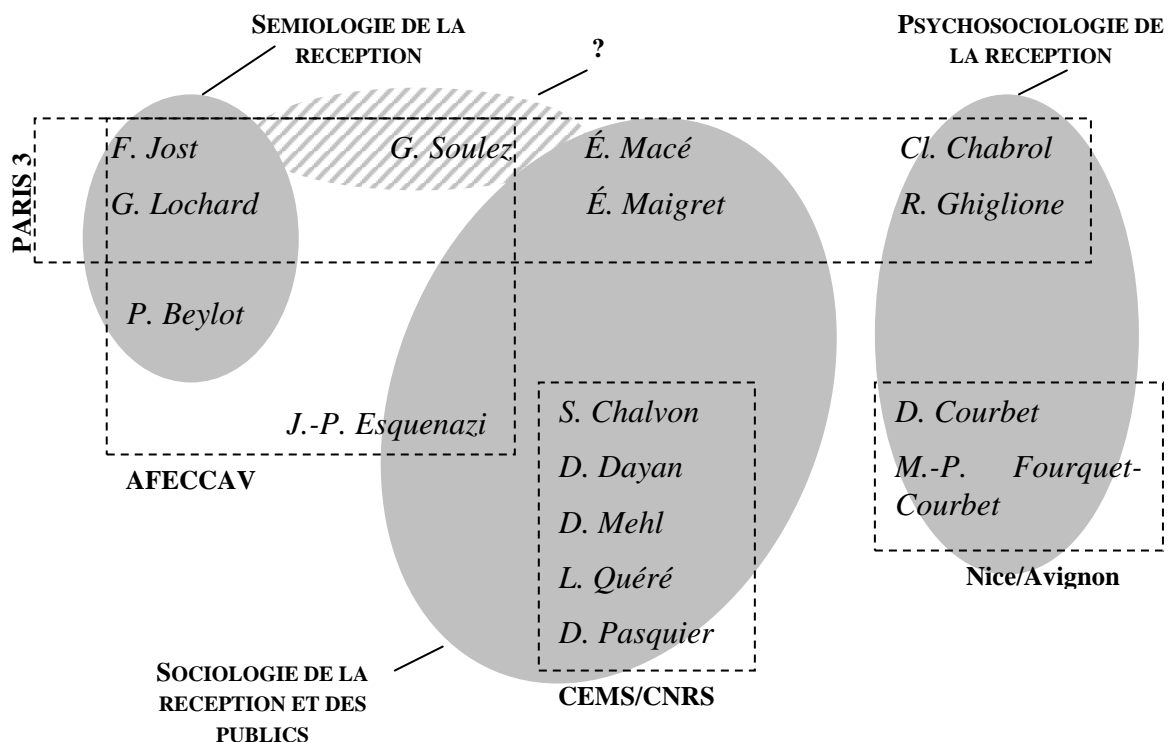
l'université Paris 3 ainsi que *via* le Centre d'analyse des discours dirigé par Patrick Charaudeau. Aujourd'hui, l'activité éditoriale laisse à penser que les chercheurs en Sic Didier Courbet, Marie-Pierre Fourquet-Courbet, Pascal Marchand en deviennent les nouveaux représentants – bien que des travaux soient encore menés dans la filiation intellectuelle de Claude Chabrol. Par exemple, en 2005, Nicolas Desquinabo a soutenu une thèse en Sic, *Caractéristiques et contraintes des genres interlocutifs dans les émissions de plateaux télévisés : analyses pragma-discursives et en réception*, où il applique des protocoles méthodologiques expérimentaux (organisation de séances de réception télévisuelle, examen des données en fonction des variables préalablement déterminées...) à l'instar de son directeur de thèse (voir aussi Chabrol, Diligeart, 2004 ; Radu, 2004). Mais, la publication de l'ouvrage collectif *La télévision et ses influences*, sous la direction de Didier Courbet et Marie-Pierre Fourquet-Courbet (2003), celle de *Psychologie sociale des médias* de Pascal Marchand (2004) placent ces auteurs dans des positions hautes dans cette approche. Ceci dit, il est à noter que pour traiter de l'influence de la télévision, Didier Courbet et Marie-Pierre Fourquet-Courbet (2003) réunissent des chercheurs en Sic peu familiers dans le domaine des recherches sur les téléspectateurs ; *i.e.* des auteurs pour qui l'objet de l'ouvrage n'est pas un thème de recherche privilégié – à l'exception de Serge Proulx – : Francis Balle travaille sur les médias en général et s'est particulièrement intéressé à l'internet, ses dernières publications sont un *Dictionnaire du web* (2001) et un « Que sais-je ? » sur *Les médias* (2006), Béatrice Fleury s'intéresse aux questions de témoignage et de mémoire historique en lien ou non avec les médias, Pascal Lardellier a publié des ouvrages sur l'essor et les usages des technologies de l'information et de la communication comme l'internet (*e.g.* *Le pouce et la souris. Enquête sur la culture numérique des ados*), les travaux de Bernard Miège portent sur les questions de société et de communication, ceux de Pierre Musso sur la communication politique, Nicolas Pélissier (2005) a étudié l'évolution des savoirs sur le journalisme, Lucien Sfez a pour thème de recherche principal l'idéologie de la communication³⁵⁰.

³⁵⁰ Nous exposons rapidement les thèmes de recherche principaux de ces auteurs, afin d'expliquer pourquoi nous affirmons qu'ils sont peu familiers du domaine des recherches sur les téléspectateurs. Ces présentations ne rendent pas compte des particularités, spécificités et apports des domaines d'investigation investis par ces chercheurs.

Ainsi l'approche psychosociologique de la réception est-elle organisée autour de deux pôles réunis – Didier Courbet, Marie-Pierre Fourquet-Courbet et Claude Chabrol (2004) ont coordonné un dossier pour *Questions de communication* sur le thème « Psychologie sociale, traitements et effets des médias » – soit deux micro-réseaux de chercheurs, dont l'un est encore peut-être à construire.

En résumé, la figure 60 représente les enchâssements entre les réseaux de chercheurs, les réseaux d'idées et les appartenances institutionnelles (des imbrications supplémentaires pourraient être ajoutées par l'examen des citations en référence). On comprend que l'étude de l'organisation d'un domaine des recherches ne se satisfait ni de l'unique identification des acteurs de la recherche, ni de celle des idées. Ce sont à la fois la circulation des hommes et celle de leurs idées qui permettent d'exposer une cartographie des recherches (sur la représentation, ne sont indiqués que quelques chercheurs à titre illustratif).

Figure 60. Cartographie des approches pour l'étude des téléspectateurs en France.



9.3. Propositions pour une définition

9.3.1. Un objet composite

Dans un premier temps, il convient de situer les recherches sur les téléspectateurs dans les domaines de recherche plus vastes dans lesquels elles s'inscrivent. Nous présentons une représentation cartographique (voir la figure 61) permettant d'apprécier l'objet « téléspectateurs » au croisement entre les recherches sur les médias³⁵¹ (*a fortiori* sur la télévision), sur la réception (*a fortiori* médiatique, *a fortiori* de la télévision) et sur le public (*a fortiori* des médias, *a fortiori* de la télévision). Les travaux sur les téléspectateurs ont emprunté aux théories de la réception, à celles sur les médias et sur le public : l'objet ne peut alors être envisagé indépendamment de ces héritages, il se situe entre ces trois domaines³⁵². Dans la représentation, l'ovale indique l'ensemble des travaux sur les téléspectateurs, en France. Représente-t-il pour autant un *nouveau* domaine de recherche ? On peut inventorier des manuels et des dossiers de revue comme les éléments structurants des objets figurant sur le schéma, chacun se rattachant distinctement à un domaine. Par exemple, pour l'objet « réception », on peut citer le dossier « Les théories de la réception » dirigé par Paul Beaud (1994) pour *Réseaux*³⁵³. En ce qui concerne les objets « médias » et « télévision », mentionnons les ouvrages *Sociologie des médias* (Rieffel, 2001, collection Infocom des éditions Ellipses), *La communication télévisuelle* (Lochard, Soulages, 1998, collection U des éditions A. Colin), *La télévision* (Chaniac, Jézéquel, 2005, collection Repères des éditions La Découverte). Pour « les publics », il existe un manuel, *Sociologie des publics* (Esquenazi, 2003, collection Repères des éditions La Découverte) et des dossiers de revue : « Le public, cher inconnu ! », *Le temps des médias* (Méadel, 2004) et « Figures du public », *Réseaux* (Mehl, Pasquier, 2004). Il est intéressant de noter que, pour l'objet « téléspectateurs », l'exercice n'est pas aussi évident : l'ouvrage *Du côté du public. Usages et réceptions de la télévision* (Le Grignou, 2003) et le dossier « À la recherche

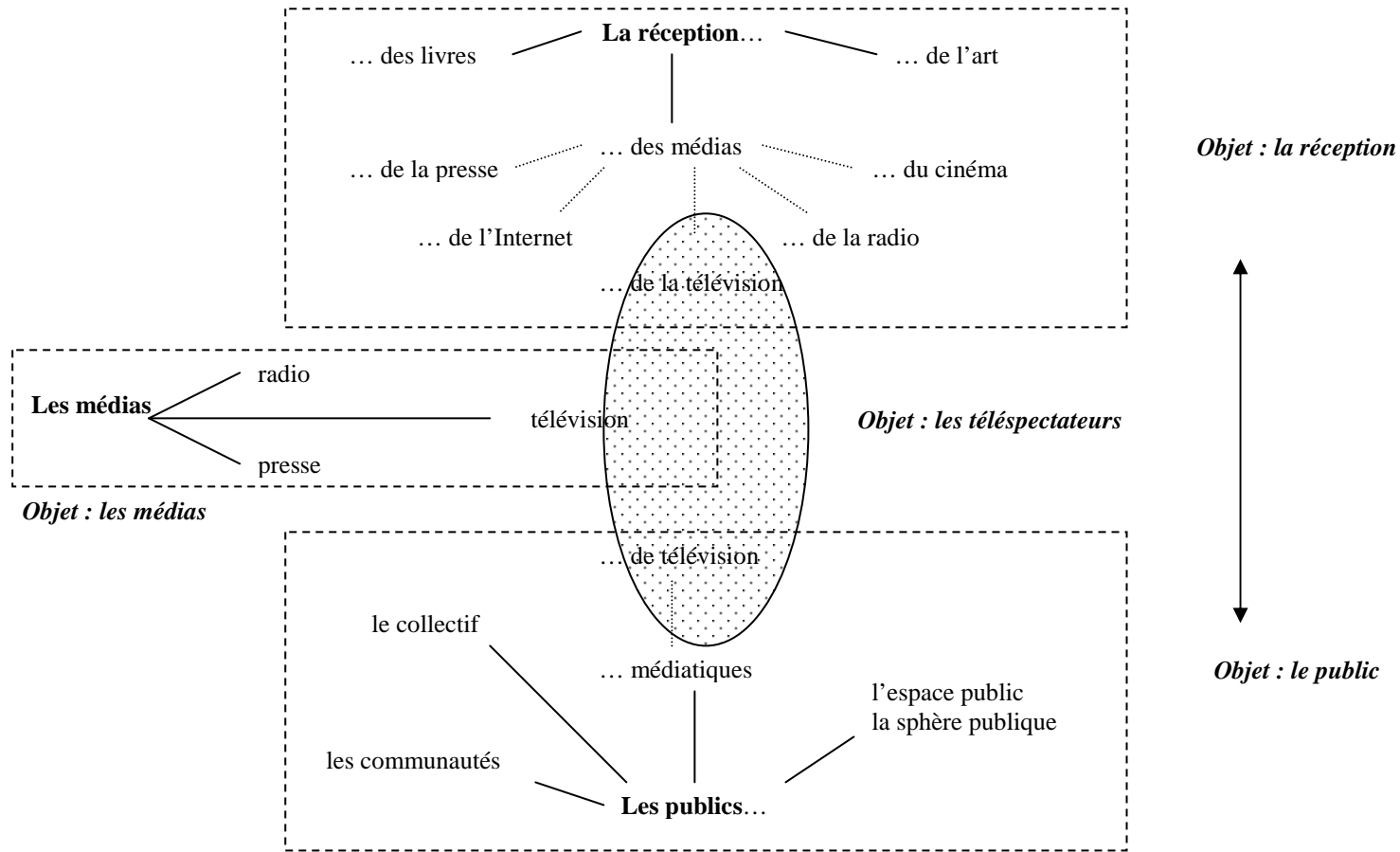
³⁵¹ Les médias dits traditionnels figurent sur la représentation. Dans une perspective plus large, on pourrait y ajouter d'autres techniques et supports « permettant aux hommes de communiquer entre eux » (Rieffel, 2001 : 4), *i.e.* le téléphone, la télématique et l'informatique.

³⁵² Cependant, il ne faudrait pas affirmer que l'objet s'est construit au croisement de ces domaines : car ceux-ci ne se croisent pas toujours. La représentation des recherches sur les téléspectateurs conduit à tracer un trait d'union entre eux.

³⁵³ On peut ajouter le chapitre « Les travaux sur la réception » introduit par Dominique Pasquier (1997a) dans le *Reader Sociologie de la communication* édité par le Cnet (Beaud *et al.*, 1997).

du public. Réception, télévision, médias », *Hermès* (Dayan, 1993a) lui sont consacrés – et contribuent à le définir ; mais, ils se rattachent ainsi aux trois domaines identifiés. Ceci illustre la difficulté, voire l'impossibilité, à envisager les recherches sur les téléspectateurs comme un domaine autonome. Dès lors, on comprend mieux les allers-retours caractéristiques de l'objet, symbolisés par la double flèche : les auteurs se rattachent parfois davantage à l'étude de la réception ou à celle des publics et ceci se traduit, par exemple, dans les intitulés d'articles, d'ouvrages...

Figure 61. Le domaine des recherches sur les téléspectateurs, entre recherches sur les médias, la réception et le public.



Les carrés en pointillés représentent les domaines de recherche sur les médias, la réception et le public ; l'ovale grisé représente les recherches sur les téléspectateurs. La double flèche représente les allers-retours entre les notions mobilisées par les acteurs.

9.3.2. Des caractérisations structurantes

Dans un deuxième temps, les « téléspectateurs » sont l'objet de multiples caractérisations. En effet, l'activité téléspectatorielle peut être prise en considération au moment M du contact entre le média et l'individu, elle peut aussi l'être après, comme le préconise Dominique Boullier (2003 : 14) : « La télévision se parle au cours d'autres activités [...]. C'est le moment d'un travail de réception à part entière ». Certains l'observent *in situ*, d'autres en situation expérimentale. Les individus sont interrogés sur leurs pratiques *via* un questionnaire ou un entretien, ils peuvent être observés clandestinement aussi. Les problématiques traitées par les chercheurs sont également multiples, de l'analyse de la composition des auditoires à l'examen des comportements lors d'un événement télévisé. À l'heure actuelle, il n'existe pas de définition stabilisée des différents versants de cet objet. Nous en proposons une, et la soumettons à discussion, élaborée à partir de l'examen de 23 enquêtes sur les téléspectateurs conduites dans le champ académique français entre 1969 et 2004³⁵⁴ (voir annexe 5). Celles-ci sont de différentes envergures, elles vont de la passation d'un questionnaire auprès de 130 étudiants (Esquenazi, 2002b) à des combinaisons multiples, comme l'observation *in situ* dans treize familles, l'étude du contenu de centaines de lettres de *fans* adressées à la société de production d'une série télévisée et l'exploitation de questionnaires distribués à des collégiens et lycéens (Pasquier, 1999). Il nous importait de distinguer les différentes acceptions de l'objet, les angles par lesquels il était investi ; nous avons laissé de côté pour un temps les problématiques traitées par les chercheurs, afin de focaliser notre regard sur les définitions de l'objet.

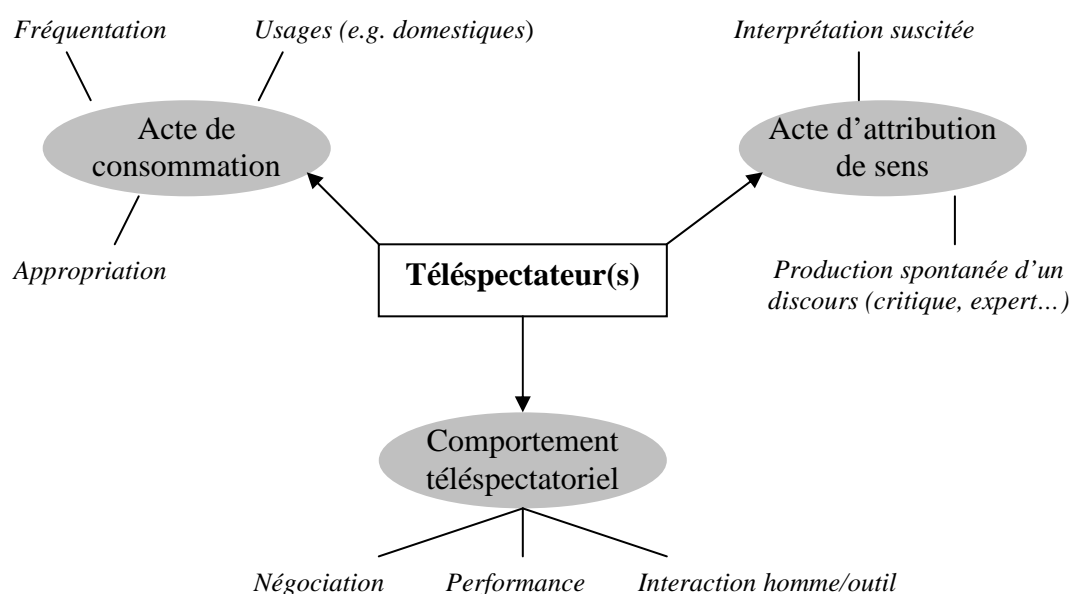
- *Des consommateurs*

Trois aspects définissent la pratique téléspectatorielle (voir la figure 62). Premièrement, celle-ci est envisagée comme un acte de consommation, dans sept enquêtes étudiées (27 %). Ici, on s'intéresse aux usages quantitatifs et qualitatifs du média : *avez-vous regardé ce programme et l'avez-vous apprécié ?* Il s'agit de répondre aux questions : qui regarde quoi, à quel moment, avec quelles attentes... ? La perspective peut se rapprocher d'une visée marketing, où l'on dénombre les clients existants et potentiels

³⁵⁴ Nous avons simplement extrait de notre corpus de textes les enquêtes, à l'exclusion de celles menées hors du champ académique français.

des programmes télévisuels, leurs attentes, goûts, on dessine le spectateur-type. La relation du média à l'individu est pensée en terme d'offre (de programmes) et de demande (d'information, de divertissement, etc.). Les téléspectateurs sont envisagés sous l'angle de la consommation, à partir du moment où le chercheur intègre des données au sujet de la fréquentation du média. Par exemple, Roselyne Bouillin-Dartevelle (1993) interroge des individus sur leur consommation de programmes télévisuels sportifs afin de corrélérer les chiffres obtenus avec les pratiques sportives effectives. Marie-Claude Taranger (2002) étudie le type de fréquentation d'un genre télévisuel par des publics jeunes. L'appropriation est une forme spécifique et aboutie de l'acte de consommation : il s'agit d'étudier les manières dont l'individu adopte puis adapte les produits médiatiques à ses attentes, à son environnement. Par exemple Gisèle Bertrand, Chantal de Gournay et Pierre-Alain Mercier (1988) ont étudié comment la pratique du *zapping* a pour effet – voir pour objectif – de composer un programme global, *i.e.* une perception de l'intégralité des images disponibles. Un versant similaire est l'objet de l'enquête menée par Nicole Arnal et Alain Busson (1993) sur les usages du magnétoscope. De même, les usages domestiques, quotidiens ou exceptionnels, du média, tels qu'ils ont été observés par Stéphane Calbo (1998) et Véronique Le Goaziou (1999) intègrent ce versant : les auteurs ont évalué des modes d'emploi de la télévision.

Figure 62. Définitions du « téléspectateur » (1).



