



## 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](mailto: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.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 2 : Annexes*

**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**



## TABLE DES ANNEXES

ANNEXE 1. COMPOSITION DU CORPUS DE PUBLICATIONS SUR LES TELESPECTATEURS (1964-2004) .....	4
Annexe 1a. Liste bibliographique des éléments du corpus.....	4
Annexe 1b. Distribution quantitative des éléments du corpus, par genre et par période (tableau) .....	16
Annexe 1c. Publications sur les téléspectateurs par genre et par année (1964-2004) (tableau, 359 éléments) .....	17
Annexe 1d. Articles (tableau, 224 éléments).....	35
Annexe 1e. Contributions à des ouvrages collectifs (tableau, 84 éléments).....	44
Annexe 1f. Dossiers de revue (tableau, 12 éléments).....	48
Annexe 1g. Ouvrages (tableau, 27 éléments) .....	49
Annexe 1h. Ouvrages collectifs (tableau, 12 éléments).....	51
Annexe 1i. Publications d'auteurs étrangers traduites en français (tableau, 28 éléments).....	52
Annexe 1j. Publications originales d'auteurs étrangers diffusées dans le champ académique français (tableau, 3 éléments) .....	54
ANNEXE 2. PUBLICATIONS DES PRATICIENS SUR LES TELESPECTATEURS DANS LE CHAMP ACADEMIQUE (1969-2003) (TABLEAU, 112 ELEMENTS) .....	55
ANNEXE 3. SOMMAIRES DE DOSSIERS DE REVUE SUR LA RECEPTION DES MEDIAS (TABLEAU, 18 ELEMENTS) .....	62
ANNEXE 4. RECENSEMENT DE THESES SUR LES TELESPECTATEURS SOUTENUES EN FRANCE (1984-) (TABLEAU, 16 ELEMENTS) .....	67
ANNEXE 5. DESCRIPTIF DES ENQUETES SUR LES TELESPECTATEURS (1969-2004) (TABLEAU, 23 ELEMENTS) .....	68
ANNEXE 6. INTERVENTIONS SUR LES TELESPECTATEURS DANS LES CONGRES SFSIC (1992-2006) (TABLEAU, 8 ELEMENTS).....	71
ANNEXE 7. AUTEURS DES PUBLICATIONS SUR LES TELESPECTATEURS .....	72
Annexe 7a. Auteurs et nombre d'interventions (tableau).....	72
Annexe 7b. Présentation des auteurs .....	73
ANNEXE 8. ENTRETIENS MENES AVEC LES ACTEURS DES RECHERCHES SUR LES TELESPECTATEURS (PAR ORDRE CHRONOLOGIQUE).....	81
Annexe 8a. Entretien avec Daniel Dayan, Paris, 20 octobre 2003. ....	81
Annexe 8b. Entretien avec Sabine Chalvon-Demersay, Paris, 19 mars 2004 .....	90
Annexe 8c. Entretien avec Dominique Pasquier, Paris, 19 mars 2004.....	95
Annexe 8d. Entretien avec Béatrice Fleury et Jacques Walter, Metz, 19 juillet 2004 .....	100
Annexe 8e. Entretien avec Serge Proulx, Lyon, 19 novembre 2004 .....	111
Annexe 8f. Entretien avec Jacques Durand, Paris, 2 février 2005.....	113
Annexe 8g. Entretien avec Michel Souchon, Paris, 2 février 2005 .....	120
Annexe 8h. Entretien téléphonique avec Dominique Boullier, 3 mars 2005 .....	128
Annexe 8i. Entretien téléphonique avec Brigitte Le Grignou, 12 septembre 2006..	134

Annexe 8j. Entretien téléphonique avec Patrice Flichy, 20 septembre 2006 .....	138
ANNEXE 9. CITATIONS EN REFERENCE A DANIEL DAYAN DANS LA LITTERATURE	
ACADEMIQUE .....	140
Annexe 9a. Daniel Dayan : bibliographie.....	140
Annexe 9b. Citations dans des ouvrages et manuels .....	142
Annexe 9c. Citations dans 114 textes sur les téléspectateurs (tableau) .....	144
Annexe 9d. Quantités de citations en référence par année .....	148
ANNEXE 10. PUBLICATIONS SCIENTIFIQUES DE JACQUES DURAND ET MICHEL SOUCHON	
.....	149
Annexe 10a. Jacques Durand (1978-2004) (tableau, 24 éléments) .....	149
Annexe 10b. Michel Souchon (1969-2003) (tableau, 26 éléments). .....	151
ANNEXE 11. PUBLICISATIONS D'ENQUETES DANS LE CHAMP ACADEMIQUE FRANÇAIS...	
Annexe 11a. Publicisation de l'enquête sur les « conversations télé », entre 1987 et 2004 .....	153
Annexe 11b. Publicisation de l'enquête sur les « fans d' <i>Hélène et les garçons</i> », entre 1995 et 2004.....	154
Annexe 11c. Publicisation de l'enquête sur « Réception télévisuelle et affectivité », entre 1998 et 2002.....	155
ANNEXE 12. ENQUETE SUR LA REVUE <i>RESEAUX</i> .....	
Annexe 12a. Articles sur les téléspectateurs publiés dans <i>Réseaux</i> (1985-2004) (tableau, 53 éléments) .....	156
Annexe 12b. Trajectoires de publication des auteurs de <i>Réseaux</i> .....	158
ANNEXE 13. UN RESEAU DE CHERCHEURS ENTRE LES CHAMPS PROFESSIONNEL ET ACADEMIQUE .....	
	159

## ANNEXE 1. COMPOSITION DU CORPUS DE PUBLICATIONS SUR LES TELESPECTATEURS (1964-2004)

---

### Annexe 1a. Liste bibliographique des éléments du corpus

1. Aglietta J., 2001, « L'audience, un concept de statisticien ? », *Les dossiers de l'audiovisuel*, 100.
2. 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.
3. Allard Cl., 2003, « L'enfant et sa famille face à l'univers médiatique », *Les dossiers de l'audiovisuel*, 108.
4. Allard L., 1994, « Dire la réception : culture de masse, expérience esthétique et communication », *Réseaux*, 68.
5. Allard L., 1996, « Y a-t-il encore un spectateur dans le salon ? », *Quaderni*, 31.
6. Amiel V., 1997, « La télévision nous regarde-t-elle ? », *Esprit*, 3-4.
7. Amiel V., 1998, « Y a-t-il un téléspectateur devant l'écran ? », *Champs Visuels*, 8, pp. 84-89.
8. Amigo Latorre B., 2004, « Le genre comme outil d'interprétation en réception : le cas des téléseries chiliennes », *Belphégor*, 3-1.
9. 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, *Hermès*, 11-12, pp. 73-95.
10. Appé O., Mauduit J., 2003, « Câble et satellite : il était une fois MédiaCabSat », *Hermès*, 37, pp. 95-103.
11. Arnal N., Busson A., 1993, « Les possesseurs de magnéscope : vers de nouvelles pratiques audiovisuelles », *Réseaux*, 60.
12. Arnal N., Busson A., 1993, « Les possesseurs de magnéscope : vers de nouvelles pratiques audiovisuelles », *Réseaux*, Hors-série « Sociologie de la télévision ».
13. Arnal N., Busson A., 1997, « Les possesseurs de magnéscope : vers de nouvelles pratiques audiovisuelles », pp. 949-958, in : Beaud P., Flichy P., Pasquier D., Quéré L., dirs, *Sociologie de la communication*, Paris, Cnet.
14. Bahu-Leyser D., Chavenon H., Durand J., 1990, *Audience des médias. Guide France-Europe*, Paris, Éd. Eyrolles.
15. Baillargeon J.-P., 1998, « Statistiques culturelles : méthodes, usages, critiques », pp.67-77, in : Proulx S., dir., *Accusé de réception*, Paris, Éd. L'Harmattan.
16. Baton-Hervé É., 1999, « Les enfants téléspectateurs. Prégnance des représentations médiatiques et amnésie de la recherche », *Réseaux*, 92-93, pp. 203-217.
17. Baton-Hervé É., 2000, *Les enfants téléspectateurs. Programmes, discours, représentations*, Paris, Éd. L'Harmattan.
18. Beaud P., Flichy P., dirs, 1990, « La réception des médias. L'invention du spectateur », *Réseaux*, 39.
19. Beaud P., Quéré L., 1994, « Les théories de la réception », *Réseaux*, 68.
20. Beaupuy C., 1990, « Le zapping physique a-t-il la forme ? », *Le Journal des médias*, 26, p.4.
21. Belanger P., Proulx S., Voisin J., 1995, « Les usages de la télévision conjugués au féminin et au masculin », *Quaderni*, 26, pp. 11-31.
22. Belisle C., Bianchi J., Jourdan R., Kouloumdjian M.-F., 1992, « Médias. La réception revisitée », *Mediaspouvoirs*, 25, pp. 58-67.
23. Benoit S., 2003, « Une direction des études dans une chaîne de télévision publique », *Hermès*, 37, pp. 167-174.
24. 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.
25. Berti R. de, Negri A., Signorelli P., 1990, « Scènes de la vie quotidienne », *Réseaux*, 44-45.
26. Bertrand C.-J., 1991, « Quinze moyens d'améliorer les médias », *Mediaspouvoirs*, 21, pp. 115-122.
27. Bertrand G., dir., 1993, « Les approches du téléspectateur », *Les dossiers de l'audiovisuel*, 51.
28. Bertrand G., 1993, « Théories de la réception », *Les dossiers de l'audiovisuel*, 51, pp. 10-15.

29. Bertrand G., 1999, « Pratiques télévisuelles dans la famille et processus de décision », *Réseaux*, 92-93, pp. 315-342.
30. Bertrand G., Mercier P.-A., 1993, « Le zapping, une histoire ancienne ? », *Les dossiers de l'audiovisuel*, 51, pp. 52-54.
31. Bertrand G., De Gournay C., Mercier P.-A., 1988, *Fragment d'un récit cathodique*, Paris, Cnet/Réseaux.
32. Bertrand G., De Gournay C., Mercier P.-A., 1988, « Le programme global », *Réseaux*, 32.
33. Bertrand G., De Gournay C., Mercier P.-A., 1990, *De l'audience à la réception*, Paris, Cnet/INA/Cnrs.
34. Bertrand G., De Gournay C., Mercier P.-A., 1993, « Le programme global », *Réseaux*, Hors série.
35. 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.
36. Bertrand G., Derèze G., Mercier P.-A., 1995, « De quelques temporalités de la réception télévisuelle », *Recherches en communication*, 3, pp. 137-171.
37. 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.
38. Bianchi J., 1989, « Le téléspectateur et le feuilleton : de la réception comme rituel », *Quaderni*, 9.
39. Bianchi J., 1990, « La promesse du feuilleton », *Réseaux*, 39, pp. 7-18.
40. Bianchi J., Bourgeois J., 1992, *Les médias côté public. Le jeu de la réception*, Paris, Centurion.
41. Bille J., Fabre C., Portes M., Grangé-Cabane A., Aglietta J., 1988, « Les protagonistes », *Les dossiers de l'audiovisuel*, 22, pp. 21-29.
42. Bommert H., 2003, « La recherche selon la personnalité des téléspectateurs », trad. de l'allemand par Ph. Viallon et S. Glaubitz, pp. 213-230, 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.
43. Bouillin-Dartevelle R., 1993, « Modes de perception et stratégie d'appropriation des messages sportifs », *Réseaux*, 57.
44. Boullier D., 1987, *La conversation télé*, Rennes, LARES.
45. Boullier D., 1988, « Espace hertzien et espace public », *Espaces et sociétés*.
46. Boullier D., 1988, « Les styles de relation à la télévision », *Réseaux*, 32, pp. 7-44.
47. Boullier D., 1991, « Savez-vous parler télé ? », *Médiaspouvoirs*, 21, pp. 173-186.
48. Boullier D., 1993, « Quand le téléspectateur cause », in : Belisle Cl., dir., *Communication et nouvelles technologies*, Lyon, PPSH.
49. Boullier D., 1993, « Savez-vous parler télé ? », *Les dossiers de l'audiovisuel*, 51, pp. 51-52.
50. Boullier D., 1993, « Les styles de relation à la télévision », *Les dossiers de l'audiovisuel*, 51, pp. 48-51.
51. Boullier D., 1993, « Les styles de relation à la télévision », *Réseaux*, Hors-série.
52. Boullier D., 1994, « Construire le téléspectateur : récepteur, consommateur ou citoyen ? », pp. 63-74, in : Vitalis A., dir., *Médias et nouvelles technologies. Pour une socio-politique des usages*, Rennes, Éd. Apogée.
53. Boullier D., 2001, « Un public présumé paresseux ? », *Les Dossiers de l'audiovisuel*, 100.
54. Boullier D., 2002, « La télé est en vous ! », pp. 165-176, in : Delarge A., Spire J., *La télé au logis. Usages de la télévision*, Paris, Éd. Creaphis.
55. Boullier D., 2003, *La télévision telle qu'on la parle*, Paris, Éd. L'Harmattan.
56. Boullier D., 2003, « Du téléspectateur consommateur au téléspectateur citoyen », *Hermès*, 37, pp. 175-184.
57. Boullier D., 2004, « La fabrique de l'opinion publique dans les conversations télé », *Réseaux*, 126, pp. 57-87.
58. Boullier D., Legrand M., Gouriou F., 1990, *Je regarde, j'aime, c'est bien. Les téléspectateurs jugent la télévision*, Euristic Media.
59. Bourdon J., 1991, « À la recherche du public ou vers l'indice exterminateur. Une histoire de la mesure d'audience à la télévision française », *Culture technique*.
60. Bourdon J., 1993, « Télévision et symbolisme politique », *Hermès*, 11-12, pp. 191-212.
61. Bourdon J., 1998, « À la recherche du public ou vers l'indice exterminateur ? Une histoire de la mesure d'audience à la télévision française », *Quaderni*, 35, pp. 107-128.
62. Bourdon J., 2004, « La triple invention : comment faire l'histoire du public ? », *Le temps des médias*, 3.
63. Bourgeois I., 2003, « Entre le foot et la dictée. Une réflexion interculturelle sur les goûts des publics français et allemands », pp. 325-337, 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.

64. 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.
65. Calbo S., 1998, « Les manifestations de l'affectivité en situation de réception télévisuelle », *Réseaux*, 90, pp. 119-136.
66. Calbo S., 1998, *Réception télévisuelle et affectivité : une approche ethnographique sur la réception des programmes sériels*, Paris, Éd. L'Harmattan.
67. Calbo S., 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.
68. Calbo S., 2000, « Football et télévision : le rôle de l'affectivité dans la production de la collectivité », *Les Cahiers du CIRCAV*, 12, pp. 195-215.
69. Calbo S., 2000, « Activité de réception et production du sentiment d'appartenance », in : Gabaston P., Leconte B., dirs, *Sports et télévision*, Paris, Éd. L'Harmattan.
70. Calbo S., 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.
71. 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.
72. Carmagnat F., 1990, « Lu dans la presse : un système passif de mesure d'audience », *Réseaux*, 39, pp. 109-115.
73. Cazeneuve J., 1974, *L'homme téléspectateur*, Paris, Éd. Denoël Gonthier.
74. Cefaï D., Pasquier D., 2003, « Introduction », pp. 13- 59, in : Cefaï D., Pasquier D., dirs, *Les sens du public. Publics politiques, publics médiatiques*, Paris, Presses universitaires de France.
75. Cefaï D., Pasquier D., dirs, 2003, *Les sens du public. Publics politiques, publics médiatiques*, Paris, Presses universitaires de France.
76. Chabrol Cl., 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.
77. Chabrol Cl., Courbet D., Courbet-Fourquet M.-P., 2004, « Psychologie sociale, traitements et effets des médias », *Questions de communication*, 5, pp.5-18.
78. Chabrol Cl., Courbet D., Courbet-Fourquet M.-P., dirs, 2004, « Psychologie sociale, traitements et effets des médias », *Questions de communication*, 5, pp.5-148.
79. Chabrol J.-L., Perin P., 1991, *Le zapping*, Paris, Cnet/Réseaux.
80. Chalvon-Demersay S., 1998, « Avant propos : la mesure du public », *Quaderni*, 35, pp. 45-52.
81. Chalvon-Demersay S., dir., 1998, « Les publics, généalogie de l'audience télévisuelle », *Quaderni*, 35, pp. 45-158.
82. Chalvon-Demersay S., 1999, « La confusion des conditions. Une enquête sur la série télévisée *Urgences* », *Réseaux*, 95, pp. 235-283.
83. Chalvon-Demersay S., 2002, « Des métiers comme on aimerait », pp. 107-114, in : Delarge A., Spire J., dirs, *La télé au logis. Usages de la télévision*, Paris, Éd. Creaphis.
84. Chalvon-Demersay S., 2002, « Fiction policière et identité sociale virtuelle », in : Beylot P., Sellier G., dirs, *Les séries policières*,
85. Chalvon-Demersay S., 2003, « Enquête sur des publics particulièrement concernés », pp. 503-519, in : Cefaï D., Pasquier D., dirs, *Les sens du public*, Paris, Presses universitaires de France.
86. 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.
87. Chalvon-Demersay S., Rosental P.-A., 2003, « Vers une démographie de l'audience ? », pp. 231-254, 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.
88. Chambat P., 1993, « La télévision : spectacle, politique, lien social », *Les dossiers de l'audiovisuel*, 51, pp. 20-24.
89. Chambat P., Ehrenberg A., 1988, « De la télévision à la culture de l'écran. Sur quelques transformations de la consommation », *Le Débat*, 52.
90. Chambat P., Ehrenberg A., 1993, « Télévision, terminal moral », *Réseaux*, Hors-série.
91. Champagne P., 1971, « La télévision et son langage : l'influence des conditions sociales de réception sur le message », *Revue française de sociologie*, XII.
92. Champagne P., 1994, « La loi des grands nombres. Mesure de l'audience et représentation politique du public », *Actes de la recherche en sciences sociales*, 101-102.

93. Champagne P., 2003, « L'audimétrie : une censure politique cachée », *Hermès*, 37, pp. 137-142.
94. Chaniac R., dir., 1988, « Télévision. La mesure de l'audience », *Les dossiers de l'audiovisuel*, 22.
95. Chaniac R., 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.
96. Chaniac R., 2003, « Le public de la fiction télévisée. Quelques remarques à partir d'"Eurofiction" », pp. 349-361, 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.
97. Chaniac R., 2003, « Introduction. L'audience, un puissant artefact », *Hermès*, 37, pp. 35-48.
98. Chaniac R., 2003, « Télévision : l'adoption laborieuse d'une référence unique », *Hermès*, 37, pp. 81-94.
99. Chaniac R., dir., 2003, « L'audience. Presse, radio, télévision, internet », *Hermès*, 37.
100. Chapelain B. 1989, *Télévision, jeunes et histoire*, Paris, Éd. de l'INRP.
101. Charon J.-M., dir., 1991, « Les médias et leur public », *Médiaspouvoirs*, 21, pp. 92-191.
102. Charonnat E. (entretien), 2001, « Fragmentation et volatilité des publics », *Les dossiers de l'audiovisuel*, 99.
103. Château D., 1990, « L'effet zapping », *Communications*, 51, pp.45-54.
104. Château D., 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.
105. Cheveigné S. de, 1997, « La science médiatisée : le discours des publics », *Hermès*, 21.
106. Combessie Ph., 2002, « Grilles et chaînes : liberté ou asservissement », pp. 75-82, in : Delarge A., Spire J., dirs, *La télé au logis. Usages de la télévision*, Paris, Éd. Creaphis.
107. Corner J., 1993, « Genres télévisuels et réception », trad. de l'anglais par J. Cheng et D. Dayan, *Hermès*, 11-12, pp. 117-124.
108. Corner J., 1996, « Sens, genre et contexte : la problématique du "savoir public" dans les nouvelles études de la réception », *Réseaux*, 79.
109. Corner J., Gavin N., Goddard P., Richerdson K. (Groupe de recherches en communication de l'université de Liverpool), 1997, « Les actualités télévisées et les connaissances du public. Comprendre l'économie », *Hermès*, 21.
110. Coste N., 1988, « L'audience européenne », *Les dossiers de l'audiovisuel*, 21, pp. 48-50.
111. 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.
112. 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.
113. Courbet D., Fourquet M.-P., 2003, « Réception d'une catastrophe en direct à la télévision: étude qualitative des réactions provoquées par les attentats du 11 septembre 2001 aux États-Unis au travers du rappel de téléspectateurs français », *Revue européenne de psychologie appliquée*, 53-1, pp.21-41
114. Courbet D., Fourquet-Courbet M.-P., dirs, 2003, *La Télévision et ses Influences*, Bruxelles, De Boeck Université/Ina.
115. Coutas É, 2002, « Tout et rien c'est ce qu'on fait de la télé », pp. 187-201, in : Delarge A., Spire J., *La télé au logis. Usages de la télévision*, Paris, Éd. CREAPHIS.
116. 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.
117. Dahlgren P., 1990, « Les actualités télévisées. À chacun son interprétation », *Réseaux*, 44-45.
118. Dahlgren P., 1993, « *Television journalism as catalyst* », *Hermès*, 11-12, pp. 177-190.
119. Daney S., 1989, « Entretien. La parole au zappeur », *Quaderni*, 8.
120. Daney S., 1993, « Marché de l'individu et disparition de l'expérience », *Les dossiers de l'audiovisuel*, 51, pp. 29-30.
121. Darkow M., 2003, « Pléthore de l'offre de programmes versus usage différencié : le comportement des téléspectateurs en Allemagne », trad. de l'allemand par Ph. Viallon et S. Glaubitz, pp. 255-270, 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.
122. Dayan D., 1984, « Le spectateur performé », *Hors Cadre*, 2.
123. Dayan D., 1989, « Télévision interruptive, entre spectacle et communication », *Hermès*, 4.
124. Dayan D., 1989, « À propos de la théorie des effets limités », *Hermès*, 4, pp. 93-95.
125. Dayan D., 1992, « Les mystères de la réception », *Le Débat*, 71, pp. 146-162.
126. Dayan D., dir., 1993, « À la recherche du public », *Hermès*, 11-12, pp. 11-326.

127. Dayan D., 1993, « Avant-propos : raconter le public », *Hermès*, 11-12, pp. 15-21.
128. Dayan D., 1998, « Le double corps du spectateur », pp. 234-246, in : Bourdon J., Jost F., dirs, *Penser la télévision*, Cerisy, Nathan/INA.
129. Dayan D., 1998, « Le double corps du spectateur », pp. 175-189, in : Proulx S., dir., *Accusé de réception*, Paris, Éd. L'Harmattan.
130. Dayan D., 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.
131. Dayan D., 2000, « Télévision : le presque-public », *Réseaux*, 100, pp. 427-456.
132. Dayan D., 2000, « Télévision. Le silence des publics », pp. 38-58, in : Huchet B., Payen E., eds, *Figures de l'événement. Médias et représentations du monde*, Paris, Centre Georges Pompidou.
133. Dayan D., 2002, « 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.
134. Dayan D., 2002, « Les médias visuels et leurs publics », *Les cahiers du Collège iconique*, XIV, INA.
135. Dayan D., 2003, « 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.
136. Dayan D., 2003, « 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.
137. Dayan D., Katz E., 1995, « Télévision d'intervention et spectacle politique : agir par le rituel », *Hermès*, 17-18.
138. Dayan D., Katz E., 1996, *La télévision cérémonielle*, Paris, Presses universitaires de France.
139. Dayan D., Katz E., 2003, « Le général, son défilé, la foule et la télévision. Événements, spectateurs, audiences et publics chez Kurt et Gladys Lang », pp. 79-99, in : Cefai D., Pasquier D., dirs, *Les sens du public. Publics politiques, publics médiatiques*, Paris, Presses Universitaires de France.
140. Delarge A., Spire J., dirs, 2002, *La télé au logis. Usages de la télévision*, Paris, Éd. Creaphis.
141. Demaison M., 1988, « L'audimétrie en France », *Les dossiers de l'audiovisuel*, 22, pp. 14-17.
142. Derèze G., 2002, « La télévision volontaire. Un objet captivant à maîtriser, pour le plaisir de tous », pp. 83-90, in : Delarge A., Spire J., dirs, *La télé au logis. Usages de la télévision*, Paris, Éd. Creaphis.
143. Derèze G., 2002, « Le sport, la mise en spectacle et l'argent », pp. 91-98, in : Delarge A., Spire J., dirs, *La télé au logis. Usages de la télévision*, Paris, Éd. Creaphis.
144. Derville G., 1995, « Les différents rôles du Bébête show auprès de ses téléspectateurs », *Réseaux*, 74.
145. Donnat O., 1991, « L'usage des médias dans les enquêtes "pratiques culturelles des français" », *Mediaspouvoirs*, 21, pp. 123-131.
146. Durand J., 1978, « L'étude par panel du public de la radio-télévision française », *Revue française du marketing*, 74, pp. 67-77.
147. Durand J., 1980, « La consommation audiovisuelle en Europe », *Com'7*, 2, pp. 41 et 51.
148. Durand J., 1980, « L'évolution de l'audience à la télévision », *Revue française de communication*, 4, pp. 107-111.
149. Durand J., 1981, « La consommation audiovisuelle en Europe », *Sonovision*, pp. 38-39.
150. Durand J., 1981, « La mesure automatique de l'audience de la télévision : le système AUDIMAT », *Revue française du marketing*, 87, pp. 41-49.
151. Durand J., 1983, « La consommation des médias : recherche d'un modèle », *Cahiers de la communication*, vol.3, 5, pp. 403-426.
152. Durand J., 1984, « Communication et effets », *Les cahiers de l'INSIC (Institut des sciences de l'information et de la communication, Alger)*, 1, pp. 57-68.
153. Durand J., 1986, « Le rôle des sondages dans le domaine de l'audiovisuel », *Communication et langages*, 67, pp. 105-108.
154. Durand J., 1987, « Vers une mesure internationale de l'audience de la télévision », *Mediaspouvoirs*, 8, pp. 35-46.
155. Durand J., 1988, « Vers une mesure de l'audience au niveau européen », *Les dossiers de l'audiovisuel*, 22, pp. 38-43.
156. Durand J., 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.

157. Durand J., 1989, « Historique des informations à la radio et à la télévision : l'évolution des audiences », pp. 11-36 et 347-359, in : Comités d'histoire de la Radiodiffusion et de la Télévision, *Histoire des informations à la radio et à la télévision (Journée d'études du 29 février 1988)*.
158. Durand J., 1989, « Les audimètres à boutons-poussoirs en Europe », *Revue française du marketing*, 122, pp. 124-126.
159. Durand J., 1990, « Le concept d'audience en question », in : Institut de recherches et d'études publicitaires, *Les médias, la publicité, la recherche (Séminaire de décembre 1989)*, pp. 381-392.
160. Durand J., 1991, « L'évolution des audiences de la radio et de la télévision au cours des quarante dernières années », *Mediaspouvoirs*, 21, pp. 132-143.
161. Durand J., 1992, « Segmentation des audiences », *Communication et langages*, 94, pp. 73-80.
162. Durand J., 1992, « La qualité des programmes de télévision. Concepts et mesures », *Les dossiers de l'audiovisuel*, 43, Ina/La Documentation française.
163. Durand J., 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.
164. Durand J., 1993, « Mesurer l'audience : le cas de la télévision », *Hermès*, 11-12, p.22-23.
165. Durand J., 1993, « Les jugements des téléspectateurs. L'évaluation des programmes de télévision », *Hermès*, 11-12, pp. 311-318.
166. Durand J., 1993, « Mesurer l'audience : le cas de la télévision », *Les dossiers de l'audiovisuel*, 51, pp. 40-42.
167. Durand J., 1998, « Les études sur l'audience de la radio-télévision en France », *Quaderni*, 35, pp. 79-92.
  
168. Esquenazi J.-P., dir., 1995, *La télévision et ses téléspectateurs*, Paris, Éd. L'Harmattan.
169. Esquenazi J.-P., 2001, « Foules, masses, anonymes », in : Lambert F., dir., *Figures de l'anonymat, médias et société*, Paris, Éd. L'Harmattan.
170. Esquenazi J.-P., 2002, « Les non-publics de la télévision », *Réseaux*, 112-113, pp. 315-344.
171. Esquenazi J.-P., 2002, « Friends, une communauté télévisuelle », pp. 233-262, in : Le Guern P., dir., *Les cultes médiatiques. Culture fan et œuvres cultes*, Rennes, Presses universitaires de Rennes.
172. Esquenazi J.-P., 2003, *Sociologie des publics*, Paris, Éd. La Découverte.
  
173. Fouquier É., 2001, « Quatre schémas de réception des spots télévisuels », *Les dossiers de l'audiovisuel*, 99.
174. Fraisse É., dir., 2002, *Mesurer l'audience des médias : du recueil des données au mediaplanning*, Paris, Dunod.
175. Fraisse É., 2003, « Que mesure-t-on quand on mesure l'audience ? », *Hermès*, 37, pp. 51-62.
176. François L., 1992, *Les médias et leur audience*, Paris, Les éditions d'organisation.
177. Frau-Meigs D., Jehel S., 2003, « L'acculturation par les séries », *Les dossiers de l'audiovisuel*, 108.
178. Friedmann G., 1964, « La télévision vécue », *Communications*, 3, pp. 48-62.
179. Friedmann G., 1964, « La télévision vécue », in : Friedmann G., *Ces merveilleux instruments*, Paris, Éd. Denoël/Gonthier.
180. Friedmann G., 1967, « Télévision et démocratie culturelle », *Communications*, 10, pp. 122-134.
  
181. Gandonnière P., 2003, « Le vertige du miroir : comment la télévision piège le téléspectateur », *Composite*, 1, disponible en ligne : <http://composite.org/2003.1/articles/gandon.html>.
182. Gauthier G., Pilard Ph., dirs, 1972, *Télévision passive, télévision active*, Paris, Téma éditions.
183. 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.
184. Georget P., 2004, « Effets des stratégies publicitaires. Personnalité, contexte et attentes contractuelles », *Questions de communication*, 5, pp. 69-82.
185. Gheude M., 1994, « La réunion invisible », *Hermès*, 13-14.
186. 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.
187. Ghiglione R., 1993, « La réception des messages. Approches psychosociologiques », *Hermès*, 11-12, pp. 247-264.
188. Ghiglione R., Kekenbosch C., 1993, « La restitution des messages : le message, le récepteur et le média », *Psychologie française*, 38 (2).

189. Girandola F., 2004, « Violence dans les médias : quels effets sur les comportements ? », *Questions de communication*, 5, pp. 55-68.
190. Gitlin T., 1990, « Prévoir l'imprévisible », *Réseaux*, 39, pp. 19-36
191. Givadinovitch B., François J., 1988, « Le marché de l'espace », *Les dossiers de l'audiovisuel*, 22, pp. 43-49.
192. Glevarec H., 2003, « Les médias dans les pratiques culturelles », pp. 43-49, in : Maigret É., dir., *Communication et médias*, Paris, La Documentation française.
193. Glucksmann A., 1966, « Les effets des scènes de violence au cinéma et à la télévision », *Communications*, 7, pp. 74-119.
194. Gourdon A.-M., 2000, *Des arts et des spectacles à la télévision. Le regard du téléspectateur*, Paris, Éd. du CNRS.
195. Gournay C. de, 1993, « L'audience sans qualité, un public opaque », *Les dossiers de l'audiovisuel*, 51, pp. 45-47.
196. 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.
197. Grandcoing C., Souchon M., Delecour B., Chaniac R., 1988, « Sondages et programmes », *Les dossiers de l'audiovisuel*, 22, pp. 49-53.
198. Grisprud J., 2002, « Fan, viewers and television theory », in : Le Guern Ph., dir., *Les cultes médiatiques. Culture fan et œuvres cultes*, Rennes, Presses universitaires de Rennes.
199. Groupe de recherche sur les comportements humains spectaculaires organisés, 1989, *Les téléspectateurs face à la publicité*, Paris, Nathan.
200. 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.
201. Gurevitch M., 1969, « L'attente du public : l'exemple de la télévision israélienne », *Communications*, 14, pp. 172-176.
  
202. D'Haenens L., 1996, « Réalisation, réception et recherche », *Réseaux*, 77.
203. Hall S., 1994, « Codage/Décodage », trad. de l'anglais par M. Albaret et M.-C. Gamberini, *Réseaux*, 68.
204. Hall S., 1997, « Codage/Décodage », trad. de l'anglais par M. Albaret et M.-C. Gamberini, pp. 59-71, in : Beaud P., Flichy P., Pasquier D., Quéré L., dirs, *Sociologie de la communication*, Paris, Cnet.
205. Hasebrink U., 2003, « Existe-t-il un public européen des médias et donc un marché européen des médias ? », pp. 305-324, 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.
206. Hurard F., 2003, « Mesure et connaissance du public des médias audiovisuels en France : éléments de problématique », pp. 193-212, 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.
  
207. Institut de recherche et d'études publicitaires (IREP), 1989, *L'audience et les médias*, Paris, Éd. d'Organisation.
  
208. Jeanneret Y., Patrin-Leclère V., 2003, « Loft Story 1 ou la critique prise au piège de l'audience », *Hermès*, 37, pp. 143-154.
209. Jensen K. B., Rosengren K. E., 1993, « Cinq traditions à la recherche du public », trad. de l'anglais par É. Macé et D. Dayan, *Hermès*, 11-12, pp. 281-310.
210. Jouët J., Pasquier D., dirs, 1999, « Les jeunes et l'écran », *Réseaux*, 92-93.
  
211. Katz E., 1990, « À propos des médias et de leurs effets », in : Sfez L., Coullée G., *technologies et symboliques de la communication*.
212. Katz E., 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. 265-274.
213. Krotz F., 2003, « Les médias dans la vie quotidienne des enfants et des adolescents en Allemagne et en France », pp. 381-391, 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.
  
214. 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.
215. Leconte B., 1993, « Entre les lignes. Écrits sur la télévision : usages et usagers », *Les cahiers du Circav*, numéro spécial.

216. Leconte B., 1998, « Telle est la télé (2) ou la télévision des étudiants », *Les cahiers du Circav*, 10, pp. 339-357.
217. Le Diberder A., 1993, « Une nouvelle relation à l'outil », *Les dossiers de l'audiovisuel*, 51, pp. 33-38.
218. Le Diberder A., 2003, « La mesure d'audience des nouveaux médias : une bonne réponse mais quelle est la question ? », *Hermès*, 37
219. Le Goaziou V., 1999, « Le corps des téléspectateurs », *Réseaux*, 92-93, pp. 293-314.
220. Le Grignou B., 1995, « L'ubac des études de réception de la télévision », *Recherches en communication*, 3, pp. 173-187.
221. Le Grignou B., 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.
222. Le Grignou B., 2003, *Du côté du public. Usages et réceptions de la télévision*, Paris, Éd. Economica.
223. Le Grignou B., Neveu É., 1988, « Émettre la réception : préméditations et réceptions de la politique télévisée », *Réseaux*, 32.
224. Le Grignou B., Neveu É., 1993, « Émettre la réception : préméditations et réceptions de la politique télévisée », *Réseaux*, Hors-série.
225. Le Grignou B., Neveu É., 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.
226. Legros M., 1988, « Deux systèmes, deux mesures », *Les dossiers de l'audiovisuel*, 22, pp. 35-38.
227. Le Guern Ph., 2002, « En être ou pas : le fan club de la série *Le Prisonnier* », in : Le Guern Ph., dir., *Les cultes médiatiques. Culture fan et œuvres cultes*, Rennes, Presses universitaires de Rennes.
228. Leroux P., 1997, « Les deux publics des 7 d'or », *Politix*, 37.
229. Leroy P., 1995, « La réception des télévisions étrangères. Le cas de la Belgique francophone », *Réseaux*, 69.
230. Liebes T., 1994, « À propos de la participation des téléspectateurs », trad. de l'anglais par É. Zeitlin et D. Pasquier, *Réseaux*, 64.
231. 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, *Sociologie de la communication*, Paris, Cnet.
232. Liebes T., Katz E., 1993, « Six interprétations de la série "Dallas" », trad. de l'anglais par É. Maigret et D. Dayan, *Hermès*, 11-12, pp. 125-144.
233. Livingstone S., Lunt P., 1993, « Un public actif, un téléspectateur critique », trad. de l'anglais par J. Bourdon, *Hermès*, 11-12, pp. 145-158.
234. Livingstone S., Lunt P., 1994, « Se faire entendre dans l'espace public. Les femmes, la télévision et le citoyen-téléspectateur », trad. de l'anglais par É. Maigret, *Réseaux*, 63.
235. Livingstone S., 2004, « Du rapport entre audiences et publics », *Réseaux*, 126.
236. Lochard G., Soulages J.-C., 2004, « Une interdisciplinarité autonome est-elle possible ? Interrogations sur la réception des discours médiatiques », *Questions de communication*, 5, pp. 19-30.
237. Lundby K., Dayan D., 2004, « Télévision, réception et identité dans une ville africaine », *Le Temps des Médias*, 3, pp. 49-59.
238. Macé É., 1993, « Le public participant », *Les dossiers de l'audiovisuel*, 51, pp. 30-32.
239. Macé É., 1993, « La télévision du pauvre. La participation du public », *Hermès*, 11-12, pp. 159-176.
240. Macé É., 1994, « La programmation de la réception. Une sociologie critique des contenus », *Réseaux*, 63.
241. Macé É., 2000, « Qu'est ce qu'une sociologie de la télévision (1) ? Esquisse d'une théorie des rapports sociaux médiatisés », *Réseaux*, 104, pp. 247-283.
242. Macé É., 2001, « Qu'est ce qu'une sociologie de la télévision (2) ? Esquisse d'une théorie des rapports sociaux médiatisés », *Réseaux*, 105, pp. 199-242.
243. Macé É., 2003, « Le conformisme provisoire de la programmation », *Hermès*, 37, pp. 127-135.
244. Maigret É., 2002, « Du mythe au culte... ou de charybide en scylla ? Le problème de l'importation des concepts religieux dans l'étude des publics des médias », pp. 97-110, in : Le Guern Ph., dir., *Les cultes médiatiques. Culture fan et œuvres cultes*, Rennes, Presses universitaires de Rennes.