- *Des comportements*

Une deuxième définition est celle des comportements téléspectatoriels. À neuf reprises (41 %), des chercheurs ont observé des attitudes manifestées face au média. Celles-ci sont de trois ordres ; elles traduisent des négociations personnelles ou collectives au sujet de la pratique : quelle place est accordée à la télévision au sein du groupe familial (Bertrand, 1999) ? Quelle place est attribuée au média dans les conversations sur la télévision (Boullier, 1987) ? Quel statut ont les images dans le discours d'un individu, *e.g.* sur ses sources d'information ? Comment les représentations (de la société, de la famille...) diffusées à la télévision interviennent dans la définition de ses propres attitudes à l'égard d'autres ? C'est le rapport au média qui est envisagé. Celui-ci l'est aussi d'un point de vue technique : quelles sont les interactions entre l'homme et l'outil ? Par exemple, Stéphane Calbo (1998) observe des propriétés proprioceptives manifestées pendant la pratique. Les attitudes sont également envisagées au niveau des actes performés dans l'espace public ou semi-public en réaction à une expérience téléspectatorielle. Dans cet ordre d'idées, Daniel Dayan (1999) a observé des rituels exécutés à la suite d'un événement télévisé ; Michèle Gellereau (2002) a étudié comment des adolescents réinvestissent ce qu'ils ont vu à la télévision dans leurs propres productions audiovisuelles.

- *Des attributions de sens*

Enfin, l'acte d'attribution de sens est la définition la plus souvent attribuée à l'activité de réception dans notre corpus (douze enquêtes, 54 %). D'une part, lorsque des chercheurs sollicitent les réactions, jugements, évaluations, décodages des individus par rapport à des images télévisuelles, ils mobilisent des compétences interprétatives ; le plus souvent, à des fins de mesure de l'influence des images. À cet effet, Claude Chabrol (1991) a recueilli les interprétations d'individus au sujet d'une émission littéraire, Marie-Pierre Fourquet-Courbet (2000) a cherché à connaître des attributions de sens aux messages politiques. Ce sont aussi Karine Berthelot-Guiet et Caroline Ollivier-Yanis (2001) qui se sont interrogées sur la production de significations à la vue de messages publicitaires, tandis que Marlène Coulomb-Gully (1997) a identifié les interprétations des récepteurs prévues par les concepteurs d'émissions politiques

comiques et intégrées dans les contenus. D'autre part, l'acte d'attribution de sens peut être manifesté dans une production explicite et spontanée d'un discours, *e.g.* critique ou expert, sur les images, les programmes, l'institution télévisuelle, les réactions du public... Ce versant est l'objet d'investigation de chercheurs qui s'intéressent à la réception comme médiation, *i.e.* celle qui se manifeste à des niveaux intermédiaires entre celui qui se situe face aux images et les émetteurs de celles-ci : les journalistes critiques (Beylot, 2002) ou les courriers/courriels de téléspectateurs (Mehl, 2004 ; Soulez, 2004).

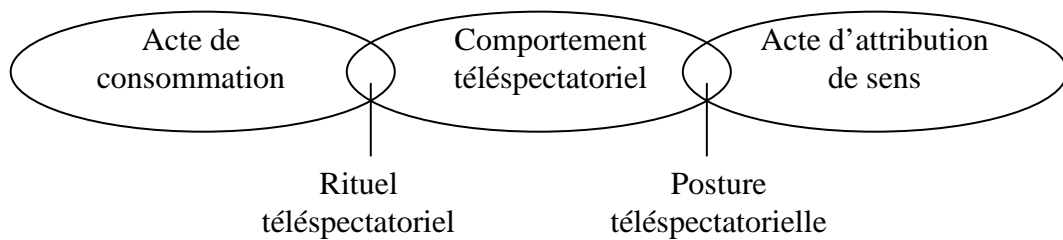
- *Des postures et des rituels*

Lorsque les protocoles méthodologiques sont importants, des chercheurs ont traité simultanément deux versants de la pratique spectatorielle. Dans un premier cas, Dominique Boullier (1987), Sabine Chalvon-Demersay (1999) et Dominique Pasquier (1999) ont analysé des postures téléspectatorielles, *i.e.* les actes d'attribution de sens performés *via* des comportements. En effet, Dominique Boullier a étudié les interprétations d'images effectuées par des individus et exprimées dans le cadre d'interactions conversationnelles sur le lieu du travail ; il s'agissait de discours critiques qui pouvaient témoigner d'attitudes à l'égard du média. En outre, le déclenchement d'une discussion sur les images télévisuelles en situation sociale (ici professionnelle) est une performance téléspectatorielle. Sabine Chalvon-Demersay (1999) s'est intéressée à la manière dont des représentations de mondes professionnels diffusées à la télévision sur un mode fictionnel avaient un effet sur les attentes, exigences normatives des individus dans leur vie quotidienne. Autrement dit, comment les interprétations que ces derniers font des images interviennent dans la régulation de leurs rapports aux autres (actes produits en réaction aux images). L'analyse des courriers de *fans* d'une série télévisée couplée à l'observation de leurs interactions familiales en situation de réception domestique de ce même produit a permis à Dominique Pasquier (1999) de comprendre comment la télévision fonctionne comme une pratique identitaire pour ces publics.

Un second cas de figure est représenté par l'enquête ethnographique réalisée par Stéphane Calbo. Ce dernier s'est interrogé sur des rituels téléspectatoriels, évalués à partir de l'association entre les usages domestiques du média (nature et modalités) et les

interactions comportementales manifestées par l'homme face à l'outil : bénéfiques (détente, divertissement, évasion...) immédiatement procurés au moment de la pratique et expressions corporelles qui les traduisent ?³⁵⁵ Ainsi peut-on affiner la présentation des caractères qui définissent l'objet « téléspectateurs » avec l'ajout de deux versant hybrides, celui de la posture téléspectatorielle et celui du rituel (voir la figure 63).

Figure 63. Définitions du « téléspectateur » (2).



9.3.3. Recherches sur les téléspectateurs et recherches sur des « audio-visionneurs »

Dans la lignée des propos d'Isabelle Charpentier (2006 : 5), qui évoque les « réflexions théoriques et les enquêtes empiriques rassemblées sous le(s) label(s) – faussement homogénéisant(s) – d' "études de réception" et/ou "des publics" par ailleurs diversement qualifiés, téléspectateurs, lecteurs, usagers, "pratiquants", consommateurs... », nous souhaitons engager une interrogation sur une distinction entre les travaux et discours sur des téléspectateurs et ceux sur des récepteurs d'images et de sons, ici nommés « audio-visionneurs ». Rappelons que nous avons choisi, dans notre recherche, la terminologie « téléspectateurs » afin d'embrasser l'ensemble des réflexions sur la réception de la télévision, les publics, l'audience... Mais, lorsque l'on demande à des individus de livrer leurs opinions et interprétations au sujet d'images télévisuelles, cela signifie-t-il que l'on étudie des réactions de téléspectateurs ? En effet, nous pensons que l'attribut « téléspectateur » implique l'existence de certaines caractéristiques : le téléspectateur

³⁵⁵ Signalons que les enquêtes réalisées par D. Dayan et E. Katz en Israël et aux États-Unis sont aussi de l'ordre de l'étude de rituels : ils ont observé comment la fréquentation d'un type de programme entraîne l'expression de performances spectatoriennes, dans l'espace public en ce qui concerne ce travail.

est celui qui entre en interaction avec une instance productrice d'images et de sons – également de messages, de représentations, etc. Il est conscient des coulisses des éléments qu'il visualise sur un écran.

Cette distinction concernerait notamment les enquêtes menées dans une approche psychosociale, dont « l'objectif est davantage de mettre en évidence des processus psychologiques impliqués dans la prise d'information médiatique, en isolant des causes possibles pour mesurer leurs effets » (Marchand, 2004 : 23). Il ne s'agit donc pas d'envisager les réactions d'individus dans le cadre spécifique d'une relation à une organisation d'acteurs, mais dans celui d'une opération individuelle d'ordre psychologique ou cognitif : un individu fabrique des interprétations à la suite d'une exposition aux images et aux sons, quelles sont-elles ? Ainsi, lorsque Didier Courbet (2004a : 27) questionne « Comment les informations sont-elles traitées, interprétées et mémorisées ? Quels sont les activités et les processus cognitifs, affectifs et comportementaux des différents sujets-récepteurs en fonction des procédés esthético-sémiotiques ou du type de dispositif ? », ses propos portent-ils sur des actes de réception face à des contenus audiovisuels et non des actes téléspectatoriels.

Ici, ce n'est pas tant le procédé expérimental qui n'intégrerait pas le cadre des recherches sur les téléspectateurs que la définition attribuée aux éléments qui composent une enquête. Par exemple, confronter des personnes à des dispositifs audiovisuels façonnés par le chercheur pour les besoins de son test³⁵⁶ signifie-t-il étudier les réactions de téléspectateurs ? Ces travaux portent sur une rencontre, cette fois entre un individu actif et un produit audiovisuel diffusé *via* un support médiatique (écran de télévision, d'ordinateur, etc.). Mais, ils ne portent pas tant sur des téléspectateurs – au sens de destinataires de programmes de l'industrie télévisuelle et conscients de l'être – que sur des récepteurs d'images et de sons.

³⁵⁶ Par exemple, M.-P. Fourquet (2000) identifie le rôle de l'« implication », du « concept motivationnel », de « variables de motivation et de capacité » dans le processus de réception d'un document – fabriqué – inspiré des émissions politiques télévisées.

Dès les années 70³⁵⁷, les chercheurs utilisent la terminologie « réception » pour signifier ceux qui se trouvent à une extrémité du schéma de la communication médiatique : par opposition aux producteurs d'images, il y a les récepteurs. Ainsi Brigitte Le Grignou et Érik Neveu (1988) débute leur propos en ces termes : « Émission contre réception » (*ibid.*, 1997 : 751), chacun étant un « maître concept de la théorie des médias ». Dès lors, la terminologie s'installe dans le champ académique, associée à celle de « téléspectateur », sans qu'il ne soit fait de distinction en terme d'approche :

- « Le téléspectateur et le feuilleton : de la réception comme rituel » (Bianchi, 1989) ;
- « La réception des médias. L'invention du téléspectateur » (Beaud, Flichy, 1990) ;
- « La réception : étude des processus d'évaluation des débats médiatiques » (Chabrol, 1991) ;
- « Les mystères de la réception » (Dayan, 1992) ;
- etc.

Plus récemment, Daniel Cefaï et Dominique Pasquier (2003b : 42) distinguent « réception » et « public » : la première est de l'ordre des décodages opérés par les individus – le second terme se rapporte davantage à des « interactions ». Pour Didier Courbet et Marie-Pierre Fourquet (2003 : 9) la réception est définie comme « le processus qui se déroule au moment du contact avec des contenus télévisuels » ; tandis que Dominique Boullier (2003 : 14) voit dans le « compte-rendu public de l'activité télé » le « moment d'un travail de réception à part entière ». Josiane Jouët (2005 : 142) considère que la réception n'est pas figée, ses modalités évoluent, notamment elle « se dilue dans la consommation de fragments, le flux l'emportant sur le programme ». En 2006, est-il suffisamment explicite de parler de « réception » dès lors que l'on traite des effets des médias, de leur influence, des usages de la télévision, des performances spectatoriennes ? La réception est un des trois pôles de la communication médiatique, est-elle un objet de recherche suffisamment explicite ?

De la même manière, l'analyse sémiologique de contenus télévisuels autorise-t-elle à parler d'étude de réception ? Certes, des procédés intégrés dans les produits par leurs

³⁵⁷ Nous avons recensé un article du sociologue P. Champagne titré « La télévision et son langage : l'influence des conditions sociales de réception sur le message » et publié en 1971 dans la *Revue française de sociologie*.

concepteurs sont explicitement destinés à produire tel ou tel effet chez le destinataire, comme l'ont montré Brigitte Le Grignou et Érik Neveu au sujet d'une émission politique, ainsi que Gregory Derville (1995) et Marlène Coulomb-Gully (1997) pour des programmes satiriques. Reconstituer une entreprise de fabrication des contenus livre des indices quant aux réceptions possibles. Mais, ne faudrait-il pas caractériser, voire distinguer davantage ce qui est du ressort des « intentions » de ce qui est du domaine des « performances » spectatorielles ? Notamment, l'identification de réceptions idéales manque la question des conditions de réception sociale des messages, ainsi que les compétences téléspectatorielles des individus. En effet, ne peut-on pas supposer que ces derniers ont aujourd'hui une connaissance et une pratique des dispositifs télévisuels, de leurs rouages, de leurs coulisses telles qu'ils sont à même de détourner les usages prévus pour eux, ou « braconner » pour reprendre l'expression de Michel de Certeau (1980) ?

Trois questionnements se profilent alors :

- La réception d'un programme télévisuel sur un écran géant installé dans un espace public destiné habituellement à un usage autre que télévisuel, *e.g.* un stade de football, une salle de concert, est-elle assimilable à une expérience téléspectatorielle ? La question se pose de la même manière si l'on suit un programme sur son écran de téléphone portable. Autrement dit, la posture téléspectatorielle se définit-elle dans un espace traditionnellement réservé à l'usage ?
- Posséder une capacité et/ou une compétence à décoder des messages audiovisuels signifie-t-il être un téléspectateur ? Ou, est-ce l'exposition, temporaire, régulière, occasionnelle..., à des produits fabriqués pour la télévision qui confère la qualité de téléspectateur ?
- Stabiliser ainsi les définitions des téléspectateurs permet-il de circonscrire le domaine des recherches sur les téléspectateurs ? Ou celles-ci sont-elles aujourd'hui dépassées sur l'agenda des recherches par l'étude de configurations de publics suggérée dans de récentes publications (Méadel, 2004 ; Mehl, Pasquier, 2004) ?

CONCLUSION

Un domaine instable

Au terme de notre réflexion, nous observons que les recherches sur les téléspectateurs peuvent difficilement être envisagées comme un domaine autonome dans le champ académique. On ne peut guère parler du « champ des études de réception télévisuelle ». Certes, des éléments de l'histoire des recherches sur les téléspectateurs ont eu une perspective structurante : en se focalisant explicitement sur cet objet, les dossiers de revue ont invité à circonscrire le domaine des recherches (partie 5.3.1). On relève aussi la publication d'un ouvrage et l'organisation de colloques, qui traduisent l'existence d'une somme de savoirs disponibles (partie 9.1). De plus, nous avons observé une pérennité au niveau des acteurs principaux des recherches, tant (et surtout) pour les praticiens que pour les chercheurs universitaires (chapitre 4, parties 5.4.3 et 7.1). Ce domaine possède ses représentants et ses foyers d'activité (parties 8.4 et 9.2).

En revanche, plusieurs éléments présentés dans notre travail suggèrent l'instabilité de ce domaine : d'abord, celle des définitions et modélisations d'un objet composite (partie 9.1). Il est apparu que, pour nombre de chercheurs dans les années 80-90, la question de la réception s'est imposée au terme de travaux sur les contenus médiatiques, comme l'énonciation au cinéma, les écrivains de fiction télévisée, les conditions de production d'une émission politique (voir nos entretiens avec Daniel Dayan, Dominique Pasquier et Brigitte Le Grignou, annexes 8a, 8c, 8i). Elle ne constituait pas une entrée privilégiée, comme l'explique Sabine Chalvon-Demersay (entretien, 20 mars 2004) : « En sociologie des médias, il était assez logique de commencer par travailler sur les institutions : qui étaient ces gens qui faisaient de la télévision et comment cela fonctionnait ? Aller voir du côté des publics... ». Dans la décennie qui a suivi, le traitement de la problématique des téléspectateurs s'intègre à la fois dans un retour des interrogations sur les effets des messages médiatiques, annoncées dès la première moitié du XX^e siècle, et de celles sur les collectifs spectatoriels, *i.e.* les publics. Ainsi celle-ci hérite-t-elle en permanence de programmes théoriques et méthodologiques d'abord appliqués à d'autres objets. Par exemple, Daniel Cefaï et Dominique Pasquier (2003a) présentent de manière rigoureuse les passerelles heuristiques entre l'étude des « publics politiques » et celle des « publics médiatiques ». Ensuite, nous relevons une instabilité dans l'histoire diachronique des travaux, notamment au sujet de leur naissance ; nous

espérons être parvenue à restituer les axes de recherche à leurs origines, *i.e.* celles des paradigmes inauguraux sur l'étude des effets (illimités puis limités) des médias (chapitre 1) ainsi que celles des travaux qualitatifs sur les comportements spectatoriels (parties 1.3 et 2.2). Enfin, l'équilibre des « téléspectateurs » dans le champ académique relève de la légitimité des différentes approches. En ce sens, on doit s'interroger sur la position haute occupée par les sociologues des médias : s'exerce-t-elle au détriment des représentants d'autres perspectives ? Surtout, la multiplication des points de vue entraîne la diversification des acceptions des « études de réception » ; ce, au point que nous pensons qu'il est temps de distinguer les recherches sur les téléspectateurs de celles sur les « audio-visionneurs », afin de mieux définir les domaines des recherches (chapitre 9).

Ceci dit, ce qui peut apparaître comme une faiblesse peut en réalité être envisagé comme un « avantage épistémologique » pour reprendre le propos de Nicolas Péliissier (2005 : 330). La diversité pluridisciplinaire et épistémologique des approches et des intervenants ainsi que l'« éclatement » des lieux de traitement de l'objet – *e.g.* voir la cartographie des soutenances de thèse (partie 8.4), qui traduit une répartition géographique plus large que celle des réseaux de chercheurs identifiés – peuvent être une force pour le domaine des recherches sur les téléspectateurs ; pour cela, il faut aussi que des échanges scientifiques, précisément des débats, existent. En effet, la « participation aux controverses » est un des éléments fondamentaux de l'activité scientifique définie par Bruno Latour (1995 ; voir aussi Callon, Latour, 1991).

Nous avons délibérément limité notre investigation aux frontières du champ académique hexagonal. Ce qui nous conduisait à prendre en compte les textes étrangers, traduits ou non, publiés en France (*i.e.* dans des revues et/ou maisons d'éditions françaises) (voir les annexes 1i et 1j). Mais, la littérature, notamment anglo-saxonne, sur les téléspectateurs pourra être exploitée ultérieurement, afin d'évaluer l'ensemble des savoirs étrangers dont il est fait l'impasse (ou non) dans notre pays. En outre, on interrogera les points suivants : les connaissances développées en France sont-elles comparables à d'autres ? Les chercheurs accusent-ils un retard ? Des débats d'idées seraient-ils envisageables ? Existe-t-il un domaine des recherches international sur les téléspectateurs ? Une entrée pour ce travail pourra être la poursuite d'une étude des citations en référence contenues dans les manuels français sur la communication et les

médias, lorsque leurs auteurs abordent la problématique de la réception télévisuelle. Nous avons commencé à relever ces éléments dans dix ouvrages de ce type. Mais, nous avons échoué dans l'exploitation « à mains nues » d'un tel corpus (environ 200 items relevés) : en raison de la diversité des références citées, un traitement statistique (tel texte est mentionné tant de fois) ne nous semblait pas suffisant ; en revanche, il serait intéressant de trouver un mode opératoire rigoureux permettant (1) de catégoriser les citations en référence. En effet, peut-on analyser sur un même plan les éléments qui ont influencé le mode de pensée de l'auteur, la présentation de modèles théoriques dans une visée d'exhaustivité, celle de résultats d'enquête servant d'illustration, des conseils de lecture (d'ouvrages lus ou non) ? Ensuite (2), comment représenter visuellement et heuristiquement les trajectoires des références dans les différents textes ? Nous aurons à trouver une manière de présenter les citateurs successifs (*telle référence est mentionnée par...*) tout en croisant ces données avec l'exposition des éléments référencés par chacun (*telle référence est mentionnée par... qui cite aussi...*), ainsi qu'avec les propriétés des auteurs (*telle référence est mentionnée par... qui cite aussi... et qui est rattaché à... et telle référence du chercheur... rattaché à... est mentionnée par... qui cite aussi... et qui est rattaché à...*).

Élaboration d'un modèle

Nous avons cherché à exploiter une majorité de versants constitutifs d'un domaine de recherche : l'étude d'un corpus de publications a permis d'évaluer la teneur des savoirs. La traduction scripturaire de leur évolution s'est avérée être un outil permettant à la fois une vue d'ensemble et un accès à un état précis des savoirs disponibles à différents moments – c'est une des raisons pour lesquelles nous présentons ce corpus sous la forme d'un tableau chronologique (annexe 1c) et sous la forme d'extraits dans le corps de texte. De la sorte, les étapes peuvent être mises en rapport avec d'autres historiographies scientifiques (*e.g.* l'évolution des recherches sur les médias, sur les publics), ainsi qu'avec les facteurs sociaux, économiques, techniques voire politiques qui sont autant de déterminants de l'évolution des connaissances. En résumé – et cela peut être considéré comme un résultat de notre travail – l'exploitation d'un corpus de

publications est pertinente lorsqu'elle est reliée aux configurations successives dans lesquelles celles-ci ont été produites.