245. Maigret É., 2003, « Existe-t-il des effets des médias de masse ? », pp. 32-36, in : Maigret É., dir., *Communication et médias*, Paris, La Documentation française.
246. Maigret É., 2003, « Les publics : sociologie de la réception et *Cultural Studies* », pp. 50-54, in : Maigret É., dir., *Communication et médias*, Paris, La Documentation française.
247. Malo G., Giroux L., 1998, « La mesure industrielle des auditoires », pp. 15-46, in : Proulx S., dir., *Accusé de réception*, Paris, Éd. L'Harmattan.
248. Mariet F., 1988, « USA. La bataille pour le marché de l'audience », *Les dossiers de l'audiovisuel*, 22, pp. 17-21.
249. Mariet F., 1988, « Du carnet d'écoute au people meter », *Les dossiers de l'audiovisuel*, 22, pp. 32-35.
250. Mariet F., 1990, « Le marché télévisuel et la démocratie de l'audience », *Communications*, 51, pp.57-70.
251. Marles V., 1988, « Grande-Bretagne : le BARB », *Les dossiers de l'audiovisuel*, 22.
252. Méadel C., 1990, « De la formation des comportements et des goûts. Une histoire des sondages à la télévision dans les années 50 », *Réseaux*, 39, pp. 37-56.
253. Méadel C., 1998, « De l'émergence d'un outil de quantification », *Quaderni*, 35, pp. 63-78.
254. Méadel C., 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.
255. Méadel C., dir., 2004, « Public, cher inconnu ! », *Le Temps des Médias*, 3, pp. 6-174.
256. Méadel C., 2004, « L'audimat ou la conquête du monopole », *Le Temps des Médias*, 3, pp. 151-159.
257. Méadel C., Proulx S., 1998, « Usagers en chiffres, usagers en actes », pp. 79-94, in : Proulx S., dir., *Accusé de réception*, Paris, Éd. L'Harmattan.
258. Médiamétrie, 1991, *Télévision 1990 : Le livre de l'audience*, Paris, Éd. Economica.
259. Mehl D., 1994, « La télévision compassionnelle », *Réseaux*, 63.
260. Mehl D., 1998, « La parole profane », pp. 205-215, in : Bourdon J., Jost F., dirs., *Penser la télévision*, Cerisy, Nathan/INA.
261. Mehl D., 2002, « Télévision de l'intimité et espace public », pp. 49-64, in : Baudry P., Sorbets C., Vitalis A., dirs, *La vie privée à l'heure des médias*, Bordeaux, Presses universitaires de Bordeaux.
262. Mehl D., 2003, « Le témoin, figure emblématique de l'espace public/privé », pp. 489-502, in : Cefai D., Pasquier D., dirs, *Les sens du public. Publics politiques, publics médiatiques*, Paris, Presses universitaires de France.
263. Mehl D., 2004, « Un téléspectateur civique », *Réseaux*, 126, pp. 143-173.
264. Mehl D., Pasquier D., dirs, 2004, « Figures du public », *Réseaux*, 126.
265. Mercier P.-A., 1991, « Le zappeur, téléspectateur actif », pp. 188-189, in : Charon J.-M., Sauvageau S., dirs, *L'état des médias*, Paris, La Documentation française/Médiaspouvoirs/CFPJ.
266. 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.
267. Meslet V., 1998, « Accepter la diversité des publics », *Quaderni*, 35, pp. 149-158.
268. Missika J.-L., 1991, « Les français et leurs médias : le désenchantement », *Médiaspouvoirs*, 21, pp. 97-114.
269. Missika J.-L., 1998, « L'impact des médias : les modèles théoriques », in : Cabin Ph., dir., *La communication. État des savoirs*, Paris, Éd. Sciences humaines.
270. Missika J.-L., Wolton D., 1983, *La folle du logis. La télévision dans les sociétés démocratiques*, Paris, Gallimard.
271. Morley D., 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.
272. Mostefaoui B., 1996, « La télévision des autres. La réception de TV5 et France 2 à Casablanca et Tunis », *Réseaux*, 78.
273. Mostefaoui B., 1998, « Algérie : l'espace du débat médiatique. Conditions d'exercice du journalisme et réception des télévisions nationale et étrangères », *Réseaux*, 88-89.
274. Mougeotte É., 2003, « Entretien. La loi d'airain du Médiamat », Propos recueillis par R. Chaniac et J.-P. Jézéquel, *Hermès*, 37, pp. 107-115.
275. Mousseau J., 1998, « Le temps du public roi », in : Cabin Ph., dir., *La communication. État des savoirs*, Paris, Éd. Sciences humaines.
276. Nahon D., Tassi Ph., 2001, « Contexte d'insertion des messages et mémorisation de la publicité télévisuelle », *Les dossiers de l'audiovisuel*, 99.

277. Olivier P., Chauvat F., Mouglin B., 1988, *Le zappeur se rebiffe*, Paris, Belfond.
278. Paplorey C., 2003, « À la recherche du téléspectateur de TV5 », pp. 271-278, 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.
279. Pasquier D., 1990, « Une télévision sur mesure : les données d'audience dans le système américain », *Réseaux*, 39, pp. 77-92.
280. Pasquier D., 1995, « "Chère Hélène". Les usages sociaux des séries collège », *Réseaux*, 70.
281. Pasquier D., 1997, « 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.
282. Pasquier D., 1997, « 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.
283. Pasquier D., 1998, « Lecture des personnages de série », pp. 216-233, in : Bourdon J., Jost F., dirs., *Penser la télévision*, Cerisy, Nathan/INA.
284. Pasquier D., 1998, « Identification au héros et communautés de téléspectateurs : la réception d'"Hélène et les garçons" », *Hermès*, 22.
285. Pasquier D., 1999, *La culture des sentiments. L'expérience télévisuelle des adolescents*, Paris, Éd. de la Maison des sciences de l'homme.
286. Pasquier D., 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.
287. Pasquier D., 2002, « La télévision des adolescents : usage des séries dans la société juvénile », pp. 99-106, in : Delarge A., Spire J., *La télé au logis. Usages de la télévision*, Paris, Éd. Creaphis.
288. Pasquier D., 2003, « 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.
289. Pasquier D., 2004, « La télévision comme expérience collective : retour sur les Mondes de l'art », in : Pessin A., Blanc A., dirs, *Mélanges pour Howard Becker*, Paris, Éd. L'Harmattan.
290. Perin P., 1992, « Le zapping », *Réseaux*, 51.
291. Pierre É., Chaguiboff J., Chapelain B., 1982, *Les nouveaux téléspectateurs de 9 à 18 ans*, Paris, Ina/La Documentation française.
292. Proulx S., 1993, « Télévision, familles et vie quotidienne : éléments d'une approche ethnographique », *Les dossiers de l'audiovisuel*, 51, pp. 54-57.
293. Proulx S., 1995, « Les perspectives d'analyse des médias : des effets aux usages », *Les cahiers de la sécurité intérieure*, 20, pp. 60-69.
294. Proulx S., dir., 1998, *Accusé de réception*, Paris, Éd. L'Harmattan.
295. Proulx S., 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.
296. Proulx S., Laberge M.-F., 1995, « Vie quotidienne, culture télévisuelle et construction de l'identité familiale », *Réseaux*, 70.
297. Proulx S., Maillet D., 1998, « La construction ethnographique des publics de télévision », pp. 121-162, in : Proulx S., dir., *Accusé de réception*, Paris, Éd. L'Harmattan.
298. Proulx S., Belanger D., 2001, « La représentation des communautés immigrantes à la télévision francophone du Québec », *Réseaux*, 107, pp. 117-145.
299. Proulx S., Wolff É., 2001, « La réception sociale de la télévision », in : Watin M., dir., *Communication et espace public. Univers créoles*, Éd. Anthropos.
300. Quéré L., 1996, « Faut-il abandonner l'étude de la réception ? », *Réseaux*, 79.
301. 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*, Paris, Éd. L'Harmattan.
302. Relieu M., 1999, « La réalisation et la réception du produit télévisuel comme accomplissements », pp. 35-61, in : Desgoutte J.-P., dir., *La mise en scène du discours audiovisuel*, Paris, Éd. L'Harmattan.
303. 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.
304. Rocheron Y., 1996, « Le téléspectateur en Grande-Bretagne et en France : consommateur ou citoyen », *Réseaux*, 75.

305. Roux A., 2002, « Télévision : relations entre technique et public », pp. 15-28, in : Delarge A., Spire J., dirs, *La télé au logis. Usages de la télévision*, Paris, Éd. Creaphis.
306. 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.
307. Schenk M., 2003, « Le public oublié : le groupe des 50 ans et plus », trad. de l'allemand par Ph. Viallon et S. Glaubitz, pp. 279-301, 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.
308. Schlesinger P., 1997, « Le chaînon manquant. Le "professionalisme" et le public », trad. de l'anglais par É. Zeitlin, pp. 689-711, in : Beaud P., Flichy P., Pasquier D., Quéré L., dirs, *Sociologie de la communication*, Paris, Cnet.
309. Schorestene M., Mormesse D., 1992, « L'audience des télévisions tchécoslovaques et hongroises », *Mediaspouvoirs*, 26, pp. 163-171.
310. Schroder K. C., 1990, « Vers une convergence de traditions antagonistes ? Le cas de la recherche sur le public », trad. de l'anglais, *Réseaux*, 44-45.
311. Schroder K. C., 1993, « Qualité culturelle : la poursuite d'un fantôme ? », trad. de l'anglais par D. Dayan, *Hermès*, 11-12, pp. 95-110.
312. Schroder K. C., 1997, « Vers une convergence de traditions antagonistes ? Le cas de la recherche sur le public », trad. de l'anglais, pp. 773-796, in : Beaud P., Flichy P., Pasquier D., Quéré L., dirs, *Sociologie de la communication*, Paris, Cnet.
313. Seaman W., 1993, « La théorie du public actif : un populisme non-fondé », *Les dossiers de l'audiovisuel*, 51, pp. 16-18.
314. Souchon M., 1969, *La télévision des adolescents*, Paris, Éd. Ouvrières.
315. Souchon M., dir., 1973, *Anatomie d'un feuilleton : François Gaillard*, Paris, Téma éditions.
316. Souchon M., 1978, *La télévision et son public 1974-1977*, Paris, La Documentation française.
317. Souchon M., 1980, *Petit écran, grand public*, Paris, La Documentation française.
318. Souchon M., 1985, « Petit écran, grand public : des nouvelles récentes », *Réseaux*, 11, pp. 59-74.
319. Souchon M., 1985, « La réception des émissions culturelles », pp. 189-209, in : *L'Économie du spectacle vivant et l'audiovisuel (colloque international, Nice, 15-16 octobre 1984)*, Paris, La Documentation française.
320. Souchon M., 1990, « Un public ou des publics ? », *Communications*, 51, pp. 71-78.
321. Souchon M., 1990, « Les programmeurs et leurs représentations du public », *Réseaux*, 39, pp. 93-105.
322. Souchon M., 1991, « L'audience de la télévision », *Réseaux*, 49, pp. 129-134.
323. Souchon M., 1991, « Où va la télévision française ? », *Mediaspouvoirs*, 21, pp. 144-152.
324. Souchon M., 1991, « Audience cumulée, audience moyenne audience totale », *Mediaspouvoirs*, 21, pp. 154-158.
325. Souchon M., dir., 1991, *L'enfant devant la télévision*, Paris, Casterman.
326. Souchon M., 1992, « La télévision dans l'espace des loisirs », *Projet*, 229, pp. 34-43.
327. Souchon M., 1993, « La connaissance du public par les méthodes quantitatives », *Les dossiers de l'audiovisuel*, 51, pp. 42-44.
328. Souchon M., 1993, « "Le vieux canon de 75". L'apport des méthodes quantitatives à la connaissance du public de la télévision », *Hermès*, 11-12, pp. 233-246.
329. Souchon M., 1993, « Le vieux canon de 75. L'apport des méthodes quantitatives à la connaissance du public de la télévision », in Bougnoux
330. Souchon M., 1993, « Public/publics de la télévision », in : Sfez L., dir., *Dictionnaire critique de la communication. Tome 2*, Paris, Presses universitaires de France.
331. Souchon M., 1994, « L'audience de la télévision : plaidoyer pour la notion d'heures-spectateurs », *Mediaspouvoirs*, 36, pp. 11-20.
332. Souchon M., 1995, « Télévision et culture. Jalons et anecdotes pour servir à l'histoire d'un malentendu », *Revue de l'Institut de sociologie*, Université libre de Bruxelles, pp. 155-170.
333. Souchon M., 1995b, « Qu'est-ce qu'une audience "significative" pour une télévision de service public ? », *Les cahiers de l'audiovisuel*, 5, pp. 71-78.
334. Souchon M., 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.
335. Souchon M., 1998, « Histoire des indicateurs de l'audience », *Quaderni*, 35, pp. 93-106.
336. Souchon M., 1998, « Les recherches sur l'audience au service de la programmation », pp. 47-66, in : Proulx S., dir., *Accusé de réception*, Paris, Éd. L'Harmattan.
337. Souchon M., 2001, « Vous avez dits passifs ? », *Les dossiers de l'audiovisuel*, 100.

338. Souchon M., 2003, « Pour une utilisation complète de l'audimétrie », *Hermès*, 37, pp. 157-166.
339. Souchon M., Le Diberder A., 1989, « Des publics inséparables », *MédiaPouvoirs*, 14, pp. 62-72.
340. Soulez G., 2002, « Se dire téléspectateur », pp. 205-216, in : Delarge A, Spire J, dirs, *La télé au logis. Usages de la télévision*, Paris, Éd. Creaphis.
341. Soulez G., 2002, « Choc en retour. Les téléspectateurs et le 11 septembre 2001 », *Les dossiers de l'audiovisuel*, 104.
342. Soulez G., 2004, « "Nous sommes le public". Apports de la rhétorique à l'analyse des publics », *Réseaux*, 126.
343. Spigel L., 1996, « La télévision dans le cercle de la famille », *Actes de la recherche en sciences sociales*, 113.
344. Spire J., 2002, « Les Français devant l'écran : enquêtes nationales et sondages à Fresnes », pp. 29-44, in : Delarge A., Spire J., dirs, *La télé au logis. Usages de la télévision*, Paris, Éd. Creaphis.
345. Taranger M.-C., 2002, « Ados, séries : regards croisés », pp. 329-344, in : Beylot P., Sellier G., dirs, *Les séries policières*, Paris, Éd. L'Harmattan.
346. Tessier M., 2003, « Entretien. Le téléspectateur, au cœur de la télévision publique », Propos recueillis par R. Chaniac, *Hermès*, 37, pp. 1985-190.
347. Tisseron S., 2001, « Le spectateur en quête d'auteur : les nouvelles figures de l'anonymat », in : Lambert F., *Figures de l'anonymat*
348. Vernet M., 1990, « Incertain zapping », *Communications*, 51, pp.33-44.
349. Veron E., 1991, « Les médias en réception : les enjeux de la complexité », *Mediaspouvoirs*, 21, pp. 166-172.
350. Veron E., 1993, « Le lien contractuel entre média et récepteur », *Les dossiers de l'audiovisuel*, 51, pp. 25-28.
351. Wangermée R., 1969, « Publics et culture en télévision », *Communications*, 14, pp. 111-115.
352. Wilson B. J., 1995, « Les recherches sur médias et violence : agressivité, désensibilisation, peur », *Les cahiers de la sécurité intérieure*, 20, pp. 21-37.
353. Winterhoff-Spurk P., 1995, « Spectateur ou acteur ? Une approche psychologique », *Les cahiers de la sécurité intérieure*, 20, pp. 50-59.
354. Wolf M., 1993, « Recherche en communication et analyse textuelle », trad. de l'anglais par G. Mandelsaft et D. Dayan, *Hermès*, 11-12, pp. 213-226.
355. Wolf M., 1993, « L'analyse de la réception et la recherche sur les médias », *Hermès*, 11-12, pp. 213-226.
356. Wolton D., 1990, *Éloge du grand public*, Paris, Flammarion.
357. Wolton D., 1993, « Grand public et lien social », *Les dossiers de l'audiovisuel*, 51, pp. 18-20.
358. Wolton D., 1993, « Pour le public », *Hermès*, 11-12, pp. 11-13.
359. Wolton D., 2003, « Avant-propos. Audience et publics : économie, culture, politique », *Hermès*, 37, pp. 27-34.

**Annexe 1b. Distribution quantitative des éléments du corpus, par genre et par période (tableau)**

	<b>Articles</b>	<b>Contributions à un OC</b>	<b>Dossiers de revue</b>	<b>Ouvrages</b>	<b>Ouvrages collectifs</b>	<b>Total</b>
<b>1964-73</b>	6	1	0	1	2	<b>10 (3 %)</b>
<b>1974-87</b>	11	1	0	6	0	<b>18 (5 %)</b>
<b>1988-92</b>	52	6	3	11	3	<b>75 (21 %)</b>
<b>1993-99</b>	107	24	5	4	2	<b>142 (39 %)</b>
<b>2000-04</b>	48	53	4	5	4	<b>114 (32 %)</b>
<b>Total</b>	<b>224 (62 %)</b>	<b>85 (24 %)</b>	<b>12 (3 %)</b>	<b>27 (8 %)</b>	<b>11 (3 %)</b>	<b>359</b>

**Annexe 1c. Publications sur les téléspectateurs par genre et par année (1964-2004) (tableau, 359 éléments)**

Année	Revues (articles)	Contribution à un ouvrage collectif	Revues (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			
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>
1978	- Durand J., L'étude par panel du public de la radio-télévision française, <i>Revue française du marketing</i> , 74			- Souchon M., <i>La télévision et son public</i>
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>
1988	- Boullier D., Espace hertzien et espace public, <i>Espaces et société</i> - Chambat P., Ehrenberg A., « De la télévision à la culture de l'écran. Sur quelques transformations de la consommation » <i>Le Débat</i> , 52 - Bille J., <i>et al</i> , Les protagonistes, <i>DA</i> , 22 - Coste N., L'audience européenne, <i>DA</i> , 22 - Demaison M., L'audimétrie en France, <i>DA</i> , 22 - Durand J., Vers une mesure de l'audience au niveau européen, <i>DA</i> , 22 - Givadinovitch B., François J., Le marché de l'espace, <i>DA</i> , 22		- Chaniac R., dir., Télévision. La mesure de l'audience, <i>DA</i> , 22	- Bertrand G., De Gournay C., Mercier P.-A., <i>Fragment d'un récit cathodique</i> - Olivier P., Chauvat F., Mougin B., <i>Le zappeur se rebiffe</i>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Grandcoing C., Sondages et programmes, <i>DA</i>, 22</li> <li>- Legros M., Deux systèmes, deux mesures, <i>DA</i>, 22</li> <li>- Mariet F., USA : la bataille pour le marché de la mesure de l'audience, <i>DA</i>, 22</li> <li>- Mariet F., Du carnet d'écoute au people meter, <i>DA</i>, 22</li> <li>- Marles V., Grande-Bretagne : le BARB, <i>DA</i>, 22</li> <li>- de Gournay C., Mercier P.-A., Le coq et l'âne : du zapping comme symbole d'une nouvelle culture télévisuelle, <i>Quaderni</i>, 4</li> <li>- Boullier D., Les styles de relation à la télévision, <i>Ré</i>, 32</li> <li>- Bertrand G., de Gournay C., Mercier P.-A., Le programme global, <i>Ré</i>, 32</li> <li>- Le Grignou B., Neveu É., Émettre la réception, <i>Ré</i>, 32</li> </ul>			
1989	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dayan D., Télévision interruptive, entre spectacle et communication, <i>He</i>, 4</li> <li>- Dayan D., À propos de la théorie des effets limités, <i>He</i>, 4</li> <li>- Souchon M., Le Dieberder A., Des publics inséparables, <i>Médiaspouvoirs</i>, 14</li> <li>- Daney S., La parole au zappeur, <i>Quaderni</i>, 8</li> <li>- Bianchi J., Le téléspectateur et le feuilleton : de la réception comme rituel, <i>Quaderni</i>, 9</li> <li>- Durand J., Les audimètres à boutons-poussoirs en Europe, <i>Revue française du marketing (122)</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Durand D., Méthodologie des études d'audience – Inventaire des recherches en langue française, <i>in</i> : Irep, dir., <i>L'audience et les médias</i></li> <li>- Durand D., Historique des informations à la radio et à la télévision : l'évolution des audiences, <i>in</i> : Comité d'histoire de la Radiodiffusion et de la Télévision, dir., <i>Histoire des informations à la radio et à la télévision</i></li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Chapelain B., <i>Télévision, jeunes et histoire</i></li> <li>- Groupe de recherche sur les comportements humains spectaculaires organisés, dir., <i>Le téléspectateur face à la publicité</i></li> <li>- Institut de recherche et d'études publicitaires (Irep), dir., <i>L'audience et les médias</i></li> </ul>
1990	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Château D., L'effet zapping, <i>Com.</i> 51</li> <li>- Mariet F., Le marché télévisuel et la démocratie de l'audience, <i>Com.</i> 51</li> <li>- Souchon M., Un public ou des publics, <i>Com.</i> 51</li> <li>- Vernet M., <i>Incertain zapping</i>, <i>Com.</i> 51</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Durand J., Le concept d'audience en question, <i>in</i> : Irep, dir., <i>Les médias, la publicité, la recherche</i></li> <li>- Katz E., À propos des médias et de leurs effets, <i>in</i> : Sfez L., Coullée G., dirs, <i>Technologies et symboliques de la communication</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Beaud P., Flichy P., dirs, La réception des médias. L'invention du téléspectateur, <i>Ré</i>, 39</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bahu-Leyser D., Chavenon H., Durand J., <i>Audience des médias. Guide France-Europe</i></li> <li>- Bertrand G., De Gournay C., Mercier P.-A., <i>De l'audience</i></li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Beupuy C, Le zapping physique a-t-il la forme ?, <i>Le Journal des médias</i>, 26</li> <li>- Bianchi J., La promesse du feuilleton, <i>Ré</i>, 39</li> <li>- Carmagnat F., Lu dans la presse : un système passif de mesure d'audience, <i>Ré</i>, 39</li> <li>- Gitlin, Prévoir l'imprévisible, <i>Ré</i>, 39</li> <li>- Méadel C., De la formation des comportements et des goûts. Une histoire des sondages à la télévision dans les années cinquante, <i>Ré</i>, 39</li> <li>- Pasquier D., Une télévision sur mesure : les données d'audience dans le système américain, <i>Ré</i>, 39</li> <li>- Souchon M., Les programmeurs et leurs représentations du public, <i>Ré</i>, 39</li> <li>- de Berti R., Scènes de la vie quotidienne, <i>Ré</i>, 44-45</li> <li>- Dahlgren P., Les actualités télévisées. À chacun son interprétation, <i>Ré</i>, 44-45</li> <li>- Schroder K.C., Vers une convergence de traditions antagonistes ? Le cas de la recherche sur le public, <i>Ré</i>, 44-45</li> </ul>			<p>à la réception</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Boullier D., Legrand M., Gouriou F., <i>Je regarde, j'aime, c'est bien. Les téléspectateurs jugent la télévision</i></li> <li>- Wolton D., <i>Éloge du grand public</i></li> </ul>
1991	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bourdon J., À la recherche du public ou vers l'indice exterminateur. Une histoire de la mesure d'audience à la télévision française, <i>Culture technique</i></li> <li>- Bertrand C.-J., Quinze moyens d'améliorer les médias, <i>Mé</i>, 21</li> <li>- Boullier D., Savez-vous parler télé ?, <i>Mé</i>, 21</li> <li>- Donnat O., L'usage des médias dans les enquêtes "pratiques culturelles des français", <i>Mé</i>, 21</li> <li>- Durand J., L'évolution des audiences de la radio et de la télévision au cours des quarante dernières années, <i>Mé</i>, 21</li> <li>- Missika J.-L., Les français et leurs médias : le désenchantement, <i>Mé</i>, 21</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Chabrol Cl., La réception : étude des processus d'évaluation des débats médiatiques, <i>in</i> : Charaudeau P. dir., <i>La télévision, les débats culturels « Apostrophes »</i></li> <li>- Mercier P.-A., Le zappeur, téléspectateur actif, <i>in</i> : Charon J.-M., Sauvageau S., dirs, <i>L'état des médias</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Charon J.-M., dir, <i>Les médias et leurs publics, Médiaspouvoirs</i>, 21</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Chabrol J.-L., Perin P., <i>Le zapping</i></li> <li>- Médiamétrie, <i>Télévision 1990 : Le livre de l'audience</i></li> <li>- Souchon M., dir., <i>L'enfant devant la télévision</i></li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Souchon M., Où va la télévision française ?, <i>Mé</i>, 21</li> <li>- Souchon M., Audience cumulée, audience moyenne audience totale, <i>Mé</i>, 21</li> <li>- Veron E., Les médias en réception : les enjeux de la complexité, <i>Mé</i>, 21</li> <li>- Souchon M., L'audience de la télévision, <i>Ré</i>, 49</li> </ul>			
1992	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Durand J., Segmentation des audiences, <i>Communication et langages</i>, 94</li> <li>- Durand J., La qualité des programmes de télévision. Concepts et mesures, <i>DA</i>, 43</li> <li>- Dayan D., Les mystères de la réception, <i>Le Débat</i>, 71</li> <li>- Belisle C., <i>et al.</i>, Médias. La réception revisitée » <i>Mé</i>, 25</li> <li>- Schorestene M., L'audience des télévisions tchécoslovaques et hongroises, <i>Mé</i>, 25</li> <li>- Souchon M., La télévision dans l'espace des loisirs, <i>Projet 229</i></li> <li>- Perin P., Le zapping, <i>Ré</i>, 51</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bianchi J., Bourgeois J., <i>Les médias côté public. Le jeu de la réception</i></li> <li>- François L., <i>Les médias et leur audience</i></li> </ul>
1993	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bertrand G., Théories de la réception, <i>DA</i>, 51</li> <li>- Bertrand G., Mercier P.-A., Le zapping une histoire ancienne?, <i>DA</i>, 51</li> <li>- Boullier D., Savez-vous parler télé ?, <i>DA</i>, 51</li> <li>- Boullier D., Les styles de relation à la télévision, <i>DA</i>, 51</li> <li>- Chambat P., La télévision : spectacle, politique, lien social, <i>DA</i>, 51</li> <li>- Daney S., Marché de l'individu et disparition de l'expérience, <i>DA</i>, 51</li> <li>- Durand J., Mesurer l'audience : le cas de la télévision, <i>DA</i>, 51</li> <li>- de Gournay C., L'audience sans qualité, un public opaque, <i>DA</i>, 51</li> <li>- Le Diberder A., Une nouvelle relation à l'outil,</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Boullier D., Quand le téléspectateur cause, <i>in</i> : Belisle Cl., dir., <i>Communication et nouvelles technologies</i></li> <li>- Souchon M., Le vieux canon de 75. L'apport des méthodes quantitatives à la connaissance du public de la télévision, <i>in</i> : Bougnoux D., dir., <i>Sciences de l'information et de la communication. Textes essentiels</i></li> <li>- Durand J., Audience – Définition et méthodes de mesure, <i>in</i> : Sfez L., dir., <i>Dictionnaire critique de la communication. Tome 2</i></li> <li>- Souchon M., Public/publics de la télévision, <i>in</i> : Sfez L., dir., <i>Dictionnaire critique de la communication. Tome 2</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bertrand G., dir., Les approches du téléspectateur, <i>Les dossiers de l'audiovisuel</i>, 51</li> <li>- Dayan D., dir, À la recherche du public, <i>Hermès</i>, 11-12</li> </ul>	

<p>DA, 51</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Macé É., Le public participant, <i>DA</i>, 51</li> <li>- Proulx S., Télévision, familles et vie quotidienne : éléments d'une approche ethnographique, <i>DA</i>, 51</li> <li>- Seaman W., La théorie du public actif: un populisme non fondé, <i>DA</i>, 51</li> <li>- Souchon M., La connaissance du public par les méthodes quantitatives, <i>DA</i>, 51</li> <li>- Veron E., Le lien contractuel entre médias et récepteur, <i>DA</i>, 51</li> <li>- Wolton D., Grand public et lien social, <i>DA</i>, 51</li> <li>- Ang I., Culture et communication. Pour une critique ethnographique de la consommation des médias, <i>He</i>, 11-12</li> <li>- Bourdon J., Télévision et symbolisme politique, <i>He</i>, 11-12</li> <li>- Corner J., Genres télévisuels et réception, <i>He</i>, 11-12</li> <li>- Curran J., La décennie des révisions. La recherche en communication de masse des années 80, <i>He</i>, 11-12</li> <li>- Dahlgren P., Television journalism as catalyst, <i>He</i>, 11-12</li> <li>- Dayan D., Avant-propos : raconter le public, <i>He</i>, 11-12</li> <li>- Durand J., Les jugements des téléspectateurs. L'évaluation des programmes de télévision, <i>He</i>, 11-12</li> <li>- Durand J., Mesurer l'audience. Le cas de la télévision, <i>He</i>, 11-12</li> <li>- Ghiglione R., La réception des messages. Approches psychosociologiques, <i>He</i>, 11-12</li> <li>- Jensen K.B., Cinq traditions à la recherche du public, <i>He</i>, 11-12</li> <li>- Katz E., L'héritage de Gabriel Tarde. Un</li> </ul>			
--	--	--	--

<p>paradigme pour la recherche sur l'opinion et la communication, <i>He</i>, 11-12</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Liebes T., Katz E., Six interprétations de la série "Dallas", <i>He</i>, 11-12</li> <li>- Livingstone S., Lunt P., Un public actif, un téléspectateur critique, <i>He</i>, 11-12</li> <li>- Macé É., La télévision du pauvre. La participation du public, <i>He</i>, 11-12</li> <li>- Morley D., La "réception" des travaux sur la réception. Retour sur "Le public de Nationwide", <i>He</i>, 11-12</li> <li>- Schroder K.C., Qualité culturelle : la poursuite d'un fantôme ?, <i>He</i>, 11-12</li> <li>- Souchon M., Le vieux canon de 75. L'apport des méthodes quantitatives à la connaissance du public de la télévision, <i>He</i>, 11-12</li> <li>- Wolf M., Recherche en communication et analyse textuelle, <i>He</i>, 11-12</li> <li>- Wolf M., L'analyse de la réception et la recherche sur les médias, <i>He</i>, 11-12</li> <li>- Wolton D., Pour le public, <i>He</i>, 11-12</li> <li>- Leconte B., Entre les lignes. Écrits sur la télévision : usages et usagers, <i>Les cahiers du circav</i>, HS</li> <li>- Ghiglione R., Kekenbosch C, La restitution des messages : le message, le récepteur et le média, <i>Psychologie française</i>, 38(2)</li> <li>- Bouillin-Darteville R., Modes de perception et stratégie d'appropriation des messages sportifs, <i>Ré</i>, 57</li> <li>- Arnal N., Busson A., Les possesseurs de magnétoscope : vers de nouvelles pratiques audiovisuelles, <i>Ré</i>, 60</li> <li>- Arnal N., Busson A., Les possesseurs de magnétoscope : vers de nouvelles pratiques audiovisuelles, <i>Ré</i>, HS</li> </ul>			
--	--	--	--

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Boullier D., Les styles de relation à la télévision, <i>Ré</i>, HS</li> <li>- Chambat P., Ehrenberg A., Télévision, terminal moral, <i>Ré</i>, HS</li> <li>- Bertrand G., de Gournay C., Mercier P.-A., Le programme global, <i>Ré</i>, HS</li> <li>- Le Grignou B., Neveu É., Émettre la réception. Préméditation et réception de la politique télévisée, <i>Ré</i>, HS</li> </ul>			
1994	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Champagne P., La loi des grands nombres. Mesure de l'audience et représentation politique du public, <i>Actes de la recherche en sciences sociales</i>, 101-102</li> <li>- Gheude M., La réunion invisible, <i>He</i>, 13-14</li> <li>- Souchon M., L'audience de la télévision : plaidoyer pour la notion d'heures-spectateurs, <i>Mé</i>, 36</li> <li>- Livingstone S., Lunt P., Se faire entendre dans l'espace public, <i>Ré</i>, 63</li> <li>- Macé É., La programmation de la réception. Une sociologie critique des contenus, <i>Ré</i>, 63</li> <li>- Mehl D., La télévision compassionnelle, <i>Ré</i>, 63</li> <li>- Liebes T., À propos de la participation des téléspectateurs, <i>Ré</i>, 64</li> <li>- Allard L., Dire la réception : culture de masse, expérience esthétique et communication, <i>Ré</i>, 68</li> <li>- Hall S., Codage/Décodage, <i>Ré</i>, 68</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Boullier D., Construire le téléspectateur : récepteur, consommateur ou citoyen ?, in : Vitalis A., dir., <i>Médias et nouvelles technologies</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Beaud P., Quéré L., dirs, Les théories de la réception, <i>Ré</i>, 68</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bussierre M. de, Mauriat C., Méadel C., <i>Histoire des publics à la radio et à la télévision</i></li> </ul>
1995	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dayan D., Katz E., Télévision d'intervention et spectacle politique : agir par le rituel, <i>He</i>, 17-18</li> <li>- Souchon M., Qu'est-ce qu'une audience "significative" pour une télévision de service public ?, <i>Les cahiers de l'audiovisuel</i>, 5</li> <li>- Proulx S., Les perspectives d'analyse des médias : des effets aux usages, <i>Les cahiers de la sécurité intérieure (20)</i></li> <li>- Wilson B.J., Les recherches sur médias et</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>- Esquenazi J. P., dir., <i>La télévision et ses téléspectateurs</i></li> </ul>

	<p>violence : agressivité, désensibilisation, peur, <i>Les cahiers de la sécurité intérieure (20)</i></p> <p>- Winterhoff-Spurk P., Spectateur ou acteur ? Une approche psychologique, <i>Les cahiers de la sécurité intérieure (20)</i></p> <p>- Bélanger P., Proulx S., Voisin J., Les usages de la télévision conjugués au féminin et au masculin, <i>Quaderni</i>, 26</p> <p>- Bertrand G., Derèze G., Mercier P.-A., De quelques temporalités de la réception spectatorielle, <i>Recherches en communication</i>, 3</p> <p>- Le Grignou B., L'ubac des études de réception de la télévision, <i>Recherches en communication</i>, 3</p> <p>- Leroy P., « La réception des télévisions étrangères. Le cas de la Belgique francophone, <i>Ré</i>, 69</p> <p>- Pasquier D., « Chère Hélène ». Les usages sociaux des séries collèges, <i>Ré</i>, 70</p> <p>- Proulx S., Laberge M.-F., Vie quotidienne, culture télévisuelle et construction de l'identité familiale, <i>Ré</i>, 70</p> <p>- Derville G., « Les différents rôles du Bébête show auprès de ses téléspectateurs, <i>Ré</i>, 74</p> <p>- Souchon M., Télévision et culture. Jalons et anecdotes pour servir à l'histoire d'un malentendu, <i>Revue de l'institut de sociologie</i></p>			
1996	<p>- Spigel L., La télévision dans le cercle de la famille, <i>Actes de la recherche en sciences sociales</i>, 113</p> <p>- Allard L., Y a-t-il encore un spectateur dans le salon ?, <i>Quaderni</i>, 31</p> <p>- Rocheron Y., Le téléspectateur en Grande Bretagne et en France : consommateur ou citoyen, <i>Ré</i>, 75</p> <p>- d'Haenens L., Réalisation, réception et</p>			<p>- Dayan D., Katz E., <i>La télévision cérémonielle</i></p>

	<p>recherche, <i>Ré</i>, 77</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mostefaoui B., La télévision des autres, <i>Ré</i>, 78</li> <li>- Corner J., Sens, genre et contexte, la problématique du savoir public dans les nouvelles études de la réception, <i>Ré</i>, 79</li> <li>- Quéré L., Faut-il abandonner l'étude de la réception, <i>Ré</i>, 79</li> </ul>			
1997	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Amiel V., La télévision nous regarde-t-elle ?, <i>Esprit</i>, 3-4</li> <li>- de Cheveigné S., La science médiatisée : le discours des publics, <i>He</i>, 21</li> <li>- Groupe de recherches en communication de l'université de Liverpool, Les actualités télévisées et les connaissances du public. Comprendre l'économie, <i>He</i>, 21</li> <li>- Leroux P., Les deux publics des 7d'or, <i>Politix</i>, 37</li> <li>- Jost F., La promesse des genres, <i>Ré</i>, 81</li> <li>- Coulomb-Gully M., Bébête show et Guignols de l'info : de l'émission à la réception, parcours comiques et portraits de rieurs, <i>Ré</i>, 84</li> <li>- Arnal N., Busson A., Les possesseurs de magnétoscope : vers de nouvelles pratiques audiovisuelles, <i>Ré</i>, HS</li> <li>- Bertrand G., de Gournay C., Mercier P.-A., Le programme global, <i>Ré</i>, HS</li> <li>- Hall S., Codage/Décodage, <i>Ré</i>, HS</li> <li>- Le Grignou B., Neveu É., Émettre la réception. Préméditation et réception de la politique télévisée, <i>Ré</i>, HS</li> <li>- Liebes T., À propos de la participation des téléspectateurs, <i>Ré</i>, HS</li> <li>- Pasquier D., Les travaux sur la réception. Introduction, <i>Ré</i>, HS</li> <li>- Pasquier D., Télévision et apprentissages sociaux : les séries pour adolescents, <i>Ré</i>, HS</li> </ul>			