L'identification des acteurs des recherches a renseigné sur leur diversité et leur fonction. D'une part, il s'est avéré nécessaire de considérer comme « acteurs » non seulement les chercheurs, mais aussi les lieux et outils de production et de diffusion des connaissances : les centres de recherche jouent un rôle lorsqu'ils favorisent la réflexion sur un objet ; les revues scientifiques, comme les collections éditoriales, assurent la visibilité ou non d'une approche, d'un point de vue, d'un objet... ; les départements universitaires et les maquettes d'enseignement qui y sont élaborées et validées offrent (ou non) des espaces de leur mise en circulation ; il en est de même pour les manifestations scientifiques (*e.g.* les congrès, les séminaires³⁵⁸). Dans le champ scientifique, ces assertions apparaissent comme des lieux communs. Mais, nous avons montré, empiriquement pourrait-on dire, qu'effectivement, les revues organisent l'agenda des recherches (parties 5.3.1, 7.1 et 8.3.2) : en publiant plusieurs dossiers sur les téléspectateurs, certaines ont été actrices du retour de l'objet sur la scène académique (fin des années 80) ; dans les années 90, *Réseaux* a participé à la diffusion du modèle de l'ethnographie de la réception, elle en a été un des artisans principaux ; en 2004, *Questions de communication* a concouru à la mise en visibilité de l'approche psychosociale expérimentale et à sa légitimation dans le domaine des sciences de l'information et de la communication (Sic). En outre, nous avons esquissé la faible représentation de ces problématiques dans les congrès organisés par la Société française des sciences de l'information et de la communication (Sfsic) : ce qui conduit à se demander si l'objet n'intéresse pas les chercheurs en Sic malgré son inscription parmi les domaines de compétence de la discipline (partie 8.2.1). Des enquêtes pourront être conduites, sur les enseignements délivrés en France – à la fois dans les départements de science politique, sociologie et Sic car nous avons vu que des tenants de ces disciplines ont travaillé sur les téléspectateurs –, afin d'évaluer non seulement la place de ceux sur ces questions, mais surtout leur teneur : par quelle(s) entrée(s) sont-elles traitées ? Quelles sont les enquêtes présentées majoritairement ? Quelles sont les approches privilégiées, éventuellement celles qui sont absentes ? Quelles sont les ouvertures

³⁵⁸ Nous faisons référence aux manifestations scientifiques dont les thématiques peuvent être larges et non circonscrites à un objet ou une approche.

proposées aux étudiants ? Les enseignants sont-ils les acteurs identifiés dans notre corpus ou non ?

D'autre part, notamment en ce qui concerne les « personnes », la diversité des rôles observés nous a amenée à les caractériser et ne pas seulement considérer les « acteurs-auteurs ». En effet, une entrée liminaire pour nos investigations a été l'identification des auteurs principaux, *i.e.* ceux qui ont écrit le plus sur les téléspectateurs dans le champ académique. Nous avons vu que ceux-ci constituent un noyau relativement pérenne, composé de chercheurs universitaires (Dominique Boullier, Sabine Chalvon, Daniel Dayan, Brigitte Le Grignou, Cécile Méadel, Dominique Pasquier, Serge Proulx) et de praticiens de l'industrie médiatique (Gisèle Bertrand, Régine Chaniac, Jacques Durand, Michel Souchon), la plupart membres d'un réseau d'acteurs et d'idées créé à partir du Groupe de recherche Communication CNRS à la fin des années 80. Ceci dit, nous avons remarqué que, si ces auteurs jouent un rôle important dans l'évolution des savoirs parce qu'ils les alimentent, d'autres assurent la mise en circulation des textes et ils ne sont pas forcément visibles dans notre corpus. Les directeurs de revue, les coordinateurs de dossier ou d'ouvrage collectif, les traducteurs, les organisateurs de colloque sont ces « passeurs ». Leurs décisions (choix de textes...) exercent une influence en terme de visibilité et d'attribution de reconnaissance des savoirs. Par exemple, Patrice Flichy est un passeur dans ce domaine en tant que directeur de *Réseaux* et coordinateur du dossier « La réception des médias. L'invention des téléspectateurs » (Beaud, Flichy, 1990). Les directeurs de thèses recensées (annexe 4) sont aussi des passeurs ; il est intéressant de noter que ceux-ci, pour la plupart, ne sont pas des acteurs des recherches sur les téléspectateurs tel que cela est défini par notre corpus : on doit s'interroger sur leur position intermédiaire, *e.g.* entre un discours théorique et/ou une enquête produite sur l'objet et un doctorant prêt à mettre en application un modèle ou à réfléchir sur une question.

De même, les auteurs eux-mêmes sont des passeurs *via* les citations en référence contenues dans leurs écrits : ils font connaître des travaux, conseillent la lecture... Nous avons vu (partie 7.3.3) comment la « réimportation » des thèses de Michel de Certeau sur les pratiques quotidiennes et domestiques s'est traduite par, tout en étant un effet d'une concentration de références dans la littérature du milieu des années 90. Elle a participé à la formation de l'axe sociologie de la réception. Sur ce point, notre enquête

est restée inachevée : un examen bibliométrique – scientométrique – des textes permettrait d'identifier plus finement la circulation des idées. Il serait intéressant de tracer des parcours de citations, au sein d'une ou plusieurs générations d'écrits. Notamment, au sujet de la réception de l'article signé de Daniel Dayan (1992) « Les mystères de la réception » dans le champ académique français : notre analyse indique que le premier auteur à le citer en référence est la sociologue des médias Dominique Pasquier (1997), dans une contribution à l'ouvrage collectif *Sociologie de la communication* (Beaud *et al.*, 1997) ; puis d'autres chercheurs l'ont repris au point que le texte constitue, selon nous, une « boîte noire ». L'utilisation d'un outil bibliométrique permettrait de préciser sa trajectoire par rapport à ce que nous avons réalisé (partie 6.3 et annexes 9a à 9d) ; en outre, on pourrait réaliser des opérations similaires au sujet d'autres écrits, afin de mieux évaluer leurs introducteurs et les processus d'autorité. Par exemple, l'idée d'une réception secondaire mise en application par Dominique Boullier en 1987 – *i.e.* l'activité de réception se situe après l'exposition au médias, par exemple dans les « conversations télé » – n'est véritablement reprise que dans les années 2000 lorsque Dominique Mehl (2004) et Guillaume Soulez (2004) étudient la réception dans un matériau secondaire que sont les courriels de téléspectateurs. Pourtant les travaux du chercheur ont été publicisés à plusieurs reprises depuis 1987 : les résultats de l'enquête sont plébiscités, mais le modèle proposé n'est pas mis en pratique ; les conditions de son référencement (teneur et auteurs des citations) pourraient éclairer ce cas.

Le recueil des témoignages de certains acteurs a été une source d'informations sur le fonctionnement des pratiques scientifiques et sur l'histoire des recherches. Surtout, nous avons réalisé combien la connaissance des trajectoires personnelles et professionnelles des chercheurs constitue un matériau pour l'enquête, lorsque ces éléments sont pensés dans le cadre d'un « champ » bourdieusien. Il s'agit d'évaluer comment une part des activités et interactions scientifiques est déterminée par les positions qu'occupent les agents les uns par rapport aux autres. Ainsi, les chercheurs « dominants » – ceux qui occupent les positions hautes – décident-ils des objets « importants (Bourdieu, 1997 : 18). Ces effets nous semblent d'autant plus accessibles par une analyse si nous lui joignons les conceptions des sociologues des sciences. Ceux-ci s'interrogent sur les conditions d'attribution du « pouvoir » (donc de définition des positions) ; aussi, ils envisagent les pratiques dans une perspective réticulaire (Latour, 1989, 1995). Cela implique de considérer la position d'un acteur non seulement dans son rapport à ceux

qui l'entourent (*e.g.* quel usage fait-il des savoirs qui l'ont précédé, comment ses apports sont-ils reçus par ses pairs ?), mais aussi dans son rapport à la structure du champ (quel poste occupe-t-il, quelles sont les perspectives d'évolution de sa carrière ?). Dans les années 90, la sociologie de la réception est dominante parmi les axes de recherche sur les téléspectateurs : elle est représentée par les directeurs de recherche CNRS Sabine Chalvon-Demersay, Daniel Dayan et Dominique Pasquier et diffusée par une revue soutenue par le CNRS. Un autre cas de figure est la fabrication du dossier « Psychologie sociale, traitements et effets des médias » pour lequel on ne peut comprendre comment des logiques et intérêts d'acteurs se rejoignent que si l'on identifie les positions de chacun dans le champ (partie 8.3) : de « jeunes » chercheurs sont en quête de reconnaissance, d'autres souhaitent ré-affirmer leur position, les auteurs sont dans des entreprises de publication parce qu'ils doivent « faire de la science » (Latour, 1995 : 35).

Ainsi, pour les sciences de l'information et de la communication, notre recherche peut-elle constituer les fondements d'un modèle pour l'étude des objets scientifiques, de leur constitution et de leur développement dans l'espace académique, vus sous l'angle de la circulation des savoirs. Cela implique que l'on considère les publications – scientifiques – tel un matériau permettant l'identification de l'histoire d'un objet. Celles-ci doivent être exploitées à deux niveaux ; le premier est celui de leurs contenus, en tant qu'extraits d'un ensemble de connaissances disponibles : quels savoirs apportent-ils sur l'objet (quelle pierre apportent-ils à l'édifice ?), dans quel courant de pensée s'inscrit l'auteur, quelles sont les idées qu'il réfute (naissance ou entretien d'une controverse) ou qu'il augmente (application d'un programme) ? Quel est le sort du texte dans le champ académique ? Les publications sont alors envisagées dans un réseau d'idées. Le second niveau consiste à situer un texte comme élément d'un maillage d'acteurs pour qui la publication participe d'un projet scientifique, personnel ou collectif – outil de positionnement, vecteur de notoriété –, ou est un effet – reconnaissance (gain de « pouvoir » ou de « capital »). Situer la position des acteurs impliqués dans la publication (*e.g.* auteur, centre de recherche représenté, revue, maison d'édition...) permet de comprendre sa trajectoire de circulation dans le champ scientifique. On se demande alors dans quelles conditions le discours est publicisé (*e.g.* quelle revue ?), et quels en sont les enjeux (*i.e.* les intérêts d'acteurs liés au projet).

Des observations filtrées

Pour notre discipline, ou interdiscipline devrait-on dire, ce mode opératoire possède l'originalité de combiner les apports de sociologues des pratiques scientifiques – qu'ils s'inscrivent dans le courant de la sociologie de la traduction (Michel Callon, Bruno Latour) ou non (Pierre Bourdieu) –, de sociologues des interactions (Norbert Elias), et d'intégrer une réflexion de nature épistémologique, à caractère constructiviste – pour reprendre la réflexion engagée par Isabelle Gavillet (2004), comme nous l'expliquions dans notre propos introductif. Ceci implique de ne pas considérer notre démarche comme modélisante au sens figé : les interrogations que nous avons posées ont été suscitées par les caractéristiques mêmes de l'objet étudié. Par exemple, la question des fonctions des revues dans le champ académique nous a particulièrement interpellée en raison du rôle joué par certaines d'entre elles dans la publicisation et la structuration des recherches sur les téléspectateurs. Il pourrait ne pas être pertinent – ou l'être moins – de poser cette question si l'on étudiait les recherches d'un autre objet. En outre, elles sont liées aux filtres à travers lesquels nous avons observé notre objet de recherche. Ceux-ci sont de trois ordres.

D'abord, le rapport de nos enseignants, directeur de recherche et laboratoire de rattachement à la question de la réception télévisuelle a pu influencer la manière dont nous avons abordé notre objet et dont nous l'avons traité. En effet, en tant que chercheur, Jacques Walter n'est pas un acteur direct des recherches sur les téléspectateurs – nous avons vu que, en tant que directeur de revue il peut être considéré comme un passeur dans ce domaine. Le Centre de recherche sur les médiations (ex-Centre de recherche sur les médias) s'inscrit dans l'histoire des recherches puisqu'un des quelques colloques recensés, « La télévision et ses téléspectateurs », y est organisé en 1994 ; mais, il n'en est pas un « foyer d'activités », car il n'a pas été le lieu d'une série d'enquêtes ou de réflexions théoriques sur ce thème. Autrement dit, ces propriétés ont participé à la définition de notre posture face aux recherches sur les téléspectateurs : nous avons choisi de mener une réflexion épistémologique sur la genèse et les ramifications de l'objet et non d'élaborer une enquête en réception ; nous avons investi le domaine des recherches par l'entrée « sociologie des médias » : nous étions

davantage familiarisée à ces travaux, présentés lors de notre cursus universitaire, et rappelons que le premier acteur rencontré a été Daniel Dayan (par l'intermédiaire de notre directeur de recherche), qui nous a ensuite dirigée vers Sabine Chalvon-Demersay et Dominique Pasquier. Puis, nous avons été amenée à développer un regard critique au sujet de l'approche « psycho-sociale expérimentale » : nous avons assisté aux séances du comité de rédaction de *Questions de communication* durant la préparation du dossier « Psychologie sociale, traitements et effets des médias » dirigé par Claude Chabrol, Didier Courbet, Marie-Pierre Fourquet-Courbet (2004a) (voir la partie 8.3), donc aux débats qui les ont animés, nous avons eu accès aux textes avant leur publication, ainsi qu'à leurs expertises. Non seulement le prisme produit par ces éléments est présent dans nos travaux, mais il nous conduit aussi à nous demander si nous avons pu ou su respecter la posture, non pas de neutralité³⁵⁹ mais de non-ingérence exigée par notre projet de recherche.

Ensuite, au cours de nos recherches, nous avons participé à une étude empirique sur la réception des images télévisuelles de l'immigration. Il s'agissait d'un appel d'offres commandité par le Fonds d'action et de soutien pour l'intégration et la lutte contre les discriminations (Fasild) dans le cadre de son programme de recherche « Immigration et médias » (2003), remporté par une équipe de chercheurs du Crem réunie autour de Vincent Meyer. Précisons que l'enquête en réception, un des trois volets de l'étude, a consisté à mesurer, en situation expérimentale, les réactions exprimées par 318 individus volontaires, *via* la manipulation d'un boîtier électronique, face à une sélection d'images télévisuelles préalablement réalisée par nos soins³⁶⁰. Aussi, dans ce cadre, nous avons adopté la posture d'un acteur des recherches sur les téléspectateurs, *i.e.* notre objet de recherche doctorale, et participé à la publicisation de ce travail (interventions lors de séminaires, écriture d'un article), en parallèle de celle de nos investigations personnelles. Au-delà des bénéfices que cette expérience nous a procuré en terme d'apprentissage de l'activité de chercheur, il est évident qu'elle a nourri nos réflexions, tant au niveau de la question de la configuration académique que de celle des définitions de l'objet. Mais, deux postures ont été adoptées : l'une épistémologique à

³⁵⁹ Nous pensons que se déclarer neutre est une forme d'engagement, de prise de position.

³⁶⁰ Pour une description de l'étude, du mode opératoire, des résultats et de ses limites voir Meyer *et al.*, 2005 ; Ségur, 2006b ; Ségur, Thiéblemont, 2005.

l'égard de l'objet « recherches sur les téléspectateurs », l'autre pragmatique à l'égard de « téléspectateurs » : peuvent-elles coexister ?

Enfin, de notre position de « jeune chercheur », nous avons enquêté auprès de nos pairs, sur des activités scientifiques que nous partagions et expérimentions peu à peu (les interventions lors de colloques, la proposition d'un article à une revue scientifique et les avis d'expert reçus en retour). Il ne s'agissait pas de s'« initier à un autre monde », de nous « ouvrir à des univers pratiques et symboliques » (Amiriaux, Cefaï, 2003) ni à des configurations d'acteurs autres que ceux dans lesquels nous nous positionnons. Ceci dit, nous ne maîtrisons les enjeux des actions et interactions observées qu'à mesure de l'évolution de notre propre parcours. En ce sens, notre expérience de la production et de la circulation des connaissances est un filtre pour l'étude de la fabrication des savoirs sur les téléspectateurs.

Pour ce travail, nous avons observé quarante années de recherches sur les téléspectateurs. Ce faisant, nous avons proposé une écriture de leur histoire, une cartographie des activités, une présentation des acteurs principaux... tout en nous efforçant de rendre compte de logiques de fonctionnement, de pratiques. À l'issue de nos recherches, nous pensons être plus à même d'en décrypter les enjeux, *i.e.* un élément sans doute lacunaire dans le présent travail. Nous pourrions, à présent, suivre « en direct » l'évolution des recherches. Par exemple, nous sommes davantage en mesure d'évaluer les tenants et aboutissants d'un compte-rendu de lecture d'un ouvrage, publié dans une revue, à partir de notre connaissance des acteurs concernés et de l'histoire des recherches, de ses représentants, de ses foyers d'activités³⁶¹. Ainsi, à la suite des perspectives ouvertes par des tenants des Sic résolus à explorer l'épistémologie des savoirs (Nicolas Péliissier) et, de manière plus générale, susciter des réflexions sur leur fabrication – citons Robert Boure (2002) pour les interrogations sur les enjeux des Sic, Béatrice Fleury et Jacques Walter (2002, 2003a, 2003b) pour les questions de l'engagement des chercheurs, Isabelle Pailliar (2005) pour les échanges sur la publicisation de la science – nous comptons poursuivre nos recherches en

³⁶¹ Rappelons que pour les sociologues des sciences, l'analyse d'une controverse nécessite une connaissance de son objet, des énoncés en opposition mais aussi celle des acteurs impliqués : trajectoires biographiques des chercheurs destinataires et à l'origine du mouvement, rattachements institutionnels. Ce, afin d'évaluer les positions des acteurs les uns par rapport aux autres, autrement dit les « forces » en présence.

explorant la question du sort des publications et de leurs auteurs dans le champ académique, à partir de celles sur les téléspectateurs. Ceci, dans la perspective suivante : dans quelles mesures l'activité des réseaux d'acteurs entrave-t-elle la diffusion des textes, *a fortiori* des idées ? Les propriétés relatives à une publication déterminent-elles non seulement sa réception, mais aussi la trajectoire de l'auteur, indépendamment des propriétés personnelles de ce dernier ?

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

A

- Adorno T. W., 1963, « L'industrie culturelle », *Communications*, 3, pp. 12-18.
- 1997 « La télévision et les patterns de la culture de masse », trad. de l'anglais par G. Savary, J.-Y. Pidoux et P. Beaud, pp. 43-58, in : Beaud P., Flichy P., Pasquier D., Quéré L., dirs, *Sociologie de la communication*, Paris, Cnet.
- Adorno T. W., Horkheimer M., 1974, *La dialectique de la raison*, Paris, Éd. Gallimard.
- Aglietta J., 2001, « L'audience, un concept de statisticien ? », *Les dossiers de l'audiovisuel*, 100.
- Albert P., Koch U., Rieffel R., Schröter D., Viallon P., dirs, 2003, *Les médias et leurs publics en France et en Allemagne*, Paris, Éd. Panthéon Assas.
- Allard L., 1994, « Dire la réception », *Réseaux*, 68.
- Allard L., Chanial Ph., 1991, « La sociologie de la télévision à la recherche du public : la question de la réception », *Quaderni*, 13-14, pp. 182-185.
- Allen M., White K., 2004, « Une méta-analyse des appels à la peur : implications pour des campagnes de santé publique efficaces », trad. de l'américain par D. Courbet et M.-P. Fourquet-Courbet, *Questions de communication*, 5, pp. 133-148.
- Amiel V., 1998, « Y a-t-il un téléspectateur devant l'écran ? », *Champs Visuels*, 8, pp. 84-89.
- Amiroux V., Cefai D., 2003, « Les risques du métier. Engagements problématiques en sciences sociales », *Cultures et conflits*, 47, disponible à l'adresse : conflits.revues.org/article.php3?id_article=616.
- Ang I., 1985, *Watching Dallas*, Londres, Methuen.
- 1991, *Desperately Seeking the Audience*, Londres, Routledge.
- 1993, « Culture et communication. Pour une critique ethnographique de la consommation des médias », trad. de l'anglais par la Maîtrise de traduction de l'Université de Liège (1992) et D. Dayan, *Hermès*, 11-12, pp. 73-95.
- 1995, *Living Room Wars*, Londres, Routledge.
- Appé O., Mauduit J., 2003, « Câble et satellite : il était une fois MédiaCabSat », *Hermès*, 37, pp. 95-103.
- Arnal N., Busson A., 1993, « Les possesseurs de magnétoscope : vers de nouvelles pratiques audiovisuelles », *Réseaux*, 60.
- 1997, « Les possesseurs de magnétoscope : vers de nouvelles pratiques audiovisuelles », pp. 949-958, in : Beaud P., Flichy P., Pasquier D., Quéré L., dirs, *Sociologie de la communication*, Paris, Cnet.
- Aubert A., 2006, *Quand le téléspectateur réagit à l'actualité internationale : de la prise de parole critique à la revendication citoyenne*, Thèse en sciences de l'information et de la communication, Université Paris 3.