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Scannel P., L'intentionnalité communicationnelle dans les émissions de radio et de télévision, <i>Ré</i>, HS</li> <li>- Schlesinger Ph., Le chaînon manquant. Le "professionalisme" et le public, <i>Ré</i>, HS</li> <li>- Schroder K.C., Vers une convergence de traditions antagonistes ? Le cas de la recherche sur le public, <i>Ré</i>, HS</li> <li>- Souchon M., L'audience de la télévision, <i>Ré</i>, HS</li> </ul>			
1998	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Leconte B., Telle est la télé (2) ou la télévision des étudiants, <i>Les cahiers du circav</i>, 10</li> <li>- Amiel V., Y a-t-il un téléspectateur devant l'écran?, <i>Champs Visuels</i>, 8</li> <li>- Pasquier D., Identification au héros et communauté de téléspectateurs : la réception d'<i>Hélène et les garçons</i>, <i>He</i>, 22</li> <li>- Bourdon J., À la recherche du public ou vers l'indice exterminateur ? Une histoire de la mesure d'audience à la télévision française, <i>Quaderni</i>, 35</li> <li>- Chalvon Demersay S., Avant propos : la mesure du public, <i>Quaderni</i>, 35</li> <li>- Chalvon Demersay S., Rosental P.-A., Une démographie des comportements volatils ? L'émergence de la micro-analyse dans la mesure d'audience, <i>Quaderni</i>, 35</li> <li>- Durand J., Les études sur l'audience de la radio-télévision en France, <i>Quaderni</i>, 35</li> <li>- Méadel C., De l'émergence d'un outil de quantification, <i>Quaderni</i>, 35</li> <li>- Meslet V., Accepter la diversité des publics, <i>Quaderni</i>, 35</li> <li>- Souchon M., Histoire des indicateurs de l'audience, <i>Quaderni</i>, 35</li> <li>- Mostefaoui B., Algérie : l'espace du débat</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Château D., Interprétance et activation : deux concepts clés d'une théorie de la réception télévisuelle comme pratique, <i>in</i> : Bourdon J., Jost F., dirs, <i>Penser la télévision</i></li> <li>- Dayan D., Le double corps du spectateur, <i>in</i> : Bourdon J., Jost F., dirs, <i>Penser la télévision</i></li> <li>- Mehl D., La parole profane, <i>in</i> : Bourdon J., Jost F., dirs, <i>Penser la télévision</i></li> <li>- Pasquier D., Lecture des personnages de série, <i>in</i> : Bourdon J., Jost F., dirs, <i>Penser la télévision</i></li> <li>- Lecomte J., Entretien avec Daniel Dayan. Le sens des cérémonies télévisées, <i>in</i> : Cabin Ph., <i>La communication. État des savoirs</i></li> <li>- Missika J.-L., L'impact des médias : les modèles théoriques, <i>in</i> : Cabin Ph., <i>La communication. État des savoirs</i></li> <li>- Mousseau J., Le temps du public roi, <i>in</i> : Cabin Ph., <i>La communication. État des savoirs</i></li> <li>- Chaniac R., Public du cinéma et public de la télévision, <i>in</i> : Chaniac R., Jézéquel J.-P., dirs, <i>Télévision et cinéma, le désenchantement</i></li> <li>- Baillargeon J.-P., Statistiques culturelles : méthodes, usages, critiques, <i>in</i> : Proulx S., dir., <i>Accusé de réception</i></li> <li>- Dayan D., Le double corps du spectateur, <i>in</i> : Proulx S., dir., <i>Accusé de réception</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Chalvon Demersay S., dir., Les publics, généalogie de l'audience télévisuelle, <i>Quaderni</i>, 35</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Calbo S., <i>Réception télévisuelle et affectivité : une approche ethnographique sur la réception des programmes sériels</i></li> <li>- Proulx S., dir., <i>Accusé de réception</i></li> </ul>

	<p>médiatique, <i>Ré</i>, 88-89</p> <p>- Calbo S., Les manifestations de l'affectivité en situation de réception télévisuelle, <i>Ré</i>, 90</p>	<p>- Gheude M., La réunion invisible, <i>in</i> : Proulx S., dir., <i>Accusé de réception</i></p> <p>- Malo G., Giroux L., La mesure industrielle des auditoires, <i>in</i> : Proulx S., dir., <i>Accusé de réception</i></p> <p>- Méadel C., Proulx S., Usagers en chiffres, usagers en actes, <i>in</i> : Proulx S., dir., <i>Accusé de réception</i></p> <p>- Proulx S., Maillet D., La construction ethnographique des publics de télévision, <i>in</i> : Proulx S., dir., <i>Accusé de réception</i></p> <p>- Raboy M., Le public fantôme, <i>in</i> : Proulx S., dir., <i>Accusé de réception</i></p> <p>- Souchon M., Les recherches sur l'audience au service de la programmation, <i>in</i> : Proulx S., dir., <i>Accusé de réception</i></p>		
1999	<p>- Dayan D., Madame se meurt. Des publics se construisent, <i>Quaderni</i>, 38</p> <p>- Baton-Hervé É., Les enfants téléspectateurs, <i>Ré</i>, 92-93</p> <p>- Bertrand G., Pratiques télévisuelles dans la famille et processus de décision, <i>Ré</i>, 92-93</p> <p>- Le Goaziou V., Le corps des téléspectateurs, <i>Ré</i>, 92-93</p> <p>- Chalvon-Demersay S., La confusion des conditions, <i>Ré</i>, 95</p>	<p>- Calbo S., La réception comme activité collective, <i>in</i> : de Fornel P., Quéré L., dirs, <i>La logique des situations</i></p> <p>- Proulx S., Paradoxes de la réception médiatique au temps de la mondialisation, <i>in</i> : Proulx S., Vitalis A., dirs, <i>Vers une citoyenneté simulée</i></p> <p>- Relieu M., La réalisation et la réception du produit télévisuel comme accomplissements, <i>in</i> : Desgoutte J.-P., dir., <i>La mise en scène du discours audiovisuel</i></p>	- Jouët J., Pasquier D., Les jeunes et l'écran, <i>Ré</i> , 92-93	- Pasquier D., <i>La culture des sentiments. L'expérience télévisuelle des adolescents</i>
2000	<p>- Calbo S., Football et télévision : le rôle de l'affectivité dans la production de la collectivité, <i>Les cahiers du Circav</i>, 12</p> <p>- Dayan D., Télévision: le presque public, <i>Ré</i>, 100</p> <p>- Macé É., Qu'est ce qu'une sociologie de la télévision ? (1), <i>Ré</i>, 104</p>	<p>- Calbo S., Activité de réception et production du sentiment d'appartenance, <i>in</i> : Gabaston P., Leconte B., dirs, <i>Sports et télévision</i></p> <p>- Dayan D., Télévision. Le silence des publics, <i>in</i> : Huchet B., Payen E., eds, <i>Figures de l'événement. Médias et représentations du monde</i></p>		<p>- Baton-Hervé É., <i>Les enfants téléspectateurs. Programmes, discours, représentations</i></p> <p>- Gourdon A.-M., <i>Des arts et des spectacles à la télévision. Le regard du téléspectateur</i></p>
2001	- Charonnat E., Fragmentation et volatilité des publics, <i>DA</i> , 99	- Le Grignou B., La réception des médias : un mauvais objet ?, <i>in</i> : Georgakakis D., Utard J.-		

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fouquier E., Quatre schémas de réception des spots télévisuels, <i>DA</i>, 99</li> <li>- Nahon D., Tassi Ph., Contexte d'insertion des messages et mémorisation de la publicité télévisuelle, <i>DA</i>, 99</li> <li>- Aglietta J., L'audience, un concept de statisticien ?, <i>DA</i>, 100</li> <li>- Boullier D., Un public présumé paresseux ?, <i>DA</i>, 100</li> <li>- Souchon M., Vous avez dits passifs ?, <i>DA</i>, 100</li> <li>- Macé É., Qu'est ce qu'une sociologie de la télévision ? (2), <i>Ré</i>, 105 :</li> <li>- Proulx S., Bélanger D., La représentation des communautés immigrantes à la télévision francophone du Québec, <i>Ré</i>, 107</li> <li>- Robins K., Au delà de la communauté imaginée? Les médias transnationaux et les migrants turcs en Europe, <i>Ré</i>, 107</li> <li>- Berthelot-Guiet K., Ollivier-Yanis C., Tu t'es vus quand t'écoutes l'État ? Réception des campagnes de communication gouvernementales, <i>Ré</i>, 108</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>M., dirs, <i>Sciences des médias. Jalons pour une histoire politique</i></li> <li>- Méadel C., Naissance d'une science de l'audience, <i>in</i> : Georgakakis D., Utard J.-M., dirs, <i>Sciences des médias. Jalons pour une histoire politique</i></li> <li>- Tisseron S., Le spectateur en quête d'auteur : les nouvelles figures de l'anonymat, <i>in</i> : Lambert F., dir., <i>Figures de l'anonymat, médias et société</i></li> <li>- Esquenazi J.-P., Foules, masses, anonymes, <i>in</i> : Lambert F., dir., <i>Figures de l'anonymat, médias et société</i></li> <li>- Proulx S., Wolff É., La réception sociale de la télévision, <i>in</i> : Watin M., dir., <i>Communication et espace public. Univers créoles</i></li> </ul>		
2002	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dayan D., Les médias visuels et leurs publics, <i>Les cahiers du collège iconique</i>, 14</li> <li>- Soulez G., Choc en retour, les téléspectateurs et le 11 septembre, <i>Les dossiers de l'audiovisuel</i>, 104</li> <li>- Esquenazi J.-P., Les non-publics de la télévision, <i>Ré</i>, 112-113</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mehl D., Télévision de l'intimité et espace public, <i>in</i> : Baudry P., Sorbets C., Vitalis A., dirs, <i>La vie privée à l'heure des médias</i></li> <li>- Beylot P., Modèles pragmatiques de réception des séries policières, <i>in</i> : Beylot P., Sellier G., dirs, <i>Les séries policières</i></li> <li>- Chalvon-Demersay S., Fiction policière et identité sociale virtuelle, <i>in</i> : Beylot P., Sellier G., dirs, <i>Les séries policières</i></li> <li>- Gellereau M., Séries policières et vidéo amateur, <i>in</i> : Beylot P., Sellier G., dirs, <i>Les séries policières</i></li> <li>- Taranger M.-C., Ados, séries : regards croisés,</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Delarge A., Spire J., dirs, <i>La télé au logis. Usages de la télévision</i></li> <li>- Fraisse É., dir., <i>Mesurer l'audience des médias : du recueil des données au média-planning</i></li> </ul>

		<p><i>in</i> : Beylot P., Sellier G., dirs, <i>Les séries policières</i></p> <p>- Calbo S., La réception domestique du film : une activité socialement organisée, <i>in</i> : Creton L., dir. <i>Le cinéma à l'épreuve du système télévisuel</i></p> <p>- Boullier D., La télé est en vous !, <i>in</i> : Delarge A., Spire J., dirs, <i>La télé au logis</i></p> <p>- Chalvon-Demersay S., Des métiers comme on aimerait, <i>in</i> : Delarge A., Spire J., dirs, <i>La télé au logis</i></p> <p>- Combessie Ph., Grilles et chaînes : liberté ou asservissement, <i>in</i> : Delarge A., Spire J., dirs, <i>La télé au logis</i></p> <p>- Coutas É., Tout et rien c'est ce qu'on fait de la télé, <i>in</i> : Delarge A., Spire J., dirs, <i>La télé au logis</i></p> <p>- Dayan D., Homo videns : la réception, l'ethnologue et le téléspectateur, <i>in</i> : Delarge A., Spire J., dirs, <i>La télé au logis</i></p> <p>- Derèze G., La télévision volontaire, <i>in</i> : Delarge A., Spire J., dirs, <i>La télé au logis</i></p> <p>- Derèze G., Le sport, la mise en spectacle et l'argent, <i>in</i> : Delarge A., Spire J., dirs, <i>La télé au logis</i></p> <p>- Guicheney G., Le médiateur : entre émetteur et récepteur, <i>in</i> : Delarge A., Spire J., dirs, <i>La télé au logis</i></p> <p>- Mercier P.-A., Du zapping au surfing, <i>in</i> : Delarge A., Spire J., dirs, <i>La télé au logis</i></p> <p>- Pasquier D., La télévision des adolescents, <i>in</i> : Delarge A., Spire J., dirs, <i>La télé au logis</i></p> <p>- Roux A., Télévision : relations entre technique et public, <i>in</i> : Delarge A., Spire J., dirs, <i>La télé au logis</i></p> <p>- Soulez G., Se dire téléspectateur, <i>in</i> : Delarge</p>		
--	--	--	--	--

		<p>A., Spire J., dirs, <i>La télé au logis</i></p> <p>- Spire J., Les Français devant l'écran, in : Delarge A., Spire J., dirs, <i>La télé au logis</i></p> <p>- Esquenazi J.-P., <i>Friends</i>, une communauté télévisuelle, in : Le Guern Ph., dir., <i>Les cultes médiatiques</i></p> <p>- Grisprud J., <i>Fan, viewers and television theory</i>, in : Le Guern Ph., dir., <i>Les cultes médiatiques</i></p> <p>- Le Guern P., En être ou pas : le fan club de la série le prisonnier, in : Le Guern Ph., dir., <i>Les cultes médiatiques</i></p> <p>- Maigret É., Du mythe au culte... ou de charybide en scylla ?, in : Le Guern Ph., dir., <i>Les cultes médiatiques</i></p> <p>- Pasquier D., Une nouvelle amie, in : Le Guern Ph., dir., <i>Les cultes médiatiques</i></p>		
2003	<p>- Gandonnière P., Le vertige du miroir: comment la télévision piège le téléspectateur, <i>Composite</i>, 1</p> <p>- Allard Cl., L'enfant et sa famille face à l'univers médiatique, <i>DA</i>, 108</p> <p>- Frau-Meigs D., Jehel S., L'acculturation par les séries, <i>DA</i>, 108</p> <p>- Appé O., Mauduit J., Câble et satellite : il était une fois MédiaCabSat, <i>He</i>, 37</p> <p>- Benoît S., Une direction des études dans une chaîne de télévision publique, <i>He</i>, 37</p> <p>- Boullier D., Du téléspectateur consommateur au téléspectateur citoyen, <i>He</i>, 37</p> <p>- Champagne P., L'audimétrie : une censure politique cachée, <i>He</i>, 37</p> <p>- Chaniac R., Introduction. L'audience, un puissant artefact, <i>He</i>, 37</p> <p>- Chaniac R., Télévision : l'adoption laborieuse d'une référence unique, <i>He</i>, 37</p> <p>- Cottet J.-P., Entretien. Il n'y a pas de service</p>	<p>- Bommert H., La recherche selon la personnalité des téléspectateurs, in : Albert P., et al., dirs, <i>Les médias et leurs publics en France et en Allemagne</i></p> <p>- Bourgeois I., Entre le foot et la dictée, in : Albert P., et al., dirs, <i>Les médias et leurs publics en France et en Allemagne</i></p> <p>- Chalvon-Demersay S., Rosental P.-A., Vers une démographie de l'audience, in : Albert P., et al., dirs, <i>Les médias et leurs publics en France et en Allemagne</i></p> <p>- Chaniac R., Le public de la fiction télévisée, in : Albert P., et al., dirs, <i>Les médias et leurs publics en France et en Allemagne</i></p> <p>- Darkow M., Pléthore de l'offre de programmes versus usage différencié, in : Albert P., et al., dirs, <i>Les médias et leurs publics en France et en Allemagne</i></p> <p>- Dayan D., Le public comme performance, in : Albert P., et al., dirs, <i>Les médias et leurs publics</i></p>	<p>- Chaniac R., L'audience. Presse, radio, télévision, Internet, <i>Hermès</i>, 37</p>	<p>- Boullier D. <i>La télévision telle qu'on la parle</i></p> <p>- Esquenazi J.-P., <i>Sociologie des publics</i></p> <p>- Le Grignou B., <i>Du côté du public</i></p> <p>- Albert P., Koch U., Schroter D., Viallon P., dirs, <i>Les médias et leurs publics en France et en Allemagne</i></p> <p>- Cefai D., Pasquier D., dirs, <i>Les sens du public. Publics politiques, publics médiatiques</i></p> <p>- Courbet M.-P., Fourquet-Courbet M.-P., dirs, <i>La télévision et ses influences</i></p>

	<p>public sans public, <i>He</i>, 37</p> <p>- Fraisse É., Que mesure-t-on quand on mesure l'audience ?, <i>He</i>, 37</p> <p>- Jeanneret Y., Patrin-Leclère V., Loft Story 1 ou la critique prise au piège de l'audience, <i>He</i>, 37</p> <p>- Le Diberder A., La mesure d'audience des nouveaux médias : une bonne réponse mais quelle est la question ?, <i>He</i>, 37</p> <p>- Macé É., Le conformisme provisoire de la programmation, <i>He</i>, 37</p> <p>- Mougeotte É., Entretien. La loi d'airain du Médiamat, <i>He</i>, 37</p> <p>- Souchon M., Pour une utilisation complète de l'audimétrie, <i>He</i>, 37</p> <p>- Tessier M., Entretien. Le téléspectateur, au cœur de la télévision publique, <i>He</i>, 37</p> <p>- Wolton D., Avant-propos. Audience et publics : économie, culture, politique, <i>He</i>, 37</p> <p>- Courbet D., Fourquet M.-P., Réception d'une catastrophe en direct à la télévision: étude qualitative des réactions provoquées par les attentats du 11 septembre 2001 aux États-Unis au travers du rappel de téléspectateurs français, <i>Revue européenne de psychologie appliquée</i> (53-1)</p>	<p><i>en France et en Allemagne</i></p> <p>- Hasebrink U., Existe-t-il un public européen des médias et donc un marché européen des médias ?, <i>in</i> : Albert P., <i>et al.</i>, dirs, <i>Les médias et leurs publics en France et en Allemagne</i></p> <p>- Hurard F., Mesure et connaissance du public des médias audiovisuels en France, <i>in</i> : Albert P., <i>et al.</i>, dirs, <i>Les médias et leurs publics en France et en Allemagne</i></p> <p>- Krotz F., Les médias dans la vie quotidienne des enfants et des adolescents en Allemagne et en France, <i>in</i> : Albert P., <i>et al.</i>, dirs, <i>Les médias et leurs publics en France et en Allemagne</i></p> <p>- Paplorey C., À la recherche du téléspectateur de TV5, <i>in</i> : Albert P., <i>et al.</i>, dirs, <i>Les médias et leurs publics en France et en Allemagne</i></p> <p>- Schenk M., Le public oublié, <i>in</i> : Albert P., <i>et al.</i>, dirs, <i>Les médias et leurs publics en France et en Allemagne</i></p> <p>- Cardon D., Heurtin J.-Ph., Dans les coulisses du public, <i>in</i> : Cefai D., Pasquier D., dirs, <i>Les sens du public</i></p> <p>- Cefai D., Pasquier D., Introduction, <i>in</i> : Cefai D., Pasquier D., dirs, <i>Les sens du public</i></p> <p>- Chalvon-Demersay S., Enquête sur des publics particulièrement concernés, <i>in</i> : Cefai D., Pasquier D., dirs, <i>Les sens du public</i></p> <p>- Dayan D., Katz E., Le général, son défilé, la foule et la télévision, <i>in</i> : Cefai D., Pasquier D., dirs, <i>Les sens du public</i></p> <p>- Mehl D., Le témoin, figure emblématique de l'espace public/privé, <i>in</i> : Cefai D., Pasquier D., dirs, <i>Les sens du public</i></p> <p>- Pasquier D., Des audiences aux publics, <i>in</i> : Donnat O., Tolila P., dirs, <i>Le(s) public(s) de la culture</i></p>		
--	---	--	--	--