B

- Bahu-Leyser D., Chavenon H., Durand J., 1990, *Audience des médias. Guide France-Europe*, Paris, Eyrolles.
- Baillargeon J.-P., 1998, « Statistiques culturelles : méthodes, usages, critiques », pp.67-77, in : Proulx S., dir., *Accusé de réception*, Paris, Éd. L'Harmattan.
- Balle F., 1980, *Médias et sociétés*, Paris, Éd. Montchrestien, 10^e édition, 2001.
- Balle F., Padioleau J., 1973, *Sociologie de l'information. Textes essentiels*, Paris, Éd. Larousse.
- Baltz Cl., 1985, « La nébuleuse Inforcom », *Réseaux*, 13, pp. 7-13.
- Barril Cl., Carrel M., Guerrero J.-C., Márquez A., dirs, 2003, *Le public en action. Usages et limites de la notion d'espace public en sciences sociales*, Paris, Éd. L'Harmattan.
- Barthes R., 1957, *Mythologies*, Paris, Éd. Le Seuil, 1970.
- 1964, « Éléments de sémiologie », *Communications*, 4, pp. 91-135.
- Baton-Hervé É., 1998, *Les enfants téléspectateurs, émergence et évolution des représentations, en France de 1949 à nos jours*, thèse en sciences de l'information et de la communication, Université Rennes 2 Haute-Bretagne.
- 1999, « Les enfants téléspectateurs. Prénance des représentations médiatiques et amnésie de la recherche », *Réseaux*, 92-93, pp. 203-217.
- 2000, *Les enfants téléspectateurs. Programmes, discours, représentations*, Paris, Éd. L'Harmattan.
- Bazin H., 1954, « Pour contribuer à une érotologie de la télévision », *Les cahiers du cinéma*, 42, pp. 23-76.
- Beaud P., 1982, *La société de connivence – Médias, médiations et classes sociales*, Paris, Éd. Aubier.
- Beaud P., Flichy P., dirs, 1990, « La réception des médias. L'invention du téléspectateur », *Réseaux*, 39.
- dirs, 1993, « Sociologie de la télévision », *Réseaux*, hors-série.
- Beaud P., Flichy P., Pasquier D., Quéré L., dirs, 1997, *Sociologie de la communication*, Paris, Cnet.
- Beaud P., Quéré L., 1994, dirs, « Les théories de la réception », *Réseaux*, 68.
- Beauvois J.-L., Joule R.-V., 1981, *Soumission et idéologies. Psychosociologie de la rationalisation*, Paris, Presses universitaires de France.
- 1987, *Petit traité de manipulation à l'usage des honnêtes gens*, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble.
- 1998, *La soumission librement consentie*, Paris, Presses universitaires de France.
- Belisle C., Bianchi J., Jourdan R., Kouloumdjian M.-F., 1992, « Médias. La réception revisitée », *Mediaspouvoirs*, 25, pp. 58-67.
- Belisle Cl., Bianchi J., Jourdan R., 1999, *Pratiques médiatiques. 50 mots clés*, Paris, Cnrs Éditions.

- Benoist P., 1953, *Télévision, un monde qui s'ouvre*, Paris, Éd. Fasquelle.
- Benoit S., 2003, « Une direction des études dans une chaîne de télévision publique », *Hermès*, 37, pp. 167-174.
- Berthelot-Guiet K., Ollivier-Yanis C., 2001, « Tu t'es vu quand t'écoutes l'État ? Réception des campagnes de communication gouvernementales. Appropriation et détournement linguistiques des messages », *Réseaux*, 108, pp. 155-178.
- Bertho Lavenir C., 2000, *La démocratie et les médias au XX^e siècle*, Paris, A. Colin.
- Bertrand G., dir., 1993, « Les approches du téléspectateur », *Les dossiers de l'audiovisuel*, 51.
- 1999, « Pratiques télévisuelles dans la famille et processus de décision », *Réseaux*, 92-93, pp. 315-342.
- Bertrand G., De Gournay C., Mercier P.-A., 1988a, « Le programme global », *Réseaux*, 32.
- Bertrand G., De Gournay C., Mercier P.-A., 1988b, *Fragment d'un récit cathodique*, Paris, Cnet/Réseaux.
- Bertrand G., De Gournay C., Mercier P.-A., 1990, *De l'audience à la réception*, Paris, Cnet/INA/Cnrs.
- Bertrand G., De Gournay C., Mercier P.-A., 1993, « Le programme global », *Réseaux*, Hors série.
- Bertrand G., De Gournay C., Mercier P.-A., 1997, « Le programme global », pp. 831-842, in : Beaud P., Flichy P., Pasquier D., Quéré L., dirs, *Sociologie de la communication*, Paris, Cnet.
- Bertrand G., Derèze G., Mercier P.-A., 1995, « De quelques temporalités de la réception télévisuelle », *Recherches en communication*, 3, pp. 137-171.
- Bertrand G., Mercier P.-A., 1993, « Le zapping, une histoire ancienne ? », *Les dossiers de l'audiovisuel*, 51, pp. 52-54.
- Beylot P., 2002, « Modèles pragmatiques de réception des séries policières », pp. 361-380, in : Beylot P., Sellier G., dirs, *Les séries policières*, Paris, Éd. L'Harmattan.
- Bianchi J., 1989, « Le téléspectateur et le feuilleton : de la réception comme rituel », *Quaderni*, 9.
- Bianchi J., Bourgeois J., 1992, *Les médias côté public. Le jeu de la réception*, Paris, Centurion.
- Blandin Cl., 2004, « Ne quittez pas L'Express ! », *Le temps des médias*, 3, pp. 60-73.
- Blondiaux L., Reynié D., dirs, 2001, « L'opinion publique », *Hermès*, 31.
- Bogart L., 1969, « Le contrôle des mass médias », *Communications*, 14, pp. 100-110.
- Bolle De Bal M., 2004, « Georges Friedmann, père-fondateur d'une "autre" sociologie », *Cahiers internationaux de sociologie*, vol. CXVI, pp. 55-76.
- Bougnoux D., 1993, *Sciences de l'information et de la communication. Textes essentiels*, Paris Larousse.
- Bougnoux D., Rasse P., dirs, 2002, *Place et enjeux des revues pour la recherche en Infocom* (Actes du colloque), Nice, SFSIC.

- Bouillin-Darteville R., 1993, « Modes de perception et stratégie d'appropriation des messages sportifs », *Réseaux*, 57.
- Boullier D., 1987, *La conversation télé*, Rennes, Lares.
- 1993, « Les styles de relation à la télévision », *Réseaux*, Hors-série.
- 2001, « Un public présumé paresseux ? », *Les Dossiers de l'audiovisuel*, 100.
- 2003, *La télévision telle qu'on la parle*, Paris, Éd. L'Harmattan.
- Bourdieu P., 1980, *Questions de sociologie*, Paris, Éd. de Minuit, 1984.
- 1992, *Les règles de l'art*, Paris, Éd. du Seuil.
- 1994, « L'emprise du journalisme », *Actes de la recherche en sciences sociales*, 101-102, pp. 3-9.
- 1997, *Les usages sociaux de la science*, Paris, INRA Éd.
- 2001, *Science de la science et réflexivité*, Paris, Éd. Raisons d'agir.
- Bourdieu P., Passeron J.-Cl., 1963, « Sociologues des mythologies ou mythologie des sociologues », *Les Temps modernes*, 211, pp. 998-1021.
- Bourdieu P., Wacquant L., 1992, *Réponses*, Paris, Éd. Le Seuil.
- Bourdon J., 2004, « La triple invention : comment faire l'histoire du public ? », *Le temps des médias*, 3.
- Bourdon J., et al., 1997, *La grande aventure du petit écran*, Paris, Éd. de la Bibliothèque de documentation internationale contemporaine.
- Bourdon J., Frodon J.-M., 2003, *L'œil critique : le journalisme critique de télévision*, Bruxelles, INA/De Boeck.
- Boure R., 1993, « Sociologie des revues de sciences sociales et humaines », *Réseaux*, 58, pp. 91-105.
- dir., 2002, *Les origines des sciences de l'information et de la communication. Regards croisés*, Lille, Presses universitaires du Septentrion.
- 2006, « Sic : l'institutionnalisation d'une discipline », pp. 246-257, in : Olivesi S., dir., *Sciences de l'information et de la communication*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble.
- Breton P., Proulx S., 2002, *L'explosion de la communication – à l'aube du XXIème siècle*, Paris, Éd. La Découverte.
- Brochand C., 1994, *Histoire générale de la radio et de la télévision en France. Tome II 1944-1974*, Paris, Éd. La documentation française.
- Bromberg M., Trognon A., dirs, 2004, *Psychologie sociale et communication*, Paris, Éd. Dunod.
- Bussierre M. de, Mauriat C., Méadel C., 1994, *Histoire des publics à la radio et à la télévision*, Comité d'histoire de la radio-Comité d'histoire de la télévision-Groupe d'études historiques de la radiodiffusion.

C

Cabin Ph., dir., 1998, *La communication. État des savoirs*, Paris, Éd. Sciences humaines.

Calbo S., 1996, *Six rituels de la consommation TV : une approche ethnographique de la réception en tant que processus affectif conditionné par l'appartenance sociale, la logique sérielle de l'institution TV et le monde du programme*, thèse en sciences de l'information et de la communication, Université Paris 3.

— 1998, « Les manifestations de l'affectivité en situation de réception télévisuelle », *Réseaux*, 90, pp. 119-136.

— 1999, « La réception comme activité collective », in : de Fornel M., Quéré L., dirs, *La logique des situations. Nouveaux regards sur l'écologie des activités sociales*, Paris, Éd. de l'École des hautes études en sciences sociales.

— 2000, « Football et télévision : le rôle de l'affectivité dans la production de la collectivité », *Les Cahiers du CIRCAV*, 12, pp. 195-215.

— 2002, « La réception domestique du film : une activité socialement organisée », pp. 161-173, in : Creton L., dir., *Le cinéma à l'épreuve du système télévisuel*, Éd. CNRS.

Callon M., 1986, « Éléments pour une sociologie de la traduction », *L'année sociologique*, 36, pp. 169-208.

— dir., 1989, *La science et ses réseaux*, Paris, La Découverte/ Conseil de l'Europe/ Unesco.

Callon M., Latour B., dirs, 1991, *La science telle qu'elle se fait*, Paris, Éd. La Découverte.

Cardon D., Granjon F., 2003, « Éléments pour une approche des pratiques culturelles par les réseaux de sociabilité », in : Donnat O., Tolila P., dirs, *Le(s) public(s) de la culture*, vol. 2 (cd-rom), Paris, Presses de la fondation nationale des sciences politiques.

Cardon D., Heurtin J.-Ph., 2003, « Dans les coulisses du public. Un regard ethnographique sur le travail des programmeurs du Téléthon », pp. 419-442, in : Cefaï D., Pasquier D., dirs, *Les sens du public. Publics politiques, publics médiatiques*, Paris, Presses universitaires de France.

Cardy H., Froissart P., 2002, « Les enseignants-chercheurs en sciences de l'information et de la communication. Portrait statistique », *Actes du XIII^e congrès national des sciences de l'information et de la communication*, SFSIC.

— 2006, « Sic : cartographie d'une discipline », pp. 259-282, in : Olivesi S., dir., *Sciences de l'information et de la communication*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble.

Cassirer M., 1954, *La télévision dans le monde*, Paris, Éd. Unesco.

Cazeneuve J., 1962, *Sociologie de la radio-télévision*, Paris, Presses universitaires de France.

— 1972, *La société de l'ubiquité*, Paris, Éd. Denoël.

— 1974, *L'homme téléspectateur*, Paris, Denoël Gonthier

— 1976, *Les communications de masse*, Éd. Denoël.

- 1989, *Les hasards d'une vie : des primitifs aux téléspectateurs*, Paris, Éd. Buchet Castel.
- Cefaï D., Pasquier D., 2003b, « Introduction », pp. 13- 59, in : Cefaï D., Pasquier D., dirs, *Les sens du public. Publics politiques, publics médiatiques*, Paris, Presses universitaires de France.
- dirs, 2003a, *Les sens du public. Publics politiques, publics médiatiques*, Paris, Presses universitaires de France.
- Certeau M. de, 1980, *L'invention du quotidien. T. 1, Arts de faire*, Paris, Gallimard, 1990.
- Chabrol Cl., 1988, « Le lecteur : fantôme ou réalité, étude des processus de réception », in : Charaudeau P., dir., *La Presse, Produit, Production, Réception*, Paris, Didier érudition.
- 1991, « La réception : étude des processus d'évaluation des débats médiatiques », pp.189-230, in : Charaudeau P., dir., *La télévision, les débats culturels, « Apostrophes »*, Paris, Didier Érudition.
- Chabrol Cl., Courbet D., Fourquet-Courbet M.-P., dirs, 2004a, « Psychologie sociale, traitements et effets des médias », *Questions de communication*, 5.
- 2004b, « Psychologie sociale, traitements et effets des médias », *Questions de communication*, 5, pp. 5-18.
- Chabrol Cl., Diligeart G., 2004, « Prévention et risques routiers : réguler la peur et/ou la menace », *Questions de communication*, 5, pp. 115-132.
- Chabrol J.-L., Perin P., 1991, *Le zapping*, Paris, Cnet/Réseaux.
- Chalvon-Demersay S., 1994, *Mille scénarios. Une enquête sur l'imagination en temps de crise*, Paris Éd. Métailié.
- dir., 1998, « Les publics, généalogie de l'audience télévisuelle », *Quaderni*, 35, Paris, Éd. Sapienza.
- 1999, « La confusion des conditions. Une enquête sur la série télévisée *Urgences* », *Réseaux*, 95, pp. 235-283.
- 2003, « Enquête sur des publics particulièrement concernés », pp. 503-519, in : Cefaï D., Pasquier D., *Les sens du public*, Paris, Presses universitaires de France.
- Chalvon-Demersay S., Pasquier D., 1990, *Drôles de stars. La télévision des animateurs*, Paris, Éd. Aubier.
- Chalvon-Demersay S., Rosental P.-A., 1998, « Une démographie des comportements volatils ? L'émergence de la micro-analyse dans la mesure d'audience », *Quaderni*, 35, pp. 129-148.
- Chambat P., Ehrenberg A., 1986, *Télévision. Essai d'identification d'un objet*, Paris, Iris.
- 1988, « De la télévision à la culture de l'écran. Sur quelques transformations de la consommation », *Le Débat*, 52, pp. 107-132.
- 1993, « Télévision, terminal moral », *Réseaux*, Hors-série.
- Champagne P., 1971, « La télévision et son langage : l'influence des conditions sociales de réception sur le message », *Revue française de sociologie*, XII.

- 1994, « La loi des grands nombres. Mesure de l'audience et représentation politique du public », *Actes de la recherche en sciences sociales*, 101-102.
- 2003, « L'audimétrie : une censure politique cachée », *Hermès*, 37, pp. 137-142.
- Chaniac R., dir., 1988, « Télévision. La mesure de l'audience », *Les dossiers de l'audiovisuel*, 22.
- 1998, « Public du cinéma et public de la télévision », pp. 71-91, in : Chaniac R., Jézéquel J.-P., dirs, *Télévision et cinéma. Le désenchantement*, Paris, Nathan.
- dir., 2003a, « L'audience. Presse, radio, télévision, internet », *Hermès*, 37.
- 2003b, « Introduction. L'audience, un puissant artefact », *Hermès*, 37, pp. 35-48.
- Chaniac R., Jézéquel J.-P., 2005, *La télévision*, Paris, Éd. La Découverte.
- Chapelain B. 1989, *Télévision, jeunes et histoire*, Paris, Éd. de l'INRP.
- Charaudeau P., dir., 1988, *La presse : produit, production, réception*, Paris, Didier-Érudition.
- dir., 1991, *La télévision, les débats culturels*, « *Apostrophes* », Paris, Didier Érudition
- Charon J.-M., dir., 1991, « Les médias et leur public », *Médiaspouvoirs*, 21, pp. 92-191.
- Charpentier I., dir., 2006, *Comment sont reçues les œuvres ? Actualités des recherches en sociologie de la réception et des publics*, Paris, Éd. Créaphis.
- Chartier R., 1985, « Du livre au lire », pp. 81-117, in : Chartier R., dir., *Pratiques de la lecture*, Paris, Éd. Rivages, 2003.
- Chateau D., 1990, « L'effet zapping », *Communications*, 51, pp.45-54.
- 1998, « Interprétance et activation : deux concepts clés d'une théorie de la réception télévisuelle comme pratique », pp. 191-204, in : Bourdon J., Jost F., dirs., *Penser la télévision*, Cérisy, Nathan/INA.
- Chaudron M., 1994, « Éditer les sciences de l'homme », *Communications*, 58, pp. 129-147.
- Cheval J.-J., dir., 2003, *Audiences, publics et pratiques radiophoniques*, Pessac, Maison des sciences de l'homme d'Aquitaine.
- Cooley C. H., 2001, « Opinion publique et organisation sociale », Extrait de *Social Organization. A Study of the Larger Mind*, Shocken Books, New-York, 1962, *Hermès*, 31.
- Corner J., 1996, « Sens, genre et contexte : la problématique du "savoir public" dans les nouvelles études de la réception », *Réseaux*, 79.
- Cottet J.-P., 2003, « Entretien. Il n'y a pas de service public sans public », Propos recueillis par R. Chaniac et J.-P. Jézéquel, *Hermès*, 37, pp. 117-125.
- Coulangéon Ph., 2005, *Sociologie des pratiques culturelles*, Paris, Éd. La Découverte.
- Coulomb-Gully M., 1997, « Bébête show et Guignols de l'info : de l'émission à la réception, parcours comiques et portraits de rieurs », *Réseaux*, 84.
- Coulon A., 1992, *L'École de Chicago*, Paris, Presses universitaires de France.
- Courbet D., 1999, *Puissance de la télévision*, Paris, Éd. L'Harmattan.

— 2003, « Réception des campagnes de communication de santé publique et efficacité des messages générant de la peur : une étude expérimentale sur le rôle de la peur dans le changement des attitudes néfastes », *Communication*, 22, 1, pp. 100-122. texte disponible à l'adresse <http://archivesic.ccsd.cnrs.fr>.

— 2004a, *Communication médiatique : les apports de la psychologie sociale*, Note de synthèse des travaux pour l'obtention de l'habilitation à diriger des recherches en sciences de l'information et de la communication, Université de Provence–Aix–Marseille 1.

— 2004b, « L'influence non-consciente des publicités vues furtivement et aussitôt oubliées. Une méthode d'étude socio-cognitive appliquée à l'internet », *Questions de communication*, 5, pp. 83-102.

Courbet D., Fourquet-Courbet M.-P., dirs, 2003, *La Télévision et ses Influences*, Bruxelles, De Boeck Université/INA.

Coutouzis M., Latour B., 1986, « Le village solaire de Frangocastello », *L'année sociologique*, 36, pp. 113-167.

Curran J., 1993, « La décennie des révisions. La recherche en communication de masse des années 80 », trad. de l'anglais par la Maîtrise de traduction de l'Université de Liège (1992) et D. Dayan, *Hermès*, 11-12, pp. 47-72.

— 2002, *Media and Power*, Londres, Routledge.

Curran J., Gurevitch M., dirs, 1991, *Mass Media and Society*, Londres, Edward Arnold.

Curran J., Morley D., dirs, 2005, *Media and Cultural Theory*, Londres, Routledge.

D

D'almeida F., Delporte Ch., 2003, *Histoire des médias en France de la Grande Guerre à nos jours*, Paris, Éd. Flammarion.

D'haenens L., 1996, « Réalisation, réception et recherche », *Réseaux*, 77.

Dahlgren P., 1993, « *Television journalism as catalyst* », *Hermès*, 11-12, pp. 177-190.

Dayan D., 1992, « Les mystères de la réception », *Le Débat*, 71, pp. 146-162.

— dir., 1993a, « À la recherche du public », *Hermès*, 11-12.

— 1993b, « Avant-propos : raconter le public », *Hermès*, 11-12, pp. 15-21.

— 1998a, « Le double corps du spectateur », pp. 234-246, in : Bourdon J., Jost F., dirs, *Penser la télévision*, Cerisy, Nathan/INA.

— 1998b, « Le double corps du spectateur », pp. 175-189, in : Proulx S., dir., *Accusé de réception*, Paris, Éd. L'Harmattan.

— 1999, « Madame se meurt. Des publics se construisent. Le jeu des médias et du public aux funérailles de Lady Diana », *Quaderni*, 38, pp. 49-68.

— 2000, « Télévision : le presque-public », *Réseaux*, 100, pp. 427-456.

— 2001, « The peculiar public of television », *Media Culture and Society*, 23, pp. 751-773.

- 2002a, « Homo videns : la réception, l'ethnologue et le téléspectateur », pp. 59-74, in : Delarge A., Spire J., dirs, *La télé au logis. Usages de la télévision*, Paris, Éd. Creaphis.
- 2002b, « Les médias visuels et leurs publics », *Les cahiers du Collège iconique*, XIV, INA.
- 2003a, « Le public comme performance », pp. 45-58, in : Albert P., Koch U., Rieffel R., Schröter D., Viallon P., dirs, *Les médias et leurs publics en France et en Allemagne*, Paris, Éd. Panthéon Assas.
- 2003b, « Sociologie des médias : le détour par l'ethnographie », pp. 445-464, in : Moscovici S., Buschini F., dirs, *Les méthodes des sciences humaines*, Paris, Presses universitaires de France.
- Dayan D., Katz E., 1992, *Media Events. The Live Broadcasting of History*, Cambridge, Harvard University Press.
- 1996, *La télévision cérémonielle*, trad. de l'anglais et refondu par D. Dayan, avec la collaboration de J. Feydy et M. Robert, Paris, Presses universitaires de France.
- 2003, « Le général, son défilé, la foule et la télévision. Événements, spectateurs, audiences et publics chez Kurt et Gladys Lang », pp. 79-99, in : Cefaï D., Pasquier D., dirs, *Les sens du public. Publics politiques, publics médiatiques*, Paris, Presses Universitaires de France.
- Delarge A., 2002, « Pourquoi l'écomusée de Fresnes expose la télévision », pp. 7-10, in : Delarge A., Spire J., dirs, *La télé au logis. Usages de la télévision*, Paris, Éd. Creaphis.
- Delarge A., Spire J., dirs, 2002, *La télé au logis. Usages de la télévision*, Paris, Éd. Creaphis.
- Derville G., 1995, « Les différents rôles du Bébête show auprès de ses téléspectateurs », *Réseaux*, 74.
- Desquinabo N., 2005, *Caractéristiques et contraintes des genres interlocutifs dans les émissions de plateaux télévisés : analyses pragma-discursives et en réception*, Thèse en sciences de l'information et de la communication, Université Paris 3.
- Dewey J., 1927, *The public and its Problems*, New York, Henry Holt & Co
- 2001, « Le public et ses problèmes », Extrait de *The Public and its Problems*, 1927, *Hermès*, 31.
- 2003, *Le public et ses problèmes*, trad. de l'américain par J. Zask, Pau, Presses de l'Université de Pau/Farrago/Éd. Léo Scheer.
- Donnat O., 1991, « L'usage des médias dans les enquêtes "pratiques culturelles des français" », *Mediaspouvoirs*, 21, pp. 123-131.
- 1998, *Les pratiques culturelles des français. Enquête 1997*, Paris, La Documentation française.
- Donnat O., Cogneau D., 1990, *Les pratiques culturelles des français (1973-1989)*, Paris, Éd. La Découverte/La Documentation française.
- Donnat O., Tolila P., dirs, 2003, *Le(s) public(s) de la culture*, Paris, Presses de la fondation nationale des sciences politiques.

Dubar Cl., « Le pluralisme en sociologie : fondements, limites, enjeux », *Socio-logos*, 1, en ligne, <http://sociologos.revues.org/document20.html>.

Dumazedier J., 1955, *Télévision et éducation populaire. Les télé-clubs en France*, Paris, Unesco.

Dupuis G., Raux J., 1970, *L'ORTF*, Paris, A. Colin.

Durand J., 1958, *Le cinéma et son public*, Paris, Éd. Sirey.

— 1989, « Méthodologie des études d'audience – Inventaire des recherches en langue française », in : Institut de recherches et d'études publicitaires, *L'audience et les médias*, Éd. d'organisation, pp. 235-253.

— 1992, « Segmentation des audiences », *Communication et langages*, 94, pp. 73-80.

— 1993, « Audience – Définition et méthodes de mesure », pp. 1034-1037, in : Sfez L., dir., *Dictionnaire critique de la communication. Tome 2*, Paris, Presses universitaires de France.

— 1998, « Les études sur l'audience de la radio-télévision en France », *Quaderni*, 35, pp. 79-92.

— 2004, « Rencontre avec Jean Oulif », *Le temps des médias*, 3, pp. 138-141.

E

Elias N., 1991, *La société des individus*, trad. de l'allemand par J. Étoré, Paris, Fayard, 1998.

Escarpit R., 1992, « Entretien avec Jean Devèze et Anne-Marie Laulan », pp. 11-12, in : *Les fondateurs de la SFSIC*, Paris, SFSIC, disponible en ligne : <http://www.cetec-info.org/jlmichel/Textes.Escarpit.92.html>.

Esquenazi J.-P., dir., 1995, *La télévision et ses téléspectateurs*, Paris, Éd. L'Harmattan.

— 2002a, « Les non-publics de la télévision », *Réseaux*, 112-113, pp. 315-344.

— 2002b, « *Friends*, une communauté télévisuelle », pp. 233-262, in : Le Guern Ph., dir., *Les cultes médiatiques*, Rennes, Presses universitaires de Rennes.

— 2003, *Sociologie des publics*, Paris, Éd. La Découverte.

— 2006, « Les médias et leurs publics. Le processus de l'interprétation », pp. 11-26, in : Olivesi S., dir., *Sciences de l'information et de la communication*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble.

Ethis E., 2005a, *Les spectateurs du temps. Pour une sociologie de la réception du cinéma*, Paris, Éd. L'Harmattan.

— 2005b, *Sociologie du cinéma et de ses publics*, Paris, A. Colin.

F

Federspiel L., 2001, *Télérama et le débat sur la violence à la télévision (1960-2001)*, thèse en sciences de l'information et de la communication, Université Paul Verlaine-Metz.

Fiske J., 1987, *Television Culture*, Londres, Routledge.

- Fleury B., Walter J., 2002a, « L'engagement des chercheurs », *Questions de communication*, 2, pp. 105-115.
- dirs, 2002b, « Enseignement du cinéma et de l'audiovisuel. État des lieux et perspectives », *Questions de communication*, série Actes, 2.
- 2003a, « L'engagement des chercheurs (2) », *Questions de communication*, 3, pp. 99-108.
- 2003b, « L'engagement des chercheurs (3) », *Questions de communication*, 4, pp. 241-249.
- Fourquet M.-P., 2000, *Communication des organisations et réception, approche psycho-socio-cognitive de l'influence : le cas de la communication politique*, Thèse en Sciences de l'information et de la communication, université Nancy 2.
- Fourquet-Courbet M.-P., 2004, « Influence attendue et influence effective de la publicité sur l'Internet », *Questions de communication*, 5, pp. 31-53.
- Frau-Meigs D., Jehel S., 1997, *Les écrans de la violence*, Paris, Éd. Economica.
- Friedmann G., 1961, « Enseignement et culture de masse », *Communications*, 1, pp. 3-15.
- dir., 1963, « L'école et les communications de masse : opinions, documents, débats », *Communications*, 2.
- 1964, « La télévision vécue », *Communications*, 3, pp. 48-62.
- 1966, *7 études sur l'homme et la technique*, Paris, Éd. Gonthier.
- 1967, « Télévision et démocratie culturelle », *Communications*, 10, pp. 122-134.

G

- Gandonnière P., 2003, « Le vertige du miroir : comment la télévision piège le téléspectateur », *Commposite*, 1, disponible en ligne : <http://commposite.org/2003.1/articles/gandon.html>.
- Gauthier G., 1973, « Avant propos », pp. 7-10, in : Souchon M., dir., *Anatomie d'un feuilleton : François Gaillard*, Paris, Tema communication.
- Gauthier G., Pilard Ph., 1972, *Télévision passive, télévision active*, Paris, Tema éditions.
- Gavillet I., 2004, « Pour un usage modéré du constructivisme en sciences de l'information et de la communication », *Questions de communication*, 6, pp. 135-158.
- Gellereau M., 2002, « Séries policières et vidéo amateur : comment des adolescents réinvestissent les genres dans leurs productions audiovisuelles », pp. 345-360, in : Beylot P., Sellier G., dirs, *Les séries policières*, Paris, Éd. L'Harmattan.
- Georget P., 2004, « Effets des stratégies publicitaires. Personnalité, contexte et attentes contractuelles », *Questions de communication*, 5, pp. 69-82.
- Gheude M., 1998, « La réunion invisible : du mode d'existence des téléspectateurs », pp. 163-174, in : Proulx S., dir., *Accusé de réception*, Paris, Éd. L'Harmattan.
- Ghiglione R., 1993, « La réception des messages. Approches psychosociologiques », *Hermès*, 11-12, pp. 247-264.

- Girandola F., 2004, « Violence dans les médias : quels effets sur les comportements ? », *Questions de communication*, 5, pp. 55-68.
- Girard C., 2003, « Le débat sur l'encadrement de la violence et de la pornographie à la télévision », revue de presse disponible en ligne, <http://www.eleves.ens.fr/pollens/seminaire/seances/television/revuepressetelevision.htm>
- Glevarec H., 2003, « La place et les conséquences de la radio dans l'univers culturel et social des jeunes », in : Donnat O., Tolila P., dirs, *Le(s) public(s) de la culture*, vol. 2 (cd-rom), Paris, Presses de la fondation nationale des sciences politiques.
- 2005, *Libre antenne. La réception de la radio par les adolescents*, Paris, A. Colin.
- Glucksmann A., 1966, « Les effets des scènes de violence au cinéma et à la télévision », *Communications*, 7, pp. 74-119.
- Goetschel P., Louyer E., 1995, *Histoire culturelle et intellectuelle de la France*, Paris, A. Colin, 2001.
- Gournay C. de, Mercier P.-A., 1988, « Le coq et l'âne : du zapping comme symbole d'une nouvelle culture télévisuelle », *Quaderni*, 4, pp. 95-113.
- Grandcoing C., Souchon M., Delecour B., Chaniac R., 1988, « Sondages et programmes », *Les dossiers de l'audiovisuel*, 22, pp. 49-53.
- Grémion P., Piotet Fr., 2004, *Georges Friedmann. Un sociologue dans le siècle. 1902-1977*, Paris, CNRS éditions.
- Guicheney G., 2002, « Le médiateur : entre émetteur et récepteur », pp. 45-55, in : Delarge A., Spire J., dirs, *La télé au logis. Usages de la télévision*, Paris, Éd. Creaphis.
- Gurevitch M., 1969, « L'attente du public : l'exemple de la télévision israélienne », *Communications*, 14, pp. 172-176.

H

- Habhab S., « Les revues : quel rôle dans la recherche scientifique ? », pp. 115-119, in : Bougnoux D., Rasse P., dirs, *Place et enjeux des revues pour la recherche en Infocom* (Actes du colloque) Nice, SFSIC, 2002.
- Hall S. *et al.*, 1980, *Culture, Media, Langage*, Londres, Hutchinson University Library.
- Hall S., 1994, « Codage/ Décodage », traduit de l'anglais, *Réseaux*, 68.
- 1997, « Codage/ Décodage », pp. 59-72, in : Beaud P., Flichy P., Pasquier D., Quéré L., dirs, *Sociologie de la communication*, Paris, Cnet
- Heinich N., 1997, *La sociologie de Norbert Elias*, Paris, Éd. La Découverte, 2002.
- Hermelin C., 1965, « Les vacances, la nature », *Communications*, 6, pp. 76-78.
- Hert P., Meyer V., 2002, « Questions (et stratégies) de communication : naissance d'une revue », pp. 121-125, in : Bougnoux D., Rasse P., dirs, *Place et enjeux des revues pour la recherche en Infocom* (Actes du colloque), 2002, Nice, SFSIC.

J

- Jacquinet G., 1995, « La télévision, terminal cognitif », *Réseaux*, 74.
- Jauss H.-R., 1978, *Pour une esthétique de la réception*, Paris, Gallimard.
- 1988, *Pour une herméneutique littéraire*, trad. de l'allemand par M. Jacob, Paris, Gallimard.
- Jeanneret Y., Ollivier B., dirs, 2004, « Sciences de l'information et de la communication. Savoirs et pouvoirs », *Hermès*, 38.
- Jensen K. B., 2002, *A Handbook of Media and Communication Research*, Londres, Routledge.
- Jensen K. B., Rosengren K. E., 1993, « Cinq traditions à la recherche du public », *Hermès*, 11-12, pp. 281-310.
- Jost F., 1992, *Un monde à notre image. Énonciation, cinéma, télévision*, Paris, Méridiens Klincksieck.
- 1997, « La promesse des genres », *Réseaux*, 81.
- 1999, *Introduction à l'analyse de la télévision*, Paris, Éd. Ellipses.
- Jouët J., 2005, « Du bonheur de la psychologie sociale », *Questions de communication*, 8, pp. 135-144.
- Jouët J., Pasquier D., dirs, 1999, « Les jeunes et l'écran », *Réseaux*, 92-93.
- dirs, 2001, « Médias et migrations », *Réseaux*, 107.

K

- Kaenel A., Lejeune C., Rossignol M.-J., dirs, 2003, *Cultural Studies. Études culturelles*, Nancy, Presses universitaires de Nancy.
- Katz E., 1956a, « Les deux étages de la communication », trad. de l'américain par É. Potel, in : Balle F., Padioleau J., 1973, *Sociologie de l'information. Textes essentiels*, Paris Larousse.
- 1956b, « Les deux étages de la communication », extraits, trad. de l'américain par É. Potel, pp. 704-713, in : Bougnoux D., 1993, *Sciences de l'information et de la communication. Textes essentiels*, Paris Larousse.
- 1957, « The two-Step Flow of Communication. An Up-to-Date Report on an Hypothesis », *Public Opinion Quarterly*, 21.
- 1993, « L'héritage de Gabriel Tarde. Un paradigme pour la recherche sur l'opinion et la communication », trad. de l'anglais par É. Maigret et D. Dayan, *Hermès*, 11-12, pp. 265-279.

L

- Lahire B., 2004a, *La culture des individus. Dissonances culturelles et distinction de soi*, Paris, Éd. La Découverte.
- 2004b, « Individu et mélanges des genres », *Réseaux*, 126, pp. 89-111.

- Lamizet B., 1999, *Histoire des médias audiovisuels*, Paris, Éd. Ellipses.
- Lancien T., Cardy H., Delatte J., Delavaud G., Froissart P., Rodionoff A., Thonon M., Tupper P., 2001, « La recherche en communication en France. Tendances et carences », *Médiation et information*, 14, pp. 37-63.
- Lasswell H., 1927, *Propaganda Techniques in the World War*, New York, Knopf.
- 1948, « Structure et fonction de la communication dans la société », in : Balle F., Padioleau J., *Sociologie de l'information et de la communication. Textes fondamentaux*, Paris, Larousse, 1973.
- Latour B., 1989, *La science en action*, trad. de l'anglais par M. Biezunski, texte rév. par l'auteur, Paris, Éd. La Découverte.
- 1995, *Le métier de chercheur, regard d'un anthropologue*, Paris, INRA Éd.
- Latour B., Woolgar S., 1979, *La vie de laboratoire*, trad. de l'anglais par M. Biezunski, Paris, Éd. La Découverte, 1996.
- Laurens O., 1992, « Des revues et des hommes », *Médiaspouvoirs*, 28, pp. 15-22.
- Le Bon G., 1895, *La psychologie des foules*, Paris, Éd. Flammarion, 1990.
- Le Goaziou V., 1999, « Le corps des téléspectateurs », *Réseaux*, 92-93, pp. 293-314.
- Le Grignou B., 1987, « Sondages d'audience : la concurrence des mesures », *Médiaspouvoirs*, 6.
- 1991, « Effets des médias », *Quaderni*, 15, pp. 93-95.
- 1992, « Retour sur les théories de la réception », *Quaderni*, 17, pp. 125-126.
- 1994, « Revue des revues. À la recherche du public », *Quaderni*, 22, pp. 189-193.
- 1995, « L'ubac des études de réception de la télévision », *Recherches en communication*, 3, pp. 173-187.
- 2001, « La réception des médias : un mauvais objet ? », pp. 179-194, in : Georgakakis D., Utard J.-M., dirs, *Sciences des médias. Jalons pour une histoire politique*, Paris, Éd. L'Harmattan.
- 2003, *Du côté du public. Usages et réceptions de la télévision*, Paris, Éd. Economica.
- Le Grignou B., Neveu É., 1988, « Émettre la réception : préméditations et réceptions de la politique télévisée », *Réseaux*, 32.
- 1993, « Émettre la réception : préméditations et réceptions de la politique télévisée », *Réseaux*, Hors-série.
- 1997, « Émettre la réception : préméditations et réceptions de la politique télévisée », pp. 749-771, in : Beaud P., Flichy P., Pasquier D., Quéré L., dirs, *Sociologie de la communication*, Paris, Cnet.
- Le Guern Ph., dir., 2002, *Les cultes médiatiques*, Rennes, Presses universitaires de Rennes.
- Le Moigne J.-L., 1999, *Les épistémologies constructivistes*, Paris, Presses universitaires de France.
- Lecomte J., 1998, « Entretien avec Daniel Dayan. Le sens des cérémonies télévisées », pp. 339-342, in : Cabin Ph., *La communication. État des savoirs*, Paris, Éd. Sciences Humaines.

Leconte B., 1973, « Conclusions », pp. 113-117, in : Souchon M., dir., *Anatomie d'un feuilleton : François Gaillard*, Paris, Tema communication.

Lemieux C., 2000, *Mauvaise presse. Une sociologie compréhensive du travail journalistique et de ses critiques*, Paris, Éd. Métailié.

Leroy P., 1995, « La réception des télévisions étrangères. Le cas de la Belgique francophone », *Réseaux*, 69.

Liebes T., 1994, « À propos de la participation des téléspectateurs », trad. de l'anglais par É. Zeitlin et D. Pasquier, *Réseaux*, 64.

— 1997, « À propos de la participation du téléspectateur », trad. de l'anglais par É. Zeitlin et D. Pasquier, pp. 797-810, in : Beaud P., Flichy P., Pasquier D., Quéré L., dirs, *Sociologie de la communication*, Paris, Cnet.

Liebes T., Curran J., 1998, *Media, Ritual and Identity*, Londres, Routledge.

Liebes T., Katz E., 1990, *The export of Meaning. Cross-cultural Readings of Dallas*, New York, Oxford University Press.

— 1993, « Six interprétations de la série "Dallas" », *Hermès*, 11-12, pp. 125-144.

Lippmann W., 1922, *Public Opinion*, New York, Harcourt-Brace.

— 1925, *The Phantom Public*, New York, Harcourt-Brace.

— 2001, « Le public fantôme », Extrait de *The Phantom Public*, Mc Millan & Co, 1925, *Hermès*, 31.

Livingstone S., 2004, « Du rapport entre audiences et publics », *Réseaux*, 126.

Livingstone S., Lunt P., 1993, « Un public actif, un téléspectateur critique », *Hermès*, 11-12, pp. 145-158.

— 1994, *Talk on Television*, Londres, Routledge.

Lochard G., 2002, « La recherche française sur le média et les discours télévisuels. Eléments pour un bilan prospectif », Conférence inaugurale du Colloque franco-mexicain, des Sciences de l'information et de la communication (Mexico), Textes disponible en ligne, www.tematice.fr/fichiers/t_article/103/article_doc_fr_lochard.pdf.

Lochard G., Boyer H., 1995, *Notre écran quotidien*, Paris, Dunod.

Lochard G., Soulages J.-Cl., 1997, « Les imaginaires de la parole télévisuelle », pp. 647-672, in : Beaud P., Flichy P., Pasquier D., Quéré L., dirs, *Sociologie de la communication*, Paris, Cnet.

— 1998, *La communication télévisuelle*, Paris, A. Colin.

— 2004, « Une interdisciplinarité autonome est-elle possible ? Interrogations sur la réception des discours médiatiques », *Questions de communication*, 5, pp. 19-30.

Lundby K., Dayan D., 2004, « Télévision, réception et identité dans une ville africaine », *Le Temps des Médias*, 3, pp. 49-59.