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dayan D., Sociologie des médias : le détour par l'ethnographie, <i>in</i> : Moscovici S., Buschini F., dirs, <i>Les méthodes des sciences humaines</i></li> <li>- Glevarec H., Les médias dans les pratiques culturelles, <i>in</i> : Maigret É., dir., <i>Communication et médias</i></li> <li>- Maigret É., Existe-t-il des effets des médias de masse ?, <i>in</i> : Maigret É., dir., <i>Communication et médias</i></li> <li>- Maigret É., Les publics : sociologie de la réception et <i>Cultural Studies</i>, <i>in</i> : Maigret É., dir., <i>Communication et médias</i></li> </ul>		
2004	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Amigo Latorre B., Le genre comme outil d'interprétation en réception: le cas des téléseries chiliennes, <i>Belphegor (3-1)</i></li> <li>- Bourdon J., La triple invention: comment faire l'histoire du public?, <i>Le temps des médias</i>, 3</li> <li>- Dayan D., Lundby K., Télévision, réception et identité dans une ville africaine, <i>Le temps des médias</i>, 3</li> <li>- C. Méadel, L'audimat ou la conquête du monopole, <i>Le temps des médias</i>, 3</li> <li>- Chabrol Cl., Courbet D., Fourquet-Courbet M.-P., Psychologie sociale, traitements et effets des médias, <i>Questions de communication</i>, 5</li> <li>- Georget P., Effets des stratégies publicitaires. Personnalité, contexte et attentes contractuelles, <i>Questions de communication</i>, 5</li> <li>- Girandola F., Violence dans les médias : quels effets sur les comportements ?, <i>Questions de communication</i>, 5</li> <li>- Lochard G., Soulages J.-Cl., Une interdisciplinarité autonome est-elle possible ? Interrogations sur la réception des discours médiatiques, <i>Questions de communication</i>, 5</li> <li>- Boullier D., La fabrique de l'opinion publique</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pasquier D. La télévision comme expérience collective : retour sur les Mondes de l'art, <i>in</i> : Pessin A., Blanc A., dirs, <i>Mélanges pour Howard Becker</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Méadel C., Public, cher inconnu !, <i>Le temps des Médias</i>, 3</li> <li>- Mehl D., Pasquier D., Figures du public, <i>Réseaux</i>, 126</li> <li>- Chabrol Cl., Courbet D., Fourquet-Courbet M.-P., Psychologie sociale, traitements et effets des médias, <i>Questions de communication</i>, 5</li> </ul>	

	<p>dans les conversations télé, <i>Ré</i>, 126</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Livingstone S., Du rapport entre audiences et publics, <i>Ré</i>, 126</li> <li>- Mehl D., Un téléspectateur civique, <i>Ré</i>, 126</li> <li>- Soulez G., "Nous sommes le public". Apports de la rhétorique à l'analyse des publics, <i>Ré</i>, 126</li> </ul>			
--	--	--	--	--

*DA : Les dossiers de l'audiovisuel*

*He : Hermès*

*Mé : Médiapouvoirs*

*Ré : Réseaux*

**Annexe 1d. Articles (tableau, 224 éléments)**

<b>Année</b>	<b>Auteur</b>	<b>Titre de l'article</b>	<b>Revue</b>
1964	G. Friedmann	La télévision vécue	<i>Communications</i> (3)
1966	A. Glucksmann	Les effets des scènes de violence au cinéma et à la télévision	<i>Communications</i> (7)
1967	G. Friedmann	Télévision et démocratie culturelle	<i>Communications</i> (10)
1969	M. Gurevitch	L'attente du public : l'exemple de la télévision israélienne	<i>Communications</i> (14)
	R. Wangermée	Publics et culture en télévision	
1971	P. Champagne	La télévision et son langage : l'influence des conditions sociales de réception sur le message	<i>Revue française de sociologie</i> (12)
1978	J. Durand	L'étude par panel du public de la radio-télévision française	<i>Revue française du marketing</i> (74)
1980	J. Durand	La consommation audiovisuelle en Europe	<i>Com'7</i>
	J. Durand	L'évolution de l'audience à la télévision	<i>Revue française de communication</i> (4)
1981	J. Durand	La consommation audiovisuelle en Europe	<i>Sonovision</i>
	J. Durand	La mesure automatique de l'audience de la télévision : le système AUDIMAT	<i>Revue française du marketing</i> (87)
1983	J. Durand	La consommation des médias : recherche d'un modèle	<i>Cahiers de la communication</i> (5)
1984	D. Dayan	Le spectateur performé	<i>Hors Cadre</i> (4)
	J. Durand	Communication et effets	<i>Les Cahiers de l'INSIC</i> (1)
1985	M. Souchon	Petit écran, grand public: des nouvelles récentes	<i>Réseaux</i> (11)
1986	J. Durand	Le rôle des sondages dans le domaine de l'audiovisuel	<i>Communication et langages</i> (67)
1987	J. Durand	Vers une mesure internationale de l'audience de la télévision	<i>Médiaspouvoirs</i> (8)
1988	D. Boullier	Espace hertzien et espace public	<i>Espaces et société</i>
	P. Chambat, A. Ehrenberg	De la télévision à la culture de l'écran. Sur quelques transformations de la consommation	<i>Le Débat</i> (52)
	J. Bille, C. Fabre, M. Portes, A. Grangé-Cabane, J. Aglietta	Les protagonistes	<i>Dossiers de l'audiovisuel</i> (22)
	N. Coste	L'audience européenne	
	M. Demaison	L'audimétrie en France	
	J. Durand	Vers une mesure de l'audience au niveau européen	
	B. Givadinovitch, J. François	Le marché de l'espace	
	C. Grandcoing, M. Souchon, B. Delecour, R. Chaniac	Sondages et programmes	

	M. Legros	Deux systèmes, deux mesures	<i>Quaderni (4)</i>	
	F. Mariet	USA : la bataille pour le marché de la mesure de l'audience		
	F. Mariet	Du carnet d'écoute au people meter		
	V. Marles	Grande-Bretagne : le BARB		
	C. de Gournay, P.-A. Mercier	Le coq et l'âne : du zapping comme symbole d'une nouvelle culture télévisuelle		
	G. Bertrand, C. de Gournay, P.-A. Mercier	Le programme global		<i>Réseaux (32)</i>
	D. Boullier	Les styles de relation à la télévision		
	B. Le Grignou, E. Neveu	Émettre la réception : préméditations et réceptions de la politique télévisée		
1989	D. Dayan	Télévision interruptive, entre spectacle et communication	<i>Hermès (4)</i>	
	D. Dayan	À propos de la théorie des effets limités		
	M. Souchon, A. Le Diberder	Des publics inséparables	<i>Médiaspouvoirs (14)</i>	
	S. Daney	Entretien. La parole au zappeur	<i>Quaderni (8)</i>	
	J. Bianchi	Le téléspectateur et le feuilleton : de la réception comme rituel	<i>Quaderni (9)</i>	
	J. Durand	Les audimètres à boutons-poussoirs en Europe	<i>Revue française du marketing (122)</i>	
1990	D. Château	L'effet zapping	<i>Communications (51)</i>	
	F. Mariet	Le marché télévisuel et la démocratie de l'audience		
	M. Souchon	Un public ou des publics ?		
	M. Vernet	Incertain zapping		
	C. Beaupuy	Le zapping physique a-t-il la forme ?	<i>Le journal des médias</i>	
	J. Bianchi	La promesse du feuilleton	<i>Réseaux (39)</i>	
	F. Carmagnat	Lu dans la presse : un système passif de mesure d'audience		
	T. Gitlin	Prévoir l'imprévisible		
	C. Méadel	De la formation des comportements et des goûts. Une histoire des sondages à la télévision dans les années 50		
	D. Pasquier	Une télévision sur mesure : les données d'audience dans le système américain		
	M. Souchon	Les programmeurs et leurs représentations du public	<i>Réseaux (44-45)</i>	
	R. de Berti, A. Negri, P. Signorelli	Scènes de la vie quotidienne		
	P. Dahlgren	Les actualités télévisées. À chacun son interprétation		
	K. C. Schroder	Vers une convergence de traditions antagonistes ? Le cas de la recherche sur le public		
1991	J. Bourdon	À la recherche du public ou vers l'indice exterminateur. Une histoire de la mesure d'audience à la télévision française	<i>Culture technique</i>	

	C.-J. Bertrand	Quinze moyens d'améliorer les médias	<i>Médiaspouvoirs (21)</i>
	D. Boullier	Savez-vous parler télé ?	
	O. Donnat	L'usage des médias dans les enquêtes "pratiques culturelles des français"	
	J. Durand	L'évolution des audiences de la radio et de la télévision au cours des quarante dernières années	
	J.-L. Missika	Les français et leurs médias : le désenchantement	
	M. Souchon	Où va la télévision française ?	
	M. Souchon	Audience cumulée, audience moyenne audience totale	
	E. Veron	Les médias en réception : les enjeux de la complexité	
	M. Souchon	L'audience de la télévision	
1992	J. Durand	Segmentation des audiences	<i>Communication et langages (94)</i>
	J. Durand	La qualité des programmes de télévision. Concepts et mesures	<i>Dossiers de l'audiovisuel (43)</i>
	D. Dayan	Les mystères de la réception	<i>Le Débat (71)</i>
	Cl. Belisle, J. Bianchi, R. Jourdan, M.-F. Kouloumdjian	Médias. La réception revisitée	<i>Médiaspouvoirs (25)</i>
	M. Schorestene, D. Mormesse	L'audience des télévisions tchécoslovaques et hongroises	
	M. Souchon	La télévision dans l'espace des loisirs	<i>Projet (229)</i>
	P. Perin	Le zapping	<i>Réseaux (51)</i>
1993	G. Bertrand	Théories de la réception	<i>Dossiers de l'audiovisuel (51)</i>
	G. Bertrand, P.-A. Mercier	Le zapping une histoire ancienne ?	
	D. Boullier	Savez-vous parler télé ?	
	D. Boullier	Les styles de relation à la télévision	
	P. Chambat	La télévision: spectacle, politique, lien social	
	S. Daney	Marché de l'individu et disparition de l'expérience	
	J. Durand	Mesurer l'audience : le cas de la télévision	
	C. de Gournay	L'audience sans qualité, un public opaque	
	A. Le Diberder	Une nouvelle relation à l'outil	
	É. Macé	Le public participant	
	S. Proulx	Télévision, familles et vie quotidienne: éléments d'une approche ethnographique	
	W. Seaman	La théorie du public actif: un populisme non fondé	
	M. Souchon	La connaissance du public par les méthodes quantitatives	
	E. Veron	Le lien contractuel entre médias et récepteur	
D. Wolton	Grand public et lien social		

I. Ang	Culture et communication. Pour une critique ethnographique de la consommation des médias	<i>Hermès (11-12)</i>
J. Bourdon	Télévision et symbolisme politique	
J. Corner	Genres télévisuels et réception	
J. Curran	La décennie des révisions. La recherche en communication de masse des années 80	
P. Dahlgren	Television journalism as catalyst	
D. Dayan	Avant-propos : raconter le public	
J. Durand	Les jugements des téléspectateurs. L'évaluation des programmes de télévision	
J. Durand	Mesurer l'audience. Le cas de la télévision	
R. Ghiglione	La réception des messages. Approches psychosociologiques	
K. B. Jensen	Cinq traditions à la recherche du public	
E. Katz	L'héritage de Gabriel Tarde. Un paradigme pour la recherche sur l'opinion et la communication	
T. Liebes, E. Katz	Six interprétations de la série "Dallas"	
S. Livingstone, P. Lunt	Un public actif, un téléspectateur critique	
E. Macé	La télévision du pauvre. La participation du public	
D. Morley	La "réception" des travaux sur la réception. Retour sur "Le public de Nationwide"	
K. C. Schroder	Qualité culturelle : la poursuite d'un fantôme ?	
M. Souchon	Le vieux canon de 75. L'apport des méthodes quantitatives à la connaissance du public de la télévision	
M. Wolf	Recherche en communication et analyse textuelle	
M. Wolf	L'analyse de la réception et la recherche sur les médias	
D. Wolton	Pour le public	
B. Leconte	Entre les lignes. Écrits sur la télévision : usages et usagers	<i>Les cahiers du Circav (HS)</i>
R. Gighlione, C. Kekenbosch	La restitution des messages : le message, le récepteur et le média	<i>Psychologie française (38)</i>
R. Bouillin-Darteville	Modes de perception et stratégie d'appropriation des messages sportifs	<i>Réseaux (57)</i>
N. Arnal, A. Busson	Les possesseurs de magnéscope : vers de nouvelles pratiques audiovisuelles	<i>Réseaux (60)</i>
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	P. Champagne	La loi des grands nombres. Mesure de l'audience et représentation politique du public	<i>Actes de la recherche en sciences sociales (101-102)</i>
	M. Gheude	La réunion invisible	<i>Hermès (13-14)</i>
	M. Souchon	L'audience de la télévision : plaidoyer pour la notion d'heures-spectateurs	<i>Médiaspouvoirs, 36</i>
	S. Livingstone, P. Lunt	Se faire entendre dans l'espace public. Les femmes, la télévision et le citoyen-télespectateur	<i>Réseaux (63)</i>
	E. Macé	La programmation de la réception. Une sociologie critique des contenus	
	D. Mehl	La télévision compassionnelle	
	T. Liebes	À propos de la participation des téléspectateurs	<i>Réseaux (64)</i>
	L. Allard	Dire la réception : culture de masse, expérience esthétique et communication	<i>Réseaux (68)</i>
	S. Hall	Codage/Décodage	
1995	D. Dayan, E. Katz	Télévision d'intervention et spectacle politique : agir par le rituel	<i>Hermès (17-18)</i>
	M. Souchon	Qu'est-ce qu'une audience "significative" pour une télévision de service public ?	<i>Les cahiers de l'audiovisuel (5)</i>
	S. Proulx	Les perspectives d'analyse des médias : des effets aux usages	<i>Les cahiers de la sécurité intérieure (20)</i>
	B. J. Wilson	Les recherches sur médias et violence : agressivité, désensibilisation, peur	
	P. Winterhoff-Spurk	Spectateur ou acteur ? Une approche psychologique	
	P. Belanger, S. Proulx, J. Voisin	Les usages de la télévision conjugués au féminin et au masculin	<i>Quaderni (26)</i>
	G. Bertrand, G. Derèze, P.-A. Mercier	De quelques temporalités de la réception télévisuelle	<i>Recherches en communication (3)</i>
	B. Le Grignou	L'ubac des études de réception de la télévision	
	P. Leroy	La réception des télévisions étrangères. Le cas de la Belgique francophone	<i>Réseaux (69)</i>
	D. Pasquier	Chère Hélène. Les usages sociaux des séries collège	<i>Réseaux (70)</i>
	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 (74)</i>
M. Souchon	Télévision et culture. Jalons et anecdotes pour servir à l'histoire d'un malentendu	<i>Revue de l'institut de sociologie</i>	
1996	L. Spigel	La télévision dans le cercle de la famille	<i>Actes de la recherche en sciences sociales (113)</i>
	L. Allard	Y a-t-il encore un spectateur dans le salon ?	<i>Quaderni (31)</i>
	Y. Rocheron	Le téléspectateur en Grande-Bretagne et en France : consommateur ou citoyen	<i>Réseaux (75)</i>
	L. D'Haenens	Réalisation, réception et recherche	<i>Réseaux (77)</i>
	B. Mostefaoui	La télévision des autres. La réception de TV5 et France 2 à Casablanca et Tunis	<i>Réseaux (78)</i>
	J. Corner	Sens, genre et contexte : la problématique du "savoir public" dans les nouvelles	<i>Réseaux (79)</i>

		études de la réception	
	L. Quéré	Faut-il abandonner l'étude de la réception ?	
1997	V. Amiel	La télévision nous regarde-t-elle ?	<i>Esprit (3-4)</i>
	S. de Cheveigné	La science médiatisée : le discours des publics	<i>Hermès (21)</i>
	J. Corner, N. Gavin, P. Goddard, K. Richardson	Les actualités télévisées et les connaissances du public. Comprendre l'économie	
	P. Leroux	Les deux publics des 7 d'or	<i>Politix (37)</i>
	F. Jost	La promesse des genres	<i>Réseaux (81)</i>
	M. Coulomb-Gully	Bébête show et Guignols de l'info : de l'émission à la réception, parcours comiques et portraits de rieurs	<i>Réseaux (84)</i>
	N. Arnal, A. Busson	Les possesseurs de magnétoscope : vers de nouvelles pratiques audiovisuelles	<i>Réseaux (HS)</i>
	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. Leconte	Telle est la télé (2) ou la télévision des étudiants	<i>Les cahiers du Circav (10)</i>
	V. Amiel	Y a-t-il un téléspectateur devant l'écran ?	<i>Champs visuels (8)</i>
	D. Pasquier	Identification au héros et communautés de téléspectateurs : la réception d'"Hélène et les garçons"	<i>Hermès (22)</i>
	J. Bourdon	À la recherche du public ou vers l'indice exterminateur ? Une histoire de la mesure d'audience à la télévision française	<i>Quaderni (35)</i>
	S. Chalvon-Demersay	Avant propos : la mesure du public	
	S. Chalvon-Demersay, P.-A. Rosental	Une démographie des comportements volatils ? L'émergence de la micro-analyse dans la mesure d'audience	
	J. Durand	Les études sur l'audience de la radio-télévision en France	

	C. Méadel	De l'émergence d'un outil de quantification	
	V. Meslet	Accepter la diversité des publics	
	M. Souchon	Histoire des indicateurs de l'audience	
	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	D. Dayan	Madame se meurt. Des publics se construisent. Le jeu des médias et du public aux funérailles de Lady Diana	<i>Quaderni (38)</i>
	E. Baton-Hervé	Les enfants téléspectateur. Prénance 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>
2000	S. Calbo	Football et télévision : le rôle de l'affectivité dans la production de la collectivité	<i>Les cahiers du Circav (12)</i>
	D. Dayan	Télévision : le presque-public	<i>Réseaux (100)</i>
	E. Macé	Qu'est ce qu'une sociologie de la télévision (1) ? Esquisse d'une théorie des rapports sociaux médiatisés	<i>Réseaux (104)</i>
2001	E. Charonnat (entretien)	Fragmentation et volatilité des publics	<i>Dossiers de l'audiovisuel (99)</i>
	E. Fouquier	Quatre schémas de réception des spots télévisuels	
	D. Nahon, Ph. Tassi	Contexte d'insertion des messages et mémorisation de la publicité télévisuelle	
	J. Aglietta	L'audience, un concept de statisticien ?	<i>Dossiers de l'audiovisuel (100)</i>
	D. Boullier	Un public présumé paresseux ?	
	M. Souchon	Vous avez dits passifs ?	
	E. Macé	Qu'est ce qu'une sociologie de la télévision (2) ? Esquisse d'une théorie des rapports sociaux médiatisés	<i>Réseaux (105)</i>
	S. Proulx, D. Bélanger	La représentation des communautés immigrantes à la télévision francophone du Québec	<i>Réseaux (107)</i>
	K. Robins	Au-delà de la communauté imaginée ? Les médias transnationaux et les migrants turcs en Europe	
	K. Berthelot-Guiet, C. Ollivier-Yanis	Tu t'es vu quand t'écoutes l'État ? Réception des campagnes de communication gouvernementales. Appropriation et détournement linguistiques des messages	<i>Réseaux (108)</i>
2002	D. Dayan	Les médias visuels et leurs publics	<i>Les cahiers du collège iconique</i>
	G. Soulez	Choc en retour. Les téléspectateurs et le 11 septembre 2001	<i>Dossiers de l'audiovisuel (104)</i>

	J.-P. Esquenazi	Les non-publics de la télévision	<i>Réseaux (112-113)</i>
2003	P. Gandonnière	Le vertige du miroir: comment la télévision piège le téléspectateur	<i>Composite (1)</i>
	Cl. Allard	L'enfant et sa famille face à l'univers médiatique	<i>Dossiers de l'audiovisuel (108)</i>
	D. Frau-Meigs, S. Jehel	L'acculturation par les séries	
	O. Appé, J. Mauduit	Câble et satellite : il était une fois MédiaCabSat	<i>Hermès (37)</i>
	S. Benoit	Une direction des études dans une chaîne de télévision publique	
	D. Boullier	Du téléspectateur consommateur au téléspectateur citoyen	
	P. Champagne	L'audimétrie : une censure politique cachée	
	R. Chaniac	Introduction. L'audience, un puissant artefact	
	R. Chaniac	Télévision : l'adoption laborieuse d'une référence unique	
	J.-P. Cottet	Entretien. Il n'y a pas de service public sans public	
	E. Fraisse	Que mesure-t-on quand on mesure l'audience ?	
	Y. Jeanneret, V. Patrin-Leclère	Loft Story 1 ou la critique prise au piège de l'audience	
	A. Le Diberder	La mesure d'audience des nouveaux médias : une bonne réponse mais quelle est la question ?	
	E. Macé	Le conformisme provisoire de la programmation	
	E. Mougeotte	Entretien. La loi d'airain du Médiamat	
	M. Souchon	Pour une utilisation complète de l'audimétrie	
	M. Tessier	Entretien. Le téléspectateur, au cœur de la télévision publique	
D. Wolton	Avant-propos. Audience et publics : économie, culture, politique		
	D. Courbet, M.-P. Fourquet	Réception d'une catastrophe en direct à la télévision: étude qualitative des réactions provoquées par les attentats du 11 septembre 2001 aux États-Unis au travers du rappel de téléspectateurs français	<i>Revue européenne de psychologie appliquée (53-1)</i>
2004	B. Amigo Latorre	Le genre comme outil d'interprétation en réception: le cas des téléseries chiliennes	<i>Belphegor (3-1)</i>
	J. Bourdon	La triple invention: comment faire l'histoire du public?	<i>Le temps des médias (3)</i>
	D. Dayan, K. Lundby	Télévision, réception et identité dans une ville africaine	
	C. Méadel	L'audimat ou la conquête du monopole	
	Cl. Chabrol, D. Courbet, M.-P. Fourquet-Courbet	Psychologie sociale, traitements et effets des médias	<i>Questions de communication (5)</i>
	P. Georget	Effets des stratégies publicitaires. Personnalité, contexte et attentes contractuelles	
F. Girandola	Violence dans les médias : quels effets sur les comportements ?		