M

Macé É., 1994a, *Sociologie de la télévision, sociologie de l'expérience, individus et télévision de masse*, Thèse en sociologie, EHESS, Paris.

- 1994b, « La programmation de la réception. Une sociologie critique des contenus », *Réseaux*, 63.
- 2000, « Qu'est ce qu'une sociologie de la télévision ? », *Réseaux*, 104, pp. 247-283.
- 2001, « Qu'est ce qu'une sociologie de la télévision ? (2) », *Réseaux*, 105, pp. 199-242.
- 2002, « Éléments d'une sociologie contemporaine de la culture de masse. À partir d'une relecture de l'*Esprit du temps* d'Edgar Morin », *Hermès*, 31, texte disponible en ligne : http://sociomedia.ibelgique.com/esprit_du_temps.htm.
- 2003, « Le conformisme provisoire de la programmation », *Hermès*, 37, pp. 127-135.
- Maigret É., 2000, « Les trois héritages de Michel de Certeau », *Annales HSS*, 55(3), pp.511-549.
- 2003a, *Sociologie de la communication et des médias*, Paris, A. Colin.
- 2003b, « Existe-t-il des effets des médias de masse ? », pp. 32-36, in : Maigret É., dir., *Communication et médias*, Paris, La Documentation française.
- 2003c, « Les publics : sociologie de la réception et *Cultural Studies* », pp. 50-54, in : Maigret É., dir., *Communication et médias*, Paris, La Documentation française.
- 2006, « Attention virages : accélérer. De la difficulté d'opérer les tournants constructiviste et culturel dans les SIC », pp. 397-401, in : SFSIC, dir., *Questionner les pratiques d'information et de communication, Actes du XVe congrès (Bordeaux, 2006)*, Paris, SFSIC.
- Malo G., Giroux L., 1998, « La mesure industrielle des auditoires », pp. 15-46, in : Proulx S., dir., *Accusé de réception*, Laval, Éd. L'Harmattan.
- Marcel J.-C., 2004, « Une réception de la sociologie américaine en France (1945-1960) », *Revue d'histoire des sciences humaines*, 11, pp. 45-68. Texte disponible en ligne, <http://www.cess.paris4.sorbonne.fr/dossierpdf/jcm1104.pdf>.
- Marchand P., dir., 2004, *Psychologie sociale des médias*, Rennes, Presses universitaires de Rennes.
- Marhuenda J.-P., 1983, « À propos de quelques bilans de la recherche française en communication », *Cahiers de la communication*, vol. 3, 5, pp. 427-448.
- Martin O., 2000, *Sociologie des sciences*, Paris, Nathan/ Université.
- Masson Ph., 2001, « La fabrication des *Héritiers* », *Revue française de sociologie*, 42-3, pp. 477-507.
- Mattelart A. et M., 1986, *Penser les médias*, Paris, Éd. La Découverte, 1991.
- 1995, *Histoire des théories de la communication*, Paris, Éd. La Découverte, 1997.
- Mattelart A., Neveu É., 1996, « *Cultural Studies stories*. La domestication d'une pensée sauvage ? », *Réseaux*, 80.
- Mc Luhan M., 1968, *Pour comprendre les médias*, trad. de l'anglais par J. Paré, Paris, Éd. du Seuil.
- McCombs M., Shaw D., 1972, « The agenda-setting function of mass-media », *Public Opinion Quarterly*, 36.
- Méadel C., 1985, « Le spectacle invisible », *Réseaux*, 13.

- 1986, *Publics et mesures, une sociologie de la radio*, Rapport CSI-CNRS.
- 1998, « De l'émergence d'un outil de quantification », *Quaderni*, 35, pp. 63-78.
- 1999, « La recherche en information et communication en France : passage en revues », *Les dossiers de l'audiovisuel*, 85.
- 2001, « Naissance d'une science de l'audience : premiers travaux sur les téléspectateurs », pp. 123-132, in : Georgakakis D., Utard J.-M., dirs, *Sciences des médias. Jalons pour une histoire politique*, Paris, Éd. L'Harmattan.
- dir., 2004a, « Public, cher inconnu ! », *Le Temps des Médias*, 3, pp. 6-174.
- 2004b, « L'audimat ou la conquête du monopole », *Le Temps des Médias*, 3, pp. 151-159.
- Méadel C., Proulx S., 1998, « Usagers en chiffres, usagers en actes », pp. 79-94, in : Proulx S., dir., *Accusé de réception*, Laval, Éd. L'Harmattan.
- Médiamétrie, 1991, *Télévision 1990 : Le livre de l'audience*, Paris, Éd. Economica.
- Mehl D., 1994, « La télévision compassionnelle », *Réseaux*, 63.
- 1996, *La télévision de l'intimité*, Paris, Éd. du Seuil.
- 1998, « La parole profane », pp. 205-215, in : Bourdon J., Jost F., dirs., *Penser la télévision*, Cerisy, Nathan/INA.
- 2003, « Le témoin, figure emblématique de l'espace public/privé », pp. 489-502, in : Cefaï D., Pasquier D., dirs, *Les sens du public. Publics politiques, publics médiatiques*, Paris, Presses universitaires de France.
- 2004, « Un téléspectateur civique », *Réseaux*, 126, pp. 143-173.
- Mehl D., Pasquier D., dirs, 2004, « Figures du public », *Réseaux*, 126.
- Méon J.-M., 2004, « Le débat public sur les effets des médias : hybridation des processus de circulation des savoirs et porosité aux logiques extra-scientifiques », intervention lors du colloque *Sciences, Médias et Société*, (Lyon, ENS-LSH), texte disponible en ligne, http://sciences-medias.ens-lsh.fr/article.php3?id_article=73.
- Mercier P.-A., 2002, « Du zapping au surfing : l'art de la glisse », pp. 115-121, in : Delarge A., Spire J., *La télé au logis. Usages de la télévision*, Paris, Éd. Creaphis.
- Meslet V., 1998, « Accepter la diversité des publics », *Quaderni*, 35, pp. 149-158.
- Metz C., 1966, « La grande syntagmatique du film narratif », *Communications*, 8, pp. 120-124.
- Meyer M., 2003, *Paroles d'auditeurs : « Un rebeu n'peut pas mater une meuf de chéri »*, Paris, Éd. des Syrtes.
- Meyer R., 1993, *Télévision et éducation. D'un apprenant modèle aux spectateurs réels*, Paris, Éd. Argument.
- Meyer V. et al., 2005, *Les traductions médiatiques de l'immigration : (re)production, représentation et réception des images*, Rapport final dans le cadre du programme d'études 2003 du FASILD « Immigration et médias : Représentations de l'immigration et rôle des médias », à paraître aux éditions La Documentation française.
- Meyriat J., 1992, « Entretien avec Jean Devèze », in : *Les fondateurs de la SFSIC*, Paris, SFSIC, disponible en ligne : <http://www.cetec-info.org/jlmichel/Textes.Meyriat.html>.

- Michel H., 1995, *Les grandes dates de la télévision française*, Paris, Presses universitaires de France.
- Miège B., 2006, « La circulation des savoirs en sciences de l'information et de la communication », *Questions de communication*, 9, pp. 401-417.
- Missika J.-L., 1991, « Les français et leurs médias : le désenchantement », *Mediaspouvoirs*, 21, pp. 97-114.
- Missika J.-L., Wolton D., 1983, *La folle du logis. La télévision dans les sociétés démocratiques*, Paris, Gallimard.
- Moles A. A., 1966, « La radio-télévision au service de la promotion socio-culturelle », *Communications*, 7, pp. 1-10.
- Mondada L., 1995, « La construction discursive des objets de savoir dans l'écriture de la science », *Réseaux*, 71.
- Morin E., 1961, « L'industrie culturelle », *Communications*, 1, pp. 38-59.
- 1962, *L'esprit du temps*, Paris, Éd. Grasset.
- 2004, « La communication hier et aujourd'hui (entretien avec Dominique Wolton) », *Hermès*, 38, pp. 77-83.
- Morin V., 1961, « Une analyse de la presse : le voyage de Krouchtchev en France », *Communications*, 1, pp. 81-107.
- 1963, « Les Olympiens », *Communications*, 2, pp. 105-120.
- 1964, « Des rites et des hommes. La mots d'Édith Piaf et de Jean Cocteau », *Communications*, 3, pp. 64-76.
- Morley D., 1980, *The Nationwide Audience. Structure and Decoding*, Londres, British Film Institute.
- 1992, *Television, Audiences and Cultural Studies*, Londres, Routledge.
- 1993, « La "réception" des travaux sur la réception. Retour sur "Le public de Nationwide" », trad. de l'anglais par D. Dayan, *Hermès*, 11-12, pp. 31-46.
- Moscovici S., 1981, *L'âge des foules : un traité historique de psychologie des masses*, Paris, Éd. Fayard.
- Moscovici S., Buschini F., dirs, 2003, *Les méthodes des sciences humaines*, Paris, Presses universitaires de France.
- Mostefaoui B., 1996, « La télévision des autres. La réception de TV5 et France 2 à Casablanca et Tunis », *Réseaux*, 78.
- 1998, « Algérie : l'espace du débat médiatique », *Réseaux*, 88-89.
- Mougeotte É., 2003, « Entretien. La loi d'airain du Médiamat », Propos recueillis par R. Chaniac et J.-P. Jézéquel, *Hermès*, 37, pp. 107-115.

N

- Noëlle Neumann É., 1989, « La spirale du silence, une théorie de l'opinion public », *Hermès*, 4, pp. 181-189.

O

Octobre S., 2003, « Les 6-14 ans et les équipements culturels : des pratiques encadrées à la construction des goûts », in : Donnat O., Tolila P., dirs, *Le(s) public(s) de la culture*, vol. 2 (cd-rom), Paris, Presses de la fondation nationale des sciences politiques.

Odul V., 2004, « *Le Point* et ses lecteurs : une affaire de fidélité », *le temps des médias*, 3, pp. 74-82.

Olivesi S., dir., 2006, *Sciences de l'information et de la communication*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble.

Oulif J., 1956, « L'opinion des téléspectateurs et son approche », *Cahiers d'études de radio-télévision*, 8, pp. 461-467.

P

Pailliant I., 1999, « Lieux de recherche sur les médias et l'audiovisuel : petite cartographie », *Les dossiers de l'audiovisuel*, 85.

— dir., 2005, *La publicisation de la science*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble.

Paris E., 2002, « Savoir faire et faire savoir. Réseaux, entre littérature d'entreprise et littérature académique », pp. 140-145, in : Bougnoux D., Rasse P., dirs, *Place et enjeux des revues pour la recherche en Infocom* (Actes du colloque), Nice, SFSIC.

Pasquier D., 1990, « Une télévision sur mesure : les données d'audience dans le système américain », *Réseaux*, 39, pp. 77-92.

— 1995a, « "Chère Hélène". Les usages sociaux des séries collège », *Réseaux*, 70.

— 1995b, *Les scénaristes et la télévision*, Paris, Nathan/ INA.

— 1997a, « Les travaux sur la réception. Introduction », pp. 735-747, in : Beaud P., Flichy P., Pasquier D., Quéré L., dirs, *Sociologie de la communication*, Paris, Cnet.

— 1997b, « Télévision et apprentissages sociaux : les séries pour adolescents », pp. 811-830, in : Beaud P., Flichy P., Pasquier D., Quéré L., dirs, *Sociologie de la communication*, Paris, Cnet.

— 1998, « Lecture des personnages de série », pp. 216-233, in : Bourdon J., Jost F., dirs., *Penser la télévision*, Cerisy, Nathan/INA.

— 1999, *La culture des sentiments. L'expérience télévisuelle des adolescents*, Paris, Éd. de la Maison des sciences de l'homme.

— 2002, « Une nouvelle amie. Le héros télévisuel comme promesse d'amour », pp. 219-232, in : Le Guern P., dir., *Les cultes médiatiques. Culture fan et œuvres cultes*, Rennes, Presses universitaires de Rennes.

— 2003a, « Des audiences aux publics : le rôle de la sociabilité dans les pratiques culturelles », pp. 109-118, in : Donnat O., Tolila P., dirs, *Le(s) public(s) de la culture*, vol. 2 (cd-rom), Paris, Presses de la fondation nationale des sciences politiques.

— 2003b, « La télévision : mauvais objet de la sociologie de la culture », Actes du Xè colloque international SFSIC, à paraître. Disponible à l'adresse <http://archivesic.ccsd.cnrs.fr>.

Passeron J.-Cl., 2003, « Consommation et réception de la culture : la démocratisation des publics », pp. 361-390, in : Donnat O., Tolila P., dirs, *Le(s) public(s) de la culture*, Paris, Presses de la fondation nationale des sciences politiques.

Passeron J.-Cl., Pedler E., 1999, « Le temps donné au regard. Enquête sur la réception de la peinture », *Protée*, automne, pp. 93-116.

Pélicier N., 2005, *Écrire sur le journalisme. Étude de la dispersion d'un savoir scientifique. Le cas de la France (1937-2005)*, Habilitation à diriger des recherches en sciences de l'information et de la communication, Université de Nice Sophia Antipolis.

Perin P., 1992, « Le zapping », *Réseaux*, 51.

Pestre D., 1996, « Les "social studies of science" et leurs effets sur le travail historique », *Raison présente*, 111, pp. 35-46.

Pierre É., Chaguiboff J., Chapelain B., 1982, *Les nouveaux téléspectateurs de 9 à 18 ans*, Paris, Ina/La Documentation française.

Pierssens M., 2005, « Revues savantes, quel avenir ? », pp. 71-93, in : Melançon B., dir., *Le savoir des livres*, Montréal, Presses de l'université de Montréal.

Prédal R., 1995, *Les médias et la consommation audiovisuelle*, Paris, Les éditions d'organisation.

Proulx G., 2005, « Survol du champ de la réception médiatique. Problématiques, théories et concepts clés », Séminaire sur la réception médiatique organisé par le Groupe d'étude sur les pratiques novatrices en communication publique de l'université Laval (Canada), *working paper*.

Proulx S., 1994, « Une lecture de l'œuvre de Michel de Certeau : *L'invention du quotidien*, paradigme de l'activité des usagers », *Communication*, 15-2, pp. 171-197.

— dir., 1998, *Accusé de réception*, Paris, Éd. L'Harmattan.

— 1999, « Paradoxes de la réception médiatique au temps de la mondialisation », pp. 141-162, in : Proulx S., Vitalis A., dirs, *Vers une citoyenneté simulée*, Paris, Éd. Apogée.

Proulx S., Belanger D., 2001, « La représentation des communautés immigrantes à la télévision francophone du Québec », *Réseaux*, 107, pp. 117-145.

Proulx S., Laberge M.-F., 1995, « Vie quotidienne, culture télévisuelle et construction de l'identité familiale », *Réseaux*, 70.

Q

Quéré L., 1996, « Faut-il abandonner l'étude de la réception ? », *Réseaux*, 79.

— 2003, « Le public comme forme et comme modalité d'expérience », pp. 113-134, in : Cefaï D., Pasquier D., dirs, *Les sens du public. Publics politiques, publics médiatiques*, Paris, Presses universitaires de France.

Questions de communication, 2005, « Terrain, expérimentation et sciences sociales » (1), 7, pp. 147-232.

Questions de communication, 2005, « Terrain, expérimentation et sciences sociales » (2), 8, pp. 113-164.

Quinton P., 2002, « Publier, éditer, exister... Figures et acteurs des écrits de recherche », pp. 154-163, in : Bougnoux D., Rasse P., dirs, *Place et enjeux des revues pour la recherche en Infocom* (Actes du colloque), 2002, Nice, SFSIC.

R

Raboy M., 1998, « Le public fantôme : un acteur équivoque qui hante les débats sur les médias », pp. 96-120, in : Proulx S., dir., *Accusé de réception*, Laval, Éd. L'Harmattan.

Radu M., 2004, « De la comparaison sociale à l'intention comportementale », *Questions de communication*, 5, pp. 103-114.

Raynaud D., 2003, *Sociologie des controverses scientifiques*, Paris, Presses universitaires de France.

Rieffel R., 2001, *Sociologie des médias*, Paris, Ellipses.

Risser H., 2004, *L'audimat à mort*, Paris, Éd. du Seuil.

Robins K., 2001, « Au-delà de la communauté imaginée ? Les médias transnationaux et les migrants turcs en Europe », trad. de l'anglais par A. Bouillon, *Réseaux*, 107, pp. 19-39.

Rocheron Y., 1996, « Le téléspectateur en Grande-Bretagne et en France : consommateur ou citoyen », *Réseaux*, 75.

S

Scannell P., 1997, « L'intentionnalité communicationnelle dans les émissions de radio et de télévision », trad. de l'anglais par M.-C. Gamberini, pp. 881-895, in : Beaud P., Flichy P., Pasquier D., Quéré L., dirs, *Sociologie de la communication*, Paris, Cnet.

Schlesinger Ph., 1997, « Le chaînon manquant. Le "professionnalisme" et le public », pp. 689-713, in : Beaud P., Flichy P., Pasquier D., Quéré L., dirs, *Sociologie de la communication*, Paris, Cnet.

Schroder K. C., 1990, « Vers une convergence de traditions antagonistes ? Le cas de la recherche sur le public », *Réseaux*, 44-45, pp. 313-338.

— 1997, « Vers une convergence de traditions antagonistes ? Le cas de la recherche sur le public », pp. 773-796, in : Beaud P., Flichy P., Pasquier D., Quéré L., dirs, *Sociologie de la communication*, Paris, Cnet.

Schroder K. C. et al., 2003, *Researching Audiences*, Londres, Arnold.

Séguir C., 2001, *État des lieux des recherches en langue française sur la réception télévisuelle*, Mémoire de maîtrise en sciences de l'information et de la communication, Université de Metz.

— 2002, *La recherche en langue française sur la réception télévisuelle : rupture et appropriations durant les années 90*, Mémoire de DEA en Sciences de l'information et de la communication, Université Paul Verlaine-Metz.

— 2004, « Organisation des interactions scientifiques et circulation des savoirs. Fabriquer une livraison de revue », communication lors du colloque international *L'organisation média*, Lyon, 19-20 nov. 2004, disponible à l'adresse <http://membres.lycos.fr/orgco/>.

- 2006a, « Les sciences de l'information et de la communication et la recherche sur les téléspectateurs. Interventions, définitions et manifestations de compétences », pp. 595-602, *in* : Chevalier Y., dir., *Questionner les pratiques d'information et de communication. Actes du XV^e congrès des sciences de l'information et de la communication*, Condé-sur-Noireau, SFSIC.
- 2006b, « L'organisation du recueil de données en situation expérimentale de réception médiatique. La mise en œuvre d'EARS », pp. 109-125, *in* : Bouzon A., Meyer V., dirs, *La communication organisationnelle en question. Méthodes et méthodologies*, Paris, Éd. L'Harmattan.
- à paraître, « La parcours de Daniel Dayan. Désignation d'un théoricien des études de réception télévisuelle en France », Actes du colloque international *La fiction éclatée ; petits et grands écrans français et francophones*, Lyon, 6-8 juil. 2004.
- Séguir C., Thiéblemont-Dollet S., 2005, « Choix méthodologiques et engagements. Construire un corpus d'images télévisuelles de l'immigration », *Questions de communication*, 8, pp. 145-164.
- Sfez L., dir., 1993, *Dictionnaire critique de la communication*, Paris, Presses universitaires de France.
- Shinn T., 2000, « Formes de division du travail scientifique et convergence intellectuelle », trad. De l'anglais par P. Ragouet, *Revue française de sociologie*, 41-3, pp. 447-473.
- Sorlin P., 1992, « Le mirage du public », *Revue d'histoire moderne et contemporaine*, 39, pp. 86-102.
- 1993, « Note de lecture sur *Media Events* de Daniel Dayan et Elihu Katz », *Réseaux*, 57.
- 2004, « Un objet à construire : les publics de cinéma », *Le temps des médias*, 3, pp. 39-48.
- Souchon M., 1969, *La télévision des adolescents*, Paris, Éd. Ouvrières.
- dir., 1973, *Anatomie d'un feuilleton : François Gaillard*, Paris, Tema communication.
- 1980, *Petit écran, grand public*, Paris, La Documentation française.
- 1985, « Petit écran, grand public : des nouvelles récentes », *Réseaux*, 11, pp. 59-74.
- 1990, « Un public ou des publics ? », *Communications*, 51, pp. 71-78.
- 1991, « L'audience de la télévision », *Réseaux*, 49, pp. 129-134.
- 1993a, « "Le vieux canon de 75". L'apport des méthodes quantitatives à la connaissance du public de la télévision », *Hermès*, 11-12, pp. 233-246.
- 1993b, « Public/publics de la télévision », *in* : Sfez L., dir., *Dictionnaire critique de la communication. Tome 2*, Paris, Presses universitaires de France.
- 1997, « L'audience de la télévision », pp. 907-913, *in* : Beaud P., Flichy P., Pasquier D., Quéré L., dirs, *Sociologie de la communication*, Paris, Cnet.
- 1998a, « Histoire des indicateurs de l'audience », *Quaderni*, 35, pp. 93-106.
- 1998b, « Les recherches sur l'audience au service de la programmation », pp. 47-66, *in* : Proulx S., dir., *Accusé de réception*, Laval, Éd. L'Harmattan.

- 2003, « Pour une utilisation complète de l'audimétrie », *Hermès*, 37, pp. 157-166.
- 2004, « Entretien. Du CECMAS à France Télévision », propos recueillis par I. Veyrat-Masson, *Le temps des médias*, 3, pp. 195-205.
- Soulez G., 2002, « L'esthétique sérielle propose-t-elle un art de la différence ? L'originalité de *Police District* », pp. 381-400, in : Beylot P., Sellier G., dirs, *Les séries policières*, Paris, Éd. L'Harmattan.
- 2004, « "Nous sommes le public". Apports de la rhétorique à l'analyse des publics », *Réseaux*, 126.
- Sternberg-Sarel B., 1961, « La radio en Afrique noire d'expression française », *Communications*, 1, pp. 108-126.

T

- Taranger M.-C., 2002, « Ados, séries : regards croisés », pp. 329-344, in : Beylot P., Sellier G., dirs, *Les séries policières*, Paris, Éd. L'Harmattan.
- Tarde G., 1901, *L'opinion et la foule*, Paris, Presses universitaires de France, 1989
- Tassi Ph., 2005, *Modèles statistiques de la mesure d'audience des médias audiovisuels*, Paris, Éd. Economica.
- Tchakhotine S., 1939, *Le viol des foules par la propagande politique*, Paris, Éd. Gallimard, 1992.
- Tessier M., 2003, « Entretien. Le téléspectateur, au cœur de la télévision publique », Propos recueillis par R. Chaniac, *Hermès*, 37, pp. 1985-190.

V

- Vatin Fr., 2004, « Machinisme, marxisme, humanisme : Georges Friedmann avant et après-guerre », *Sociologie du travail*, 46, pp. 205-223.
- Vernet M., 1990, « Incertain zapping », *Communications*, 51, pp.33-44.
- Veron, E., 1983, « Il est là, il me voit, il me parle », *Communications*, 38, pp. 98-121.
- Vilches L., 1995, *La télévision dans la vie des savoirs. État des savoirs*, trad. de l'espagnol par J. Guyot, Paris, Éd. Apogée.
- Vinck D., 1995, *Sociologie des sciences*, Paris, A. Colin.

W

- Walter J., 1998, « La liste de Schindler au miroir de la presse », *Mots. Les langages du politique*, 56, pp. 69-88.
- 2001, « Rire de tout ? Réactions à *La vie est belle* dans la presse juive », *Hermès*, 29, pp. 133-143.
- 2005, *La Shoah à l'épreuve de l'image*, Paris, Presses universitaires de France.
- Wangermée R., 1969, « Publics et culture en télévision », *Communications*, 14, pp. 111-115.

Willet G., dir., 1992, *la communication modélisée. Une introduction aux modèles, aux concepts, aux théories*, Ottawa, Éd. du Renouveau pédagogique.

Windisch U., 2002, *Suisse-Immigrés, Quarante ans de débats, 1960-2001*, Lausanne, Éd. L'Âge d'Homme.

Wolf M., 1993, « L'analyse de la réception et la recherche sur les médias », *Hermès*, 11-12, pp. 213-226.

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

— 1993, « Pour le public... », *Hermès*, 11-12, pp. 11-13.

— 2003, « Avant-propos. Audience et publics : économie, culture, politique », *Hermès*, 37, pp. 27-34.

Document audiovisuel

Une histoire simple du téléspectateur (1 et 2), 2003, co-production AMIP-France 5-INA, avec la participation du Centre National de la Cinématographie et le soutien de la Procirep, premières diffusions les 26 déc. 2003 et 02 janv. 2004.

TABLE DES FIGURES

Figure 1. Une configuration d'acteurs.	30
Figure 2. Évolution des publications sur les téléspectateurs (1964-2004).	41
Figure 3. Répartition des éléments du corpus.	42
Figure 4. Évolution des articles et des contributions aux ouvrages collectifs sur les téléspectateurs (1964-2004).	43
Figure 5. La formation du paradigme des effets puissants des médias durant la première moitié du XX ^e siècle.	72
Figure 6. La formation intellectuelle du paradigme des effets indirects et limités.	75
Figure 7. Évolution des publications sur les téléspectateurs (1964-2004).	89
Figure 8. Réseau d'acteurs entre les États-Unis et la France pendant les années 60.	115
Figure 9. Évolution des publications sur les téléspectateurs (1964-1990).	118
Figure 10. La filiation intellectuelle sémiologique en France, des années 60 aux années 90.	131
Figure 11. Instituts de rattachement des acteurs du champ professionnel des recherches sur les téléspectateurs.	150
Figure 12. Évolution des publications d'auteurs rattachés à Médiamétrie (1964-2004).	154
Figure 13. Évolution des publications d'auteurs rattachés à l'INA (1964-2004).	161
Figure 14. Évolution des publications d'auteurs rattachés à France Télécom R&D (et au Cnet) (1964-2004).	163
Figure 15. Évolution des publications de praticiens dans le champ académique (1964-2004).	164
Figure 16. Évolution des publications sur les téléspectateurs signées par les praticiens et les chercheurs universitaires.	166
Figure 17. Évolution des publications sur l'audience signées par les praticiens et les universitaires.	166
Figure 18. Part des publications sur l'audience dans l'ensemble des publications académiques sur les téléspectateurs (1964-2004).	167
Figure 19. Ramifications d'un réseau professionnel des recherches sur les téléspectateurs à partir de 1975.	177
Figure 20. Évolution des textes publiés par Jacques Durand dans le champ académique (1964-2004). .	178
Figure 21. Évolution des textes publiés par Michel Souchon dans le champ académique (1964-2004)..	178
Figure 22. Les parcours professionnels de Jacques Durand et Michel Souchon depuis les années 60. ...	181
Figure 23. Un réseau de praticiens autour de Jacques Durand et de Michel Souchon.	184
Figure 24. Évolution des publications académiques sur les téléspectateurs (1980-1993).	186
Figure 25. Répartition des publications sur les téléspectateurs de notre corpus.	200
Figure 26. Évolution des publications d'articles et de textes sur les téléspectateurs (1964-2004).	200
Figure 27. Évolution des publications sur les téléspectateurs et des articles figurant dans les cinq revues principales (1964-2004).	201
Figure 28. Première étape de la constitution d'un réseau pour les recherches sur la communication (1988-1992).	212

Figure 29. Deuxième étape : la constitution d'un réseau pour les recherches sur les téléspectateurs (1988-1992).	214
Figure 30. Rattachements institutionnels des auteurs de <i>Réseaux</i> entre 1988 et 1992.....	219
Figure 31. Rattachements institutionnels des auteurs de <i>Médiaspouvoirs</i> entre 1988 et 1992.	220
Figure 32. Rattachements institutionnels des auteurs des <i>Dossiers de l'audiovisuel</i> entre 1988 et 1992.	221
Figure 33. La trajectoire de Daniel Dayan. De l'étudiant au Cecmas au directeur de recherches CNRS (1967-2006).....	230
Figure 34. Le parcours intellectuel de Daniel Dayan.....	232
Figure 35. Réseau de citations en références de l'article « Les mystères de la réception » (Dayan, 1992).	234
Figure 36. Auteurs du 11-12 et réseau de chercheurs autour de Daniel Dayan (1993).....	240
Figure 37. Répartition des textes de Daniel Dayan cités en référence dans une sélection d'ouvrages et de manuels (1994-2004).....	246
Figure 38. Évolution des citations des textes de Daniel Dayan (1994-2004).	250
Figure 39. Qui cite en référence Daniel Dayan entre 1994 et 1999 ?	253
Figure 40. Qui cite en référence Daniel Dayan entre 2000 et 2004 ?	256
Figure 41. Citations en référence des textes de Daniel Dayan. Deux générations d'auteurs rattachés au LCP.	256
Figure 42. Évolution des publications sur les téléspectateurs (1993-2004).	258
Figure 43. Un réseau d'acteurs au début des années 90.	260
Figure 44. Lieux de publications des articles (1993-1999).	260
Figure 45. Un micro-réseau autour de <i>Réseaux</i> (1993-1999).	264
Figure 46. Évolution des publications sur les téléspectateurs dans <i>Réseaux</i> (1983-2004).....	265
Figure 47. Qui publie dans <i>Réseaux</i> entre 1993 et 1999 ?	266
Figure 48. Maillage d'auteurs d'un dossier de revue et de deux ouvrages collectifs en 1998.	268
Figure 49. Évolution des publications sur l'audience (1964-2004).	274
Figure 50. Acteurs des recherches sur les téléspectateurs (1993-1999).	287
Figure 51. Configuration du réseau d'acteurs des recherches sur les téléspectateurs à la fin des années 90.	294
Figure 52. Évolution des publications sur les téléspectateurs, articles et contributions (1988-2004).	297
Figure 53. Succession d'enquêtes sur les téléspectateurs (1987-2004).	298
Figure 54. Évolution des publications sur le « public » et la « réception » (1964-2004).....	307
Figure 55. Intervenants au colloque <i>La télévision et ses téléspectateurs</i> : un réseau d'acteurs entre les universités de Metz et Paris 3.....	310
Figure 56. Réseau d'interactions à l'origine de la fabrication d'une livraison de revue.	322
Figure 57. Cartographie des acteurs des recherches sur les téléspectateurs (2003-2004).	329
Figure 58. Cartographie des thèses réalisées sur les téléspectateurs (1984-).	330
Figure 59. Un réseau de sociologues de la réception organisé autour de Daniel Dayan.....	341
Figure 60. Cartographie des approches pour l'étude des téléspectateurs en France.	345

Figure 61. Le domaine des recherches sur les téléspectateurs, entre recherches sur les médias, la réception et le public.	348
Figure 62. Définitions du « téléspectateur » (1).....	350
Figure 63. Définitions du « téléspectateur » (2).....	353

TABLE DES TABLEAUX

Tableau 1. La constitution d'un corpus de textes scientifiques. Interrogations et problématiques.....	37
Tableau 2. Quantités d'auteurs et de textes publiés.....	51
Tableau 3. Principaux auteurs de publication sur les téléspectateurs en France.....	53
Tableau 4. Acteurs interrogés (ordre alphabétique).....	59
Tableau 5. Publications sur les téléspectateurs en France (1964-1974).....	90
Tableau 6. Publications sur les téléspectateurs en France (1978-1987).....	119
Tableau 7. Diffusion(s) et traduction(s) en France de recherches anglo-saxonnes sur la réception, années 70-80.....	146
Tableau 8. Journées d'étude et séminaires organisés par l'Irep (1966-1989).....	159
Tableau 9. Publications sur les téléspectateurs en France (1975-1987).....	168
Tableau 10. Organisation des interactions entre les praticiens et le champ académique.....	169
Tableau 11. Contributions de J. Durand et M. Souchon aux principaux dossiers de revue sur les téléspectateurs.....	183
Tableau 12. Cinq revues de communication créées durant les années 80.....	197
Tableau 13. Dossiers de revues sur les téléspectateurs (1988-2004).....	199
Tableau 14. Appartenances institutionnelles et lieux de publication des « auteurs principaux » entre 1988 et 1992.....	216
Tableau 16. Articles publiés dans la livraison 11-12 d' <i>Hermès</i> (Dayan, 1993).....	239
Tableau 17. Quantités de citations des textes de Daniel Dayan (1994-2004).....	249
Tableau 18. Auteurs de citations en référence des textes de Daniel Dayan.....	251
Tableau 19. Propriétés des chercheurs citant Daniel Dayan entre 1994 et 1999 (par ordre d'apparition chronologique).....	253
Tableau 20. Propriétés des chercheurs citant Daniel Dayan entre 2000 et 2004 (par ordre d'apparition chronologique).....	255
Tableau 21. Articles sur les téléspectateurs publiés dans <i>Réseaux</i> (1993-1999).....	262
Tableau 22. Quelques comptes-rendus d'ouvrages publiés dans <i>Réseaux</i> entre 1993 et 1999.....	269
Tableau 24. Modélisation des recherches sur la réception médiatique. Groupe d'étude sur les pratiques novatrices en communication publique, université Laval (Canada, 2005).....	337
Tableau 25. Modélisation des recherches sur la réception télévisuelle. Guy Lochard, Jean-Claude Soulages (1998).....	337
Tableau 26. Modélisation des recherches sur la réception médiatique. Philippe Breton, Serge Proulx (2002).....	337
Tableau 27. Modélisation des recherches sur la réception télévisuelle. Brigitte Le Grignou (2003).....	338
Tableau 28. Modélisation des recherches sur la réception médiatique. Rémy Rieffel (2001).....	338

INDEX DES AUTEURS CITES

A

Adorno T.W., 77, 78, 79, 99, 115, 136, 142
Aglietta J., 155, 164
Albert P., 17, 307
Allard L., 192, 199, 266, 270, 271, 294
Amiel V., 192
Amiriaux V., 47, 368
Ang I., 145, 146, 147, 233, 238, 239, 240, 276, 283, 303
Appé O., 155
Arnal N., 23, 172, 174, 188, 211, 266, 351
Aubert A., 95, 298, 316

B

Bahu-Leyser D., 174
Balle F., 81, 123, 125, 133, 135, 146, 147, 151, 188, 237, 345
Baltz Cl., 194, 202
Barthes R., 77, 109, 110, 111, 112, 115, 116, 125, 126, 127, 131, 180, 203, 228, 229, 230, 232, 335
Baton-Hervé É., 49, 101, 104, 106, 297
Bazin H., 11, 84, 85, 139
Beaud P., 11, 21, 147, 172, 190, 192, 195, 218, 273, 274, 276, 278, 279, 286, 287, 347, 356, 363, 364
Beauvois J.-L., 299, 319, 322
Bertho Lavenir C., 82, 83
Bertrand G., 21, 23, 37, 48, 50, 54, 56, 150, 162, 172, 174, 176, 188, 200, 210, 211, 217, 265, 266, 287, 293, 297, 351, 352, 363
Beylot P., 23, 252, 255, 256, 314, 343, 353
Bianchi J., 194, 214, 218, 356
Blandin Cl., 85, 317
Bogart L., 99, 100
Bolle De Bal M., 97
Bougnoux D., 28, 33, 44, 45, 46, 146, 147, 171, 176, 181, 197, 245, 263, 327
Bouillin-Dartevelle R., 266, 351
Boullier D., 9, 10, 11, 22, 23, 36, 39, 48, 49, 54, 56, 59, 60, 99, 119, 120, 121, 124, 132, 138, 148, 169,

172, 188, 204, 205, 206, 207, 209, 211, 214, 217, 266, 277, 297, 312, 313, 316, 329, 342, 350, 352, 353, 356, 363, 364

Bourdieu P., 13, 14, 24, 25, 27, 40, 45, 58, 63, 102, 106, 110, 111, 121, 124, 125, 126, 226, 308, 333, 364, 366
Bourdon J., 8, 171, 239, 240, 253, 254, 256, 268, 270, 303, 308, 315
Boure R., 28, 44, 45, 203, 262, 368
Breton Ph., 20, 69, 70, 72, 75, 133, 142, 143, 145, 244, 285, 303, 312, 334, 336
Brochand C., 81, 87, 94, 95, 139, 140
Busson A., 23, 172, 174, 188, 211, 266, 351

C

Calbo S., 8, 15, 23, 48, 49, 50, 51, 55, 59, 216, 252, 253, 254, 266, 290, 291, 292, 293, 294, 297, 299, 303, 340, 351, 352, 353, 374
Callon M., 26, 28, 360, 366
Cardon D., 141, 164, 175, 176, 251, 254, 256, 270, 294, 305
Cardy H., 203, 313
Cazeneuve J., 11, 91, 93, 109, 114, 123, 164, 173, 174, 177
Cefäi D., 19, 20, 33, 36, 47, 51, 208, 259, 303, 306, 307, 309, 312, 341, 356, 359, 368
Chabrol Cl., 16, 47, 50, 60, 62, 131, 192, 194, 297, 318, 320, 322, 323, 325, 326, 327, 329, 344, 346, 352, 356, 367
Chalvon-Demersay S., 10, 15, 16, 22, 36, 50, 52, 56, 103, 109, 121, 124, 139, 204, 208, 213, 214, 217, 218, 242, 253, 268, 280, 287, 289, 294, 300, 301, 302, 303, 305, 307, 308, 329, 340, 341, 344, 353, 359, 363, 365, 367
Chambat P., 138, 190, 214
Champagne P., 87, 91, 123, 192, 356
Chaniac R., 8, 19, 21, 39, 51, 55, 59, 87, 150, 162, 171, 175, 176, 184, 200, 215, 217, 274, 334, 347, 363, 391
Chapelain B., 48, 59, 60, 104, 105, 106, 119, 120, 123, 169

Charaudeau P., 12, 129, 131, 193, 311, 325, 345
Charon J.-M., 173, 198, 199, 200, 213, 214
Charpentier I., 57, 208, 298, 307, 354
Chartier R., 279, 286
Chaudron M., 44, 327
Cooley C. H., 306
Coulomb-Gully M., 50, 192, 267, 352, 357
Courbet D., 23, 50, 159, 192, 297, 318, 320, 322,
323, 324, 325, 326, 327, 328, 329, 345, 346, 355,
356, 367
Curran J., 148, 233, 238, 239, 240

D

D'almeida F., 81, 82, 83, 86, 96, 97, 134, 152
Dahlgren P., 240, 284
Dayan D., 10, 16, 17, 19, 21, 37, 40, 41, 48, 53, 54,
56, 59, 60, 64, 65, 71, 103, 115, 116, 120, 131,
147, 148, 169, 171, 200, 207, 208, 214, 216, 217,
218, 219, 225, 226, 227, 228, 229, 231, 232, 233,
234, 236, 237, 238, 239, 240, 241, 242, 243, 246,
247, 248, 249, 251, 252, 253, 254, 255, 256, 259,
260, 266, 268, 270, 271, 273, 275, 276, 278, 279,
280, 281, 282, 284, 286, 287, 291, 294, 299, 300,
301, 303, 304, 305, 307, 308, 309, 315, 329, 335,
341, 343, 344, 348, 352, 354, 356, 359, 363, 364,
365, 367
de Certeau M., 17, 234, 283, 284, 285, 286, 287, 290,
302, 357, 363
De Gournay Ch., 23, 37, 48, 50, 55, 56, 59, 150, 162,
172, 174, 176, 188, 210, 211, 217, 351
Delporte Ch., 81, 82, 83, 86, 96, 97, 134, 152
Derèze G., 162
Derville G., 192, 266, 357
Desquinabo N., 16, 298, 345
Dewey J., 70, 71, 74, 78, 306
Donnat O., 8, 141, 164, 176, 219, 307
Dumazedier J., 12, 39, 40, 85, 92, 95
Durand J., 54, 59, 60, 63, 82, 85, 86, 114, 115, 116,
119, 120, 150, 153, 154, 155, 156, 157, 158, 159,
160, 161, 164, 169, 170, 173, 174, 175, 176, 177,
178, 180, 181, 182, 183, 184, 214, 217, 221, 239,
240, 266, 271, 363

E

Ehrenberg A., 138, 190
Elias N., 28, 29, 30, 366
Escarpit R., 122, 203
Esquenazi J.-P., 22, 33, 48, 51, 55, 208, 216, 244,
252, 255, 256, 270, 284, 292, 297, 307, 310, 312,
313, 329, 341, 343, 347, 350
Ethis E., 51, 85

F

Fiske J., 233
Fleury B., 46, 47, 62, 173, 322, 323, 326, 328, 344,
345, 368
Flichy P., 11, 21, 31, 46, 57, 60, 62, 147, 163, 172,
177, 192, 195, 198, 200, 204, 209, 210, 212, 213,
218, 264, 274, 287, 294, 342, 344, 356, 363
Fourquet-Courbet M.-P., 47, 50, 62, 159, 192, 216,
297, 299, 318, 320, 322, 323, 324, 325, 326, 327,
328, 345, 346, 352, 355, 356, 367
Frau-Meigs D., 106, 171
Friedmann G., 37, 40, 79, 91, 92, 96, 97, 98, 102,
107, 109, 110, 113, 114, 115, 116, 117, 124, 125,
180
Froissart P., 203, 313