	G. Lochard, J.-Cl. Soulages	Une interdisciplinarité autonome est-elle possible ? Interrogations sur la réception des discours médiatiques	
	D. Boullier	La fabrique de l'opinion publique dans les conversations télé	<i>Réseaux (126)</i>
	S. Livingstone	Du rapport entre audiences et publics	
	D. Mehl	Un téléspectateur civique	
	G. Soulez	"Nous sommes le public". Apports de la rhétorique à l'analyse des publics	

**Annexe 1e. Contributions à des ouvrages collectifs (tableau, 84 éléments)**

<b>Année</b>	<b>Auteur(s)</b>	<b>Titre de la contribution</b>	<b>Ouvrage collectif</b>
1964	Friedmann G.	La télévision vécue	Friedmann G., <i>Ces merveilleux instruments</i>
1985	Souchon M.	La réception des émissions culturelles	<i>L'Économie du spectacle vivant et l'audiovisuel</i>
1989	Durand J.	Méthodologie des études d'audience – Inventaire des recherches en langue française	Institut de recherches et d'études publicitaires, <i>L'audience et les médias</i>
	Durand J.	Historique des informations à la radio et à la télévision : l'évolution des audiences	Comité d'histoire de la Radiodiffusion et de la Télévision, <i>Histoire des informations à la radio et à la télévision</i>
1990	Durand J.	Le concept d'audience en question	Institut de recherches et d'études publicitaires, <i>Les médias, la publicité, la recherche</i>
	Katz E.	À propos des médias et de leurs effets	Sfez L., Coutlée G., dirs, <i>Technologies et symboliques de la communication</i>
1991	Chabrol Cl.	La réception : étude des processus d'évaluation des débats médiatiques	Charaudeau P., dir., <i>La télévision, les débats culturels, « Apostrophes »</i>
	Mercier P.-A.	Le zappeur, téléspectateur actif	Charon J.-M., Sauvageau S., dirs, <i>L'état des médias</i>
1993	Boullier D.	Quand le téléspectateur cause	Belisle Cl., dir., <i>Communication et nouvelles technologies</i>
	Souchon M.	Le vieux canon de 75. L'apport des méthodes quantitatives à la connaissance du public de la télévision	Bougnoux D., dir., <i>Sciences de l'information et de la communication. Textes essentiels</i>
	Durand J.	Audience – Définition et méthodes de mesure	Sfez L., dir., <i>Dictionnaire critique de la communication. Tome 2</i>
	Souchon M.	Public/publics de la télévision	
1994	Boullier D.	Construire le téléspectateur : récepteur, consommateur ou citoyen ?	Vitalis A., dir., <i>Médias et nouvelles technologies. Pour une socio-politique des usages</i>
1998	Château D.	Interprétances et activation : deux concepts clés d'une théorie de la réception télévisuelle comme pratique	Bourdon J., Jost F., dirs., <i>Penser la télévision</i>
	Dayan D.	Le double corps du spectateur	
	Mehl D.	La parole profane	
	Pasquier D.	Lecture des personnages de série	
	Lecomte J.	Entretien avec Daniel Dayan. Le sens des cérémonies télévisées	Cabin Ph., <i>La communication. État des savoirs</i>
	Missika J.-L.	L'impact des médias : les modèles théoriques	
	Mousseau J.	Le temps du public roi	
	Chaniac R.	Public du cinéma et public de la télévision	
		Chaniac R., Jézéquel J.-P., dirs, <i>Télévision et cinéma, le</i>	

			<i>désenchantement</i>	
	Baillargeon J.-P.	Statistiques culturelles : méthodes, usages, critiques	Proulx S., dir., <i>Accusé de réception</i>	
	Dayan D.	Le double corps du spectateur		
	Gheude M.	La réunion invisible : du mode d'existence des téléspectateurs		
	Malo G., Giroux L.	La mesure industrielle des auditoires		
	Méadel C., Proulx S.	Usagers en chiffres, usagers en actes		
	Proulx S., Maillet D.	La construction ethnographique des publics de télévision		
	Raboy M.	Le public fantôme : un acteur équivoque qui hante les débats sur les médias »		
	Souchon M.	Les recherches sur l'audience au service de la programmation		
1999	Calbo S.	La réception comme activité collective	de Fornel M., Quéré L., dirs, <i>La logique des situations. Nouveaux regards sur l'écologie des activités sociales</i>	
	Proulx S.	Paradoxes de la réception médiatique au temps de la mondialisation	Proulx S., Vitalis A., dirs, <i>Vers une citoyenneté simulée</i>	
	Relieu M.	La réalisation et la réception du produit télévisuel comme accomplissements	Desgoutte J.-P., dir., <i>La mise en scène du discours audiovisuel</i>	
2000	Calbo S.	Activité de réception et production du sentiment d'appartenance	Gabaston P., Leconte B., dirs, <i>Sports et télévision</i>	
	Dayan D.	Télévision. Le silence des publics	Huchet B., Payen E., eds, <i>Figures de l'événement. Médias et représentations du monde</i>	
2001	Le Grignou B.	La réception des médias : un mauvais objet ?	Georgakakis D., Utard J.-M., dirs, <i>Sciences des médias. Jalons pour une histoire politique</i>	
	Méadel C.	Naissance d'une science de l'audience : premiers travaux sur les téléspectateurs		
	Esquenazi J.-P.	Foules, masses, anonymes »	Lambert F., dir., <i>Figures de l'anonymat</i>	
	Tisseron S.	Le spectateur en quête d'auteur : les nouvelles figures de l'anonymat		
	Proulx S., Wolff É.	La réception sociale de la télévision	Watin M., dir., <i>Communication et espace public. Univers créoles</i>	
2002	Mehl D.	Télévision de l'intimité et espace public	Baudry P., Sorbets C., Vitalis A., dirs, <i>La vie privée à l'heure des médias</i>	
	Beylot P.	Modèles pragmatiques de réception des séries policières	Beylot P., Sellier G., dirs, <i>Les séries policières</i>	
	Chalvon-Demersay S.	Fiction policière et identité sociale virtuelle		
	Gellereau M.	Séries policières et vidéo amateur : comment des adolescents réinvestissent les genres dans leurs productions audiovisuelles »		
	Taranger M.-C.	Ados, séries : regards croisés		
		Calbo S.	La réception domestique du film : une activité socialement organisée	Creton L., dir., <i>Le cinéma à l'épreuve du système télévisuel</i>
		Boullier D.	La télé est en vous !	Delarge A., Spire J., dirs, <i>La télé au logis. Usages de la</i>

	Chalvon-Demersay S.	Des métiers comme on aimerait	télévision
	Combessie Ph.	Grilles et chaînes : liberté ou asservissement	
	Coutas É	Tout et rien c'est ce qu'on fait de la télé	
	Dayan D.	Homo videns : la réception, l'ethnologue et le téléspectateur	
	Derèze G	La télévision volontaire. Un objet captivant à maîtriser, pour le plaisir de tous	
	Derèze G	Le sport, la mise en spectacle et l'argent	
	Guicheney G.	Le médiateur : entre émetteur et récepteur	
	Mercier P.-A.	Du zapping au surfing : l'art de la glisse	
	Pasquier D.	La télévision des adolescents : usage des séries dans la société juvénile	
	Roux A.	Télévision : relations entre technique et public	
	Spire J.	Les Français devant l'écran : enquêtes nationales et sondages à Fresnes	
	Esquenazi J.-P.	<i>Friends</i> , une communauté télévisuelle	
	Grisprud J.	<i>Fan, viewers and television theory</i>	
	Le Guern P.	En être ou pas : le fan club de la série <i>Le Prisonnier</i>	
	Maigret É.	Du mythe au culte... ou de charybide en scylla ? Le problème de l'importation des concepts religieux dans l'étude des publics des médias	
	Pasquier D.	Une nouvelle amie. Le héros télévisuel comme promesse d'amour	
2003	Bommert H.	La recherche selon la personnalité des téléspectateurs	Albert P., Koch U., Rieffel R., Schröter D., Viallon P., dirs, <i>Les médias et leurs publics en France et en Allemagne</i>
	Bourgeois I.	Entre le foot et la dictée. Une réflexion interculturelle sur les goûts des publics français et allemands	
	Chalvon-Demersay S., Rosental P.-A.	Vers une démographie de l'audience ?	
	Chaniac R.	Le public de la fiction télévisée. Quelques remarques à partir d'"Eurofiction"	
	Darkow M.	Pléthore de l'offre de programmes versus usage différencié : le comportement des téléspectateurs en Allemagne »	
	Dayan D.	Le public comme performance	
	Hasebrink U.	Existe-t-il un public européen des médias et donc un marché européen des médias ?	
	Hurard F.	Mesure et connaissance du public des médias audiovisuels en France : éléments de problématique	

	Krotz F.	Les médias dans la vie quotidienne des enfants et des adolescents en Allemagne et en France	
	Paplorey C.	À la recherche du téléspectateur de TV5	
	Schenk M.	Le public oublié : le groupe des 50 ans et plus	
	Cardon D., Heurtin J.-Ph.	Dans les coulisses du public. Un regard ethnographique sur le travail des programmeurs du Téléthon	Cefaï D., Pasquier D., dirs, <i>Les sens du public</i>
	Cefaï D., Pasquier D.	Introduction	
	Chalvon-Demersay S.	Enquête sur des publics particulièrement concernés	
	Dayan D., Katz E.	Le général, son défilé, la foule et la télévision. Événements, spectateurs, audiences et publics chez Kurt et Gladys Lang	
	Mehl D.	Le témoin, figure emblématique de l'espace public/privé	
	Pasquier D.	Des audiences aux publics : le rôle de la sociabilité dans les pratiques culturelles	Donnat O., Tolila P., dirs, <i>Le(s) public(s) de la culture</i>
	Dayan D.	Sociologie des médias : le détour par l'ethnographie	Moscovici S., Buschini F., dirs, <i>Les méthodes des sciences humaines</i>
	Glevarec H.	Les médias dans les pratiques culturelles	Maigret É., dir., <i>Communication et médias</i>
	Maigret É.	Existe-t-il des effets des médias de masse ?	
	Maigret É.	Les publics : sociologie de la réception et <i>Cultural Studies</i>	
2004	Pasquier D.	La télévision comme expérience collective : retour sur les Mondes de l'art	Pessin A., Blanc A., dirs, <i>Mélanges pour Howard Becker</i>

**Annexe 1f. Dossiers de revue (tableau, 12 éléments)**

<b>Année</b>	<b>Directeur(s) du dossier</b>	<b>Titre du dossier</b>	<b>Revue</b>
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>

**Annexe 1g. Ouvrages (tableau, 27 éléments)**

<b>Année*</b>	<b>Auteur(s)</b>	<b>Titre</b>	<b>Éditeur</b>
1969	M. Souchon	<i>La télévision des adolescents</i>	Éditions Ouvrières
1974	J. Cazeneuve	<i>L'homme téléspectateur</i>	Denoël Gonthier
1978	M. Souchon	<i>La télévision et son public 1974-1977</i>	La documentation française
1980	M. Souchon	<i>Petit écran, grand public</i>	La documentation française
1982	É. Pierre, J. Chaguiboff, B. Chapelain	<i>Les nouveaux téléspectateurs de 9 à 18 ans</i>	INA/La Documentation française
1983	J.-L. Missika, D. Wolton	<i>La folle du logis. La télévision dans les sociétés démocratiques</i>	Gallimard
1987	D. Boullier	<i>La conversation télé</i>	Lares
1988	G. Bertrand, C. de Gournay, P.-A. Mercier	<i>Fragment d'un récit cathodique</i>	Cnet/Réseaux
	P. Olivier, F. Chauvat, B. Mougin	<i>Le zappeur se rebiffe</i>	Belfond
1989	B. Chapelain	<i>Télévision, jeunes et histoire</i>	INRP
1990	D. Bahu-Leyser, H. Chavenon, J. Durand	<i>Audience des médias. Guide France-Europe</i>	Eyrolles
	G. Bertrand, C. de Gournay, P.-A. Mercier	<i>De l'audience à la réception</i>	Cnet/Ina/CNRS
	D. Boullier, M. Legrand, F. Gouriou	<i>Je regarde, j'aime, c'est bien. Les téléspectateurs jugent la télévision</i>	Euristic Media (pour l'Ina)
	D. Wolton	<i>Éloge du grand public</i>	Flammarion
1991	J.-L. Chabrol, P. Perin	<i>Le zapping</i>	Cnet/Réseaux
	Médiamétrie	<i>Télévision 1990 : Le livre de l'audience</i>	Economica
1992	J. Bianchi, J. Bougeois	<i>Les médias côté public. Le jeu de la réception</i>	Centurion
	L. François	<i>Les médias et leur audience</i>	Les éditions d'organisation
1994	M. de Bussierre, C. Mauriat, C. Méadel	<i>Histoire des publics à la radio et à la télévision</i>	Comité d'histoire de la radio- Comité d'histoire de la télévision-Groupe d'études historiques de la radiodiffusion
1996	D. Dayan, E. Katz	<i>La télévision cérémonielle</i>	Presses universitaires de France

1998	S. Calbo	<i>Réception télévisuelle et affectivité : une approche ethnographique sur la réception des programmes sériels</i>	L'Harmattan
1999	D. Pasquier	<i>La culture des sentiments. L'expérience télévisuelle des adolescents</i>	Maison des sciences de l'homme
2000	É. Baton-Hervé	<i>Les enfants téléspectateurs. Programmes, discours, représentations</i>	L'Harmattan
	A.-M. Gourdon	<i>Des arts et des spectacles à la télévision. Le regard du téléspectateur</i>	CNRS
2003	D. Boullier	<i>La télévision telle qu'on la parle</i>	L'Harmattan
	J.-P. Esquenazi	<i>Sociologie des publics</i>	La Découverte
	B. Le Grignou	<i>Du côté du public. Usages et réceptions de la télévision</i>	Economica

### Annexe 1h. Ouvrages collectifs (tableau, 12 éléments)

Année*	Directeur(s) de la publication	Titre	Éditeur
1972	G. Gauthier, Ph. Pilard	<i>Télévision passive, télévision active</i>	Téma éditions
1973	M. Souchon	<i>Anatomie d'un feuilleton : François Gaillard</i>	Téma éditions
1989	Groupe de recherche sur les comportements humains spectaculaires organisés	<i>Le téléspectateur face à la publicité</i>	Nathan
	Institut de recherche et d'études publicitaires (Irep)	<i>L'audience et les médias</i>	Les éditions d'organisation
1991	M. Souchon	<i>L'enfant devant la télévision</i>	Casterman
1995	J.-P. Esquenazi	<i>La télévision et ses téléspectateurs</i>	L'Harmattan
1998	S. Proulx	<i>Accusé de réception</i>	L'Harmattan
2002	A. Delarge, J. Spire	<i>La télé au logis. Usages de la télévision</i>	Creaphis
	É. Fraisse	<i>Mesurer l'audience des médias : du recueil des données au mediaplanning</i>	Dunod
2003	P. Albert, U. Koch, R. Rieffel, D. Schröter, P. Viallon	<i>Les médias et leurs publics en France et en Allemagne</i>	Panthéon/Assas
	D. Cefaï, D. Pasquier	<i>Les sens du public. Publics politiques, publics médiatiques</i>	Presses universitaires de France
	D. Courbet, M.-P. Fourquet-Courbet	<i>La Télévision et ses Influences</i>	De Boeck Université/INA

\* Année de publication en France pour les ouvrages traduits.