G

Gauthier G., 91, 117, 122
Gellereau M., 314, 352
Ghiglione R., 20, 234, 239, 240, 318, 325, 344
Glevarec H., 85
Gurevitch M., 91, 114, 233

H

Hall S., 10, 77, 144, 145, 146, 147, 232, 233, 234,
266, 272
Heinich N., 29, 328
Horkheimer M., 77, 79, 137

J

Jauss H. R., 18, 277, 279, 285, 286, 287, 302
Jensen K. B., 148, 238, 239, 240, 276, 335

Jost F., 36, 39, 57, 84, 96, 129, 130, 266, 268, 294,
310, 329, 335, 342, 343, 344
Jouët J., 11, 16, 107, 356
Joule R.-V., 319

K

Katz E., 10, 12, 37, 48, 52, 55, 70, 75, 116, 123, 141,
143, 145, 147, 171, 205, 207, 216, 227, 228, 232,
233, 234, 236, 237, 239, 240, 246, 248, 250, 251,
253, 276, 279, 281, 282, 291, 341, 354

L

Lahire B., 94
Lamizet B., 334
Lancien T., 33, 203, 313
Lasswell H., 71, 73, 74, 75, 95, 132, 133, 137
Latour B., 25, 26, 28, 45, 46, 218, 226, 234, 243, 244,
247, 250, 270, 278, 292, 321, 325, 360, 364, 366
Laurens O., 28, 44, 45
Le Goaziou V., 23, 267, 293, 297, 351
Le Grignou B., 18, 20, 32, 39, 48, 55, 60, 109, 134,
190, 191, 192, 199, 216, 218, 225, 244, 252, 254,
256, 260, 266, 272, 278, 292, 293, 303, 307, 309,
312, 329, 333, 337, 342, 347, 356, 357, 359, 363
Le Guern Ph., 297
Liebes T., 10, 143, 146, 147, 233, 234, 238, 239, 240,
241, 252, 253, 254, 276, 279
Lippmann W., 70, 71, 78, 306
Livingstone S., 234, 238, 239, 240, 241, 252, 253,
254, 256, 269, 276, 278, 303
Lochard G., 11, 33, 39, 84, 109, 129, 139, 244, 245,
255, 256, 271, 284, 286, 294, 310, 311, 320, 334,
335, 336, 343, 347

M

Macé É., 37, 49, 55, 87, 93, 126, 216, 240, 252, 255,
256, 266, 287, 294, 329, 341
Maigret É., 20, 33, 69, 70, 71, 74, 75, 77, 78, 124,
127, 129, 133, 138, 143, 144, 238, 244, 245, 253,
255, 256, 270, 282, 284, 285, 294, 303, 312, 329,
334, 336, 341
Marchand P., 192, 318, 319, 345, 355
Martin O., 14, 25, 58, 238, 336

Mattelart A., 69, 70, 71, 72, 74, 75, 79, 97, 109, 136,
144, 190, 202, 206, 245
Mauduit J., 155
Mc Luhan M., 135, 136
Méadel C., 17, 19, 55, 60, 81, 92, 153, 156, 157, 200,
208, 214, 217, 253, 254, 268, 270, 284, 305, 307,
329, 334, 347, 357, 363
Mehl D., 11, 19, 23, 50, 52, 55, 95, 96, 213, 217, 253,
254, 256, 266, 268, 294, 303, 305, 307, 316, 334,
341, 344, 347, 353, 357, 364
Mercier P.-A., 23, 37, 48, 50, 54, 56, 162, 172, 174,
188, 210, 211, 217, 263, 351
Metz C., 59, 114, 128, 228, 229, 335
Meyer V., 139, 173, 298, 322, 367
Meyriat J., 122, 203
Miège B., 218, 319, 345
Missika J.-L., 10, 48, 119, 120, 148, 169, 174, 189,
219
Mondada L., 27, 34
Morin E., 98, 100, 107, 109, 110, 112, 113, 114, 116,
124, 125, 126, 142, 180
Morley D., 145, 146, 147, 233, 234, 238, 239, 240,
276, 283, 289
Moscovici S., 70, 227, 271
Mostefaoui B., 192, 284

N

Neveu É., 144, 191, 192, 216, 218, 272, 356, 357
Noëlle Neumann É., 137

P

Pailliant I., 33, 294, 310, 368
Pasquier D., 11, 12, 15, 18, 20, 22, 23, 32, 36, 37, 42,
48, 50, 51, 52, 54, 56, 59, 61, 99, 107, 109, 113,
121, 141, 142, 143, 147, 200, 208, 213, 215, 217,
218, 225, 238, 239, 241, 244, 252, 253, 254, 256,
259, 264, 266, 268, 269, 270, 273, 284, 287, 289,
291, 292, 294, 297, 300, 301, 303, 305, 306, 307,
309, 312, 329, 334, 341, 342, 344, 347, 350, 353,
356, 357, 359, 363, 364, 365, 367
Passeron J.-Cl., 40, 51, 102, 103, 125, 126
Pélissier N., 33, 56, 189, 196, 345, 360, 368
Perin P., 9, 50, 164, 174, 210

Proulx S., 16, 18, 19, 20, 52, 54, 59, 61, 69, 70, 72,
75, 116, 131, 133, 142, 143, 145, 214, 217, 244,
252, 253, 254, 260, 266, 268, 269, 284, 285, 288,
293, 297, 303, 309, 312, 334, 336, 345, 363

Q

Quéré L., 18, 71, 147, 192, 200, 213, 264, 266, 273,
277, 278, 286, 287, 294, 306, 341

R

Rieffel R., 11, 20, 69, 72, 85, 86, 137, 244, 292, 312,
334, 337, 347

S

Schroder K. C., 12, 77, 137, 148, 219, 238, 239, 240,
278, 335

Sfez L., 176, 181, 196, 198, 271, 334, 345

Sorlin P., 85, 228, 229, 253, 254, 266, 270, 271, 282,
290, 291, 294, 299, 303, 311

Souchon M., 21, 22, 48, 49, 54, 59, 61, 63, 88, 91,
107, 108, 109, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 119,
120, 122, 123, 126, 127, 131, 137, 150, 152, 161,
162, 164, 169, 170, 173, 174, 176, 177, 178, 180,

181, 182, 183, 184, 212, 214, 217, 221, 239, 240,
266, 268, 271, 363

Soulages J.-Cl., 11, 39, 84, 109, 129, 139, 244, 245,
253, 310, 320, 334, 335, 336, 343, 347

Soulez G., 23, 95, 253, 255, 256, 314, 316, 343, 344,
353, 364

T

Tarde G., 70, 71, 74, 75, 78, 306

Trognon A., 319

V

Veron E., 83

Vilches L., 171, 287

W

Walter J., 23, 46, 47, 48, 60, 62, 78, 173, 310, 314,
315, 322, 323, 324, 344, 366, 368

Wangermée R., 91, 93, 99, 114

Wolton D., 9, 10, 48, 98, 106, 110, 119, 120, 148,
169, 178, 189, 190, 196, 198, 202, 203, 204, 207,
209, 212, 213, 219, 237, 239, 242, 243, 274

TABLE DES MATIERES

REMERCIEMENTS.....	3
SOMMAIRE	5
INTRODUCTION	6
L'étude des recherches sur les téléspectateurs dans le champ académique français	10
Choix du terrain de recherche.....	10
Choix d'un objet.....	14
Des discours ambivalents sur l'objet	16
Choix d'une terminologie : les « téléspectateurs »	18
Retour aux racines des recherches.....	20
Penser la fabrication des savoirs dans le champ académique	23
Position des chercheurs et pratiques académiques.....	23
Penser des interactions dans le cadre de configurations	26
Un questionnement original.....	31
Un recueil de publications scientifiques	33
Conditions et limites de la sélection	33
Enquêtes auprès des revues scientifiques	41
Un objet hybride	48
Identification des acteurs des recherches	50
Un noyau d'acteurs principaux.....	50
Recueil du témoignage d'acteurs.....	58
SECTION I. LES TELESPECTATEURS. LA NAISSANCE D'UN OBJET SCIENTIFIQUE	66
Chapitre 1. Les racines des recherches	67
1.1. La formation de paradigmes distincts sur les effets des médias	68
1.1.1. La question de la foule et des publics.....	68
1.1.2. Le paradigme de la seringue hypodermique.....	70
1.1.3. Le paradigme des effets limités à Columbia	72
1.1.4. Le paradigme de la culture de masse à Francfort	76
1.1.5. Effets de la circulation des hommes et des idées.....	77
1.1.6. Quelle appropriation de la pensée nord-américaine en France ?.....	78
1.2. L'industrie télévisuelle naissante et ses téléspectateurs	79

1.2.1.	Engouement public pour la télévision	79
1.2.2.	Le service de relation avec les spectateurs	80
1.2.3.	Télévision et politique : un outil d'influence	81
1.3.	Prémises des recherches sur les téléspectateurs	83
1.3.1.	Curiosité à l'égard des médias.....	84
1.3.2.	Compter et connaître les téléspectateurs	85
-	<i>Le recours aux enquêtes qualitatives</i>	85
-	<i>Utilité et utilisation des données d'audience. Un débat ancien</i>	86
Chapitre 2. Premiers textes dans le champ académique		88
2.1.	Recherches sur les médias de masse et recherches sur les téléspectateurs .	91
2.2.	Premières définitions d'un objet scientifique	93
2.2.1.	Manifestations de téléspectateurs	93
-	<i>Les téléclubs</i>	93
-	<i>Les associations de téléspectateurs</i>	94
-	<i>L'envoi de courriers</i>	94
2.2.2.	Place de la télévision dans la société française	95
-	<i>Société de consommation et loisirs télévisuels</i>	95
-	<i>La reprise du débat sur le rapport culture et télévision par les sociologues</i>	98
2.2.3.	La télévision et les enfants	100
-	<i>Sensibilisation de l'opinion publique</i>	100
-	<i>Les capacités de réaction des individus</i>	101
-	<i>Un triptyque violence/télévision/jeunes</i>	103
-	<i>L'étude de la réception de la télévision par des adolescents</i>	106
2.3.	Naissance d'un foyer scientifique pour les recherches sur les communications de masse	108
2.3.1.	Création du Centre d'étude des communications de masse.....	108
-	<i>Légitimation des sciences sociales</i>	109
-	<i>La genèse du Cecmas : une initiative nord-américaine</i>	109
-	<i>Un programme pour l'étude des communications de masse</i>	110
-	<i>Des ambitions allouées a posteriori</i>	111
2.3.2.	Rôle du Cecmas.....	112
-	<i>La publicisation des études sur les médias de masse</i>	112
-	<i>Le lieu d'une formation intellectuelle</i>	114
Chapitre 3. Ajournement des recherches académiques.....		117
3.1.	Les téléspectateurs, absents des recherches ?	120
3.1.1.	La représentation d'un échec du Cecmas	120
-	<i>Diffusion d'une représentation</i>	120
-	<i>Pourtant, les archives révèlent un intérêt pour les téléspectateurs</i>	121
-	<i>Des perspectives sociologiques concurrentes</i>	123

3.1.2.	Développement de l'approche sémiologique	125
-	<i>Les capacités limitées des récepteurs</i>	126
-	<i>L'étude des téléspectateurs dans les textes</i>	128
3.2.	Du paradigme dominant de la seringue hypodermique à celui du conformisme	131
3.2.1.	Comment la théorie des effets forts devient un modèle	132
-	<i>La métaphore de la seringue hypodermique s'installe</i>	132
-	<i>Interprétations négatives de l'influence des médias</i>	133
3.2.2.	Des réceptions standardisées	134
-	<i>L'affirmation canadienne des capacités de réaction de l'utilisateur</i>	134
-	<i>Domination des thèses de l'École de Francfort</i>	135
3.3.	Le déficit de légitimité de la télévision.....	137
3.3.1.	Manque d'objectivité de l'information télévisée.....	138
3.3.2.	Vers l'exclusion de la télévision des pratiques culturelles	139
3.4.	La France absente d'une étape de l'histoire internationale des recherches ...	
	141
3.4.1.	L'étude des interprétations culturelles des messages	142
3.4.2.	Un programme d'enquête sur les décodages idéologiques	143
3.4.3.	Une mise en circulation tardive en France	144
3.4.4.	Un débat sur les études de réception	146
Chapitre 4. Les interventions des praticiens dans le champ académique.....		148
4.1.	Développement de savoirs et de savoir-faire	151
4.1.1.	La professionnalisation de la mesure de l'audience	152
-	<i>Perfectionnement des outils</i>	152
-	<i>L'autonomisation des mesures d'audience</i>	153
4.1.2.	Activités menées dans le champ de la publicité	155
-	<i>Le CESP : enquêtes sur les habitudes des usagers</i>	155
-	<i>L'Irep : un forum pour les études sur les médias</i>	157
4.1.3.	Institutionnalisation professionnelle des enquêtes sur les pratiques.....	160
-	<i>Le département recherche à l'Ina</i>	160
-	<i>Le Cnet et les usagers des médias</i>	162
4.2.	Diffusion d'un savoir faire et organisation des recherches.....	163
4.2.1.	La recherche professionnelle : l'intérim du champ académique	163
-	<i>Complémentarité des interventions</i>	164
-	<i>1975-1987 : une période d'intérim</i>	165
4.2.2.	Une modélisation des interventions	169
-	<i>La production d'outils de production et de diffusion des connaissances</i>	169
-	<i>La diffusion des compétences de chercheurs professionnels</i>	172
-	<i>L'organisation d'un domaine de recherches</i>	174

4.3.	Quels effets pour ces interventions ?	176
4.3.1.	Prémises de la constitution d'un réseau d'acteurs	176
4.3.2.	Des représentants des échanges.....	177
-	<i>Les témoins des recherches professionnelles sur l'audience</i>	178
-	<i>Deux experts des publics de télévision</i>	180
Chapitre 5. Le retour des téléspectateurs sur la scène académique française		
185		
5.1.	Effet de l'évolution du paysage audiovisuel français	187
5.2.	Effervescence pluridisciplinaire	188
5.2.1.	La réhabilitation de la télévision	188
5.2.2.	Dépasser la question des effets.....	189
5.2.3.	Enquête sur la télévision et réception.....	190
5.2.4.	L'interprétation des messages et les psychosociologues	191
5.3.	Développement des recherches en communication	193
5.3.1.	Création de revues de communication	194
-	<i>Une inscription explicite dans les recherches sur la communication</i>	194
-	<i>Des revues pérennes, mais une reconnaissance contrastée</i>	195
-	<i>Premiers dossiers sur les téléspectateurs</i>	197
5.3.2.	Engouement pour les recherches sur la communication.....	201
5.3.3.	Une reconnaissance institutionnelle	204
-	<i>L'étude des « conversations télé »</i>	204
-	<i>La réception de la télévision comme une activité interprétative partagée</i>	205
5.3.4.	Le CNRS soutient un laboratoire en communication	206
5.4.	L'institutionnalisation de coopérations entre les champs académiques et professionnels	208
5.4.1.	La création d'un GDR Communication	208
5.4.2.	La naissance d'un réseau.....	210
-	<i>Genèse du réseau (1)</i>	211
-	<i>Genèse du réseau (2)</i>	212
5.4.3.	La pérennité du réseau.....	215
5.4.4.	Premières activités du réseau	217
SECTION 2. RAMIFICATIONS DE L'OBJET « TELESPECTATEURS » DANS LE		
CHAMP ACADEMIQUE FRANÇAIS..... 222		
Chapitre 6. Daniel Dayan : théoricien de la réception et production d'une		
boîte noire 223		
6.1.	Formation d'un capital scientifique	225
6.1.1.	Histoire d'une absence de reconnaissance	227

6.1.2.	Une trajectoire intellectuelle internationale.....	228
-	<i>Héritier du Cecmas ?</i>	228
-	<i>Familiarisation aux recherches anglo-saxonnes</i>	231
-	<i>Affinité coopérative avec Elihu Katz</i>	235
6.2.	Retour en France : un rôle de passeur.....	236
6.2.1.	Importation d'idées	236
6.2.2.	Importation d'un réseau de chercheurs.....	237
6.3.	Une reconnaissance académique consensuelle	241
6.3.1.	Réception des « Mystères de la réception »	241
6.3.2.	Citations en référence et constitution d'un texte de référence.....	242
6.3.3.	Production d'une boîte noire	246
6.4.	Une reconnaissance réticulaire	248
6.4.1.	Une autorité académique et francophone	250
6.4.2.	Circulation des savoirs en réseau et ramifications.....	251
-	<i>Premiers citateurs</i>	252
-	<i>Ramifications du réseau</i>	253
Chapitre 7. Développement réticulaire des recherches. L'ethnographie de la réception française.....		257
7.1.	Distribution réticulaire des savoirs	261
7.1.1.	Auteurs d'articles sur les téléspectateurs et membres d'un réseau	261
-	<i>Les articles publiés dans Réseaux (1993-99)</i>	261
-	<i>Activations du réseau</i>	267
-	<i>Production de comptes-rendus de lecture</i>	268
7.1.2.	Prescriptions de revue (1).....	270
7.2.	Discours critiques sur les recherches sur les téléspectateurs	272
7.2.1.	Déclin d'intérêt pour les mesures d'audience	272
7.2.2.	Critique polyphonique des analyses de contenu.....	274
7.2.3.	Pour un programme de recherche, mais lequel ?.....	275
7.2.4.	Éléments d'une controverse ?.....	277
7.3.	Propositions pour une approche ethnographique.....	278
7.3.1.	Critique des « artefacts de publics ».....	278
7.3.2.	Observation des réceptions <i>in situ</i>	280
7.3.3.	Redécouverte de thèses sur les pratiques d'acteurs sociaux.....	282
-	<i>Les « tactiques » des récepteurs</i>	282
-	<i>La réception comme appropriation</i>	284
-	<i>Télévision et vie quotidienne</i>	285
7.4.	Des enquêtes à domicile	287
7.4.1.	Observation de fans	287
7.4.2.	Observation de rituels.....	288

7.4.3.	Genèse des enquêtes et reconnaissance académique	290
7.5.	L'évolution du réseau. Les effets de la circulation des hommes	292
Chapitre 8.	Élargissement du réseau et des approches	295
8.1.	Développement de la sociologie des médias	298
8.1.1.	Limites à l'approche ethnographique	298
8.1.2.	Saisir la nature de la relation entre téléspectateurs et télévision.....	300
8.1.3.	Vers une sociologie des publics	302
-	<i>Théorie de l'expérience téléspectatorielle</i>	303
-	<i>Diffusion du programme de recherche</i>	304
-	<i>Retour aux théorisations de l'opinion publique</i>	305
8.1.4.	De la réception aux publics. L'effet d'agenda des publications	306
8.2.	Ramification des idées, ramifications du réseau.....	309
8.2.1.	Téléspectateurs et Sic : un rendez-vous manqué ?	311
8.2.2.	L'étude de la réception comme médiation	312
8.3.	Reconnaissance académique de l'approche psychosociale	316
8.3.1.	Expérimenter la réception	316
8.3.2.	Prescriptions de revue (2).....	318
-	<i>Genèse de la fabrication d'un dossier</i>	319
-	<i>Réunion d'intérêts d'acteurs</i>	322
-	<i>Questions de positionnement</i>	325
8.4.	Cartographie des acteurs en 2004	328
Chapitre 9.	L'heure des définitions ?	331
9.1.	Un objet instable. État des lieux des modélisations.....	333
9.2.	Des réseaux de pensée	339
9.2.1.	La sociologie de la réception et des publics	340
9.2.2.	Des sémiologues de la réception	341
9.2.3.	Psychologie sociale et réception.....	343
9.3.	Propositions pour une définition.....	346
9.3.1.	Un objet composite	346
9.3.2.	Des caractérisations structurantes	349
-	<i>Des consommateurs</i>	349
-	<i>Des comportements</i>	351
-	<i>Des attributions de sens</i>	351
-	<i>Des postures et des rituels</i>	352
9.3.3.	Recherches sur les téléspectateurs et recherches sur des « audio-visionneurs »	353
CONCLUSION	357	
Un domaine instable	358	

Élaboration d'un modèle.....	360
Des observations filtrées.....	365
REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES.....	369
TABLE DES FIGURES.....	393
TABLE DES TABLEAUX.....	396
INDEX DES AUTEURS CITES.....	397
TABLE DES MATIERES.....	401