**Annexe 1i. Publications d'auteurs étrangers traduites en français (tableau, 28 éléments)**

<b>Auteur</b>	<b>Année de publi.</b>	<b>Titre (traduit)</b>	<b>Traducteur(s)</b>	<b>Lieu de publication</b>
Katz E.	1956	« Les deux étages de la communication », extraits	trad. de l'américain par É. Potel	<i>in</i> : Bougnoux D., 1993, <i>Sciences de l'information et de la communication. Textes essentiels</i> , Paris Larousse
Dahlgren P.	1990	« Les actualités télévisées. À chacun son interprétation »	trad. de l'anglais	<i>Réseaux</i> , 44-45
Schroder K. C.	1990	« Vers une convergence de traditions antagonistes ? Le cas de la recherche sur le public »	trad. de l'anglais	
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
Corner J.	1993	« Genres télévisuels et réception »	trad. de l'anglais par J. Cheng et D. Dayan	
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	
Jensen K. B., Rosengren K. E.	1993	« Cinq traditions à la recherche du public »	trad. de l'anglais par É. Macé et D. Dayan	
Katz E.	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	
Liebes T., Katz E.	1993	« Six interprétations de la série "Dallas" »	trad. de l'anglais par É. Maigret et D. Dayan	
Livingstone S., Lunt P.	1993	« Un public actif, un téléspectateur critique »	trad. de l'anglais par J. Bourdon	
Schroder K. C.	1993	« Qualité culturelle : la poursuite d'un fantôme ? »	trad. de l'anglais par D. Dayan	
Wolf M.	1993	« Recherche en communication et analyse textuelle »	trad. de l'anglais par G. Mandelsaft et D. Dayan	
Wolf M.	1993	« L'analyse de la réception et la recherche sur les médias »	trad. de l'anglais	

Livingstone S., Lunt P.	1994	« Se faire entendre dans l'espace public. Les femmes, la télévision et le citoyen-téléspectateur »	trad. de l'anglais par É. Maigret	<i>Réseaux</i> , 63
Liebes T.	1994	« À propos de la participation des télésectateurs »	trad. de l'anglais par É. Zeitlin et D. Pasquier	<i>Réseaux</i> , 64
Hall S.	1994	« Codage/Décodage »	trad. de l'anglais par M. Albaret et M.-C. Gamberini	<i>Réseaux</i> , 68
Corner J.	1996	« Sens, genre et contexte : la problématique du "savoir public" dans les nouvelles études de la réception »	trad. de l'anglais	<i>Réseaux</i> , 79.
Dayan D., Katz E.	1996	<i>La télévision cérémonielle</i>	trad. de l'anglais et refondu par D. Dayan, avec la collaboration de J. Feydy et M. Robert	Paris, Presses universitaires de France.
Corner J., Gavin N., Goddard P., Richerdson K.	1997	« Les actualités télévisées et les connaissances du public. Comprendre l'économie »	trad. de l'anglais	<i>Hermès</i> , 21
Hall S.	1997	« Codage/Décodage »	trad. de l'anglais par M. Albaret et M.-C. Gamberini	in : Beaud P., Flichy P., Pasquier D., Quéré L., dirs, <i>Sociologie de la communication</i> , Paris, Cnet
Liebes T.	1997	« À propos de la participation du télésectateur »	trad. de l'anglais par É. Zeitlin et D. Pasquier	
Scannell P.	1997	« L'intentionnalité communicationnelle dans les émissions de radio et de télévision »	trad. de l'anglais par M.-C. Gamberini	
Schlesinger P.	1997	« Le chaînon manquant. Le "professionalisme" et le public »	trad. de l'anglais par É. Zeitlin	
Schroder K. C.	1997	« Vers une convergence de traditions antagonistes ? Le cas de la recherche sur le public »	trad. de l'anglais	
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	<i>Réseaux</i> , 107.
Bommert H.	2003	« La recherche selon la personnalité des télésectateurs »	trad. de l'allemand par Ph. Viallon et S. Glaubitz	in : Albert P., Koch U., Rieffel R., Schröter D., Viallon P., dirs, <i>Les médias et leurs publics en France et en Allemagne</i> , Paris, Éd. Panthéon Assas
Schenk M.	2003	« Le public oublié : le groupe des 50 ans et plus »	trad. de l'allemand par Ph. Viallon et S. Glaubitz	
Livingstone S.	2004	« Du rapport entre audiences et publics »	trad. de l'anglais	<i>Réseaux</i> , 126

**Annexe 1j. Publications originales d'auteurs étrangers diffusées dans le champ académique français (tableau, 3 éléments)**

<b>Auteur</b>	<b>Année de publi.</b>	<b>Titre</b>	<b>Lieu de publication</b>
Vernet M.	1990	« Incertain zapping »	<i>Communications</i> , 51
Dahlgren P.	1993	« <i>Television journalism as catalyst</i> »	<i>Hermès</i> , 11-12
Grisrud J.	2002	« <i>Fan, viewers and television theory</i> »	<i>in</i> : Le Guern Ph., dir., <i>Les cultes médiatiques. Culture fan et œuvres cultes</i>

**ANNEXE 2. PUBLICATIONS DES PRATICIENS SUR LES TELESPECTATEURS DANS LE CHAMP ACADEMIQUE (1969-2003)**  
**(TABLEAU, 112 ELEMENTS)**

Année	Revue (articles)	Contribution à un ouvrage collectif	Revue (dossier)	Ouvrages Ouvrages collectifs
1969				- Souchon M., <i>La télévision des adolescents</i>
1973				- Michel Souchon, dir., <i>Anatomie d'un feuilleton : François Gaillard</i>
1974				- Cazeneuve J., <i>L'homme téléspectateur</i>
1978	- Durand J., L'étude par panel du public de la radio-télévision française, <i>Revue française du marketing</i> , 74			- Souchon M., <i>La télévision et son public</i>
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			
1984	- 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</i>		

		<i>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			
1988	- Bille J., <i>et al</i> , Les protagonistes, <i>DA</i> , 22 - Coste N., L'audience européenne, <i>DA</i> , 22 - Demaison M., L'audimétrie en France, <i>DA</i> , 22 - Durand J., Vers une mesure de l'audience au niveau européen, <i>DA</i> , 22 - Givadinovitch B., François J., Le marché de l'espace, <i>DA</i> , 22 - Grandcoing C., Sondages et programmes, <i>DA</i> , 22 - Legros M., Deux systèmes, deux mesures, <i>DA</i> , 22 - Mariet F., USA : la bataille pour le marché de la mesure de l'audience, <i>DA</i> , 22 - Mariet F., Du carnet d'écoute au people meter, <i>DA</i> , 22 - Marles V., Grande-Bretagne : le BARB, <i>DA</i> , 22 - de Gournay C., Mercier P.-A., Le coq et l'âne : du zapping comme symbole d'une nouvelle culture télévisuelle, <i>Quaderni</i> , 4 - Bertrand G., de Gournay C., Mercier P.-A., Le programme global, <i>Ré</i> , 32 -		- Chaniac R., dir., Télévision. La mesure de l'audience, <i>DA</i> , 22	- Bertrand G, De Gournay C, Mercier P.-A., <i>Fragment d'un récit cathodique</i> - Olivier P., Chauvat F., Mougins B., <i>Le zappeur se rebiffe</i>
1989	- Souchon M., Le Dieberder A., Des publics inséparables, <i>Médiaspouvoirs</i> , 14 - Daney S., La parole au zappeur, <i>Quaderni</i> , 8 - Durand J., Les audimètres à boutons-poussoirs en Europe, <i>Revue française du marketing (122)</i>	- Durand D., Méthodologie des études d'audience – Inventaire des recherches en langue française, <i>in</i> : Irep, dir., <i>L'audience et les médias</i> - Durand D., Historique des informations à la radio et à la télévision : l'évolution des		- Institut de recherche et d'études publicitaires (Irep), dir., <i>L'audience et les médias</i>

		audiences, <i>in</i> : Comité d'histoire de la Radiodiffusion et de la Télévision, dir., <i>Histoire des informations à la radio et à la télévision</i>		
1990	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mariet F., Le marché télévisuel et la démocratie de l'audience, <i>Com.</i> 51</li> <li>- Souchon M., Un public ou des publics, <i>Com.</i> 51</li> <li>- Vernet M., <i>Incertain zapping</i>, <i>Com.</i> 51</li> <li>- Beaupty C, Le zapping physique a-t-il la forme ?, <i>Le Journal des médias</i>, 26</li> <li>- Carmagnat F., Lu dans la presse : un système passif de mesure d'audience, <i>Ré</i>, 39</li> <li>- Souchon M., Les programmeurs et leurs représentations du public, <i>Ré</i>, 39</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Durand J., Le concept d'audience en question, <i>in</i> : Irep, dir., <i>Les médias, la publicité, la recherche</i></li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bahu-Leyser D., Chavenon H., Durand J., <i>Audience des médias. Guide France-Europe</i></li> <li>- Bertrand G, De Gournay C, Mercier P.-A., <i>De l'audience à la réception</i></li> </ul>
1991	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bertrand C.-J., Quinze moyens d'améliorer les médias, <i>Mé</i>, 21</li> <li>- Donnat O., L'usage des médias dans les enquêtes "pratiques culturelles des français", <i>Mé</i>, 21</li> <li>- Durand J., L'évolution des audiences de la radio et de la télévision au cours des quarante dernières années, <i>Mé</i>, 21</li> <li>- Missika J.-L., Les français et leurs médias : le désenchantement, <i>Mé</i>, 21</li> <li>- Souchon M., Où va la télévision française ?, <i>Mé</i>, 21</li> <li>- Souchon M., Audience cumulée, audience moyenne audience totale, <i>Mé</i>, 21</li> <li>- Souchon M., L'audience de la télévision, <i>Ré</i>, 49</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>- Chabrol J.-L., Perin P., <i>Le zapping</i></li> <li>- Médiamétrie, <i>Télévision 1990 : Le livre de l'audience</i></li> <li>- Souchon M., dir., <i>L'enfant devant la télévision</i></li> </ul>
1992	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Durand J., Segmentation des audiences, <i>Communication et langages</i>, 94</li> <li>- Durand J., La qualité des programmes de télévision. Concepts et mesures, <i>DA</i>, 43</li> <li>- Perin P., Le zapping, <i>Ré</i>, 51</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>- François L., <i>Les médias et leur audience</i></li> </ul>

1993	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bertrand G., Théories de la réception, <i>DA</i>, 51</li> <li>- Bertrand G., Mercier P.-A., Le zapping une histoire ancienne?, <i>DA</i>, 51</li> <li>- Daney S., Marché de l'individu et disparition de l'expérience, <i>DA</i>, 51</li> <li>- Durand J., Mesurer l'audience : le cas de la télévision, <i>DA</i>, 51</li> <li>- de Gournay C., L'audience sans qualité, un public opaque, <i>DA</i>, 51</li> <li>- Le Diberder A., Une nouvelle relation à l'outil, <i>DA</i>, 51</li> <li>- Souchon M., La connaissance du public par les méthodes quantitatives, <i>DA</i>, 51</li> <li>- Durand J., Les jugements des téléspectateurs. L'évaluation des programmes de télévision, <i>He</i>, 11-12</li> <li>- Durand J., Mesurer l'audience. Le cas de la télévision, <i>He</i>, 11-12</li> <li>- Souchon M., Le vieux canon de 75. L'apport des méthodes quantitatives à la connaissance du public de la télévision, <i>He</i>, 11-12</li> <li>- Arnal N., Busson A., Les possesseurs de magnétoscope : vers de nouvelles pratiques audiovisuelles, <i>Ré</i>, 60</li> <li>- Arnal N., Busson A., Les possesseurs de magnétoscope : vers de nouvelles pratiques audiovisuelles, <i>Ré</i>, HS</li> <li>- Bertrand G., de Gournay C., Mercier P.-A., Le programme global, <i>Ré</i>, HS</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Souchon M., Le vieux canon de 75. L'apport des méthodes quantitatives à la connaissance du public de la télévision, <i>in</i> : Bougnoux D., dir., <i>Sciences de l'information et de la communication. Textes essentiels</i></li> <li>- Durand J., Audience – Définition et méthodes de mesure, <i>in</i> : Sfez L., dir., <i>Dictionnaire critique de la communication. Tome 2</i></li> <li>- Souchon M., Public/publics de la télévision, <i>in</i> : Sfez L., dir., <i>Dictionnaire critique de la communication. Tome 2</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bertrand G., dir., Les approches du téléspectateur, <i>Les dossiers de l'audiovisuel</i>, 51</li> </ul>	
1995	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Souchon M., Qu'est-ce qu'une audience "significative" pour une télévision de service public ?, <i>Les cahiers de l'audiovisuel</i>, 5</li> <li>- Bertrand G., Derèze G., Mercier P.-A., De quelques temporalités de la réception spectatorielle, <i>Recherches en communication</i>, 3</li> </ul>			-

	- Souchon M., Télévision et culture. Jalons et anecdotes pour servir à l'histoire d'un malentendu, <i>Revue de l'institut de sociologie</i>			
1997	- Arnal N., Busson A., Les possesseurs de magnétoscope : vers de nouvelles pratiques audiovisuelles, <i>Ré</i> , HS - Bertrand G., de Gournay C., Mercier P.-A., Le programme global, <i>Ré</i> , HS - Souchon M., L'audience de la télévision, <i>Ré</i> , HS			
1998	- Durand J., Les études sur l'audience de la radio-télévision en France, <i>Quaderni</i> , 35 - Meslet V., Accepter la diversité des publics, <i>Quaderni</i> , 35 - Souchon M., Histoire des indicateurs de l'audience, <i>Quaderni</i> , 35	- Missika J.-L., L'impact des médias : les modèles théoriques, <i>in</i> : Cabin Ph., <i>La communication. État des savoirs</i> - Mousseau J., Le temps du public roi, <i>in</i> : Cabin Ph., <i>La communication. État des savoirs</i> - Chaniac R., Public du cinéma et public de la télévision, <i>in</i> : Chaniac R., Jézéquel J.-P., dirs, <i>Télévision et cinéma, le désenchantement</i> - Malo G., Giroux L., La mesure industrielle des auditoires, <i>in</i> : Proulx S., dir., <i>Accusé de réception</i> - Souchon M., Les recherches sur l'audience au service de la programmation, <i>in</i> : Proulx S., dir., <i>Accusé de réception</i>		
1999	- Bertrand G., Pratiques télévisuelles dans la famille et processus de décision, <i>Ré</i> , 92-93	- Relieu M., La réalisation et la réception du produit télévisuel comme accomplissements, <i>in</i> : Desgoutte J.-P., dir., <i>La mise en scène du discours audiovisuel</i>		
2000	- Calbo S., Football et télévision : le rôle de l'affectivité dans la production de la collectivité, <i>Les cahiers du Circav</i> , 12 - Dayan D., Télévision: le presque public, <i>Ré</i> , 100 - Macé É., Qu'est ce qu'une sociologie de la télévision ? (1), <i>Ré</i> , 104	- Calbo S., Activité de réception et production du sentiment d'appartenance, <i>in</i> : Gabaston P., Leconte B., dirs, <i>Sports et télévision</i> - Dayan D., Télévision. Le silence des publics, <i>in</i> : Huchet B., Payen E., eds, <i>Figures de l'événement. Médias et représentations du monde</i>		- Baton-Hervé É., <i>Les enfants téléspectateurs. Programmes, discours, représentations</i> - Gourdon A.-M., <i>Des arts et des spectacles à la télévision. Le regard du téléspectateur</i>

2001	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Charonnat E., Fragmentation et volatilité des publics, <i>DA</i>, 99</li> <li>- Nahon D., Tassi Ph., Contexte d'insertion des messages et mémorisation de la publicité télévisuelle, <i>DA</i>, 99</li> <li>- Aglietta J., L'audience, un concept de statisticien ?, <i>DA</i>, 100</li> <li>- Souchon M., Vous avez dits passifs ?, <i>DA</i>, 100</li> </ul>			
2002		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Coutas É., Tout et rien c'est ce qu'on fait de la télé, <i>in</i> : Delarge A., Spire J., dirs, <i>La télé au logis</i></li> <li>- Guicheney G., Le médiateur : entre émetteur et récepteur, <i>in</i> : Delarge A., Spire J., dirs, <i>La télé au logis</i></li> <li>- Roux A., Télévision : relations entre technique et public, <i>in</i> : Delarge A., Spire J., dirs, <i>La télé au logis</i></li> <li>- Spire J., Les Français devant l'écran, <i>in</i> : Delarge A., Spire J., dirs, <i>La télé au logis</i></li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Delarge A., Spire J., dirs, <i>La télé au logis. Usages de la télévision</i></li> <li>- Fraisse É., dir., <i>Mesurer l'audience des médias : du recueil des données au média-planning</i></li> </ul>
2003	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Appé O., Mauduit J., Câble et satellite : il était une fois MédiaCabSat, <i>He</i>, 37</li> <li>- Benoît S., Une direction des études dans une chaîne de télévision publique, <i>He</i>, 37</li> <li>- Chaniac R., Introduction. L'audience, un puissant artefact, <i>He</i>, 37</li> <li>- Chaniac R., Télévision : l'adoption laborieuse d'une référence unique, <i>He</i>, 37</li> <li>- Cottet J.-P., Entretien. Il n'y a pas de service public sans public, <i>He</i>, 37</li> <li>- Fraisse É., Que mesure-t-on quand on mesure l'audience ?, <i>He</i>, 37</li> <li>- Le Diberder A., La mesure d'audience des nouveaux médias : une bonne réponse mais quelle est la question ?, <i>He</i>, 37</li> <li>- Mougeotte É., Entretien. La loi d'airain du</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Chaniac R., Le public de la fiction télévisée, <i>in</i> : Albert P., <i>et al.</i>, dirs, <i>Les médias et leurs publics en France et en Allemagne</i></li> <li>- Darkow M., Pléthore de l'offre de programmes versus usage différencié, <i>in</i> : Albert P., <i>et al.</i>, dirs, <i>Les médias et leurs publics en France et en Allemagne</i></li> <li>- Hurard F., Mesure et connaissance du public des médias audiovisuels en France, <i>in</i> : Albert P., <i>et al.</i>, dirs, <i>Les médias et leurs publics en France et en Allemagne</i></li> <li>- Paporey C., À la recherche du téléspectateur de TV5, <i>in</i> : Albert P., <i>et al.</i>, dirs, <i>Les médias et leurs publics en France et en Allemagne</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Chaniac R., L'audience. Presse, radio, télévision, Internet, <i>Hermès</i>, 37</li> </ul>	-

	<p>Médiamat, <i>He</i>, 37</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Souchon M., Pour une utilisation complète de l'audimétrie, <i>He</i>, 37</li><li>- Tessier M., Entretien. Le téléspectateur, au cœur de la télévision publique, <i>He</i>, 37</li></ul>			
--	--	--	--	--

**ANNEXE 3. SOMMAIRES DE DOSSIERS DE REVUE SUR LA RECEPTION DES MEDIAS (TABLEAU, 18 ELEMENTS)<sup>1</sup>**

Année	Titre du dossier	Titre de la revue	Sous la direction de	Articles (auteur, « titre »)
1988	Télévision. La mesure de l'audience	<i>Les dossiers de l'audiovisuel (22)</i>	Régine Chaniac	Bille J., Fabre C., Portes M., Grangé-Cabane A., Aglietta J., « Les protagonistes » Demaison M., « L'audimétrie en France » Durand J., « Vers une mesure de l'audience au niveau européen » Givadinovitch B., François J., « Le marché de l'espace » Grandcoing C., Souchon M., Delecour B., Chaniac R., « Sondages et programmes » Legros M., « Deux systèmes, deux mesures » Mariet F., « USA : la bataille pour le marché de la mesure de l'audience » Mariet F., « Du carnet d'écoute au people meter » Marles V., « Grande-Bretagne : le BARB »
	Regards sur la télévision	<i>Réseaux (32)</i>	Paul Beaud	Gisèle Bertrand, Chantal de Gournay, Pierre-Alain Mercier, « Le programme global » Boullier D., « Les styles de relation à la télévision » Le Grignou B., Neveu É., « Émettre la réception. Préméditation et réception de la politique télévisée »
1990	La réception des médias. L'invention du téléspectateur	<i>Réseaux (39)</i>	Paul Beaud, Patrice Flichy	Bianchi J., « La promesse du feuilleton » Carmagnat F., « Lu dans la presse : un système passif de mesure d'audience » ; Gitlin T., « Prévoir l'imprévisible » Méadel C., « De la formation des comportements et des goûts » Pasquier D., « Une télévision sur mesure : les données d'audience dans le système américain » Souchon M., « Les programmeurs et leurs représentations du public »
	Sociologie de la télévision : Europe	<i>Réseaux (44-45)</i>	Paul Beaud, Patrice Flichy	R. de Berti , A. Negri, P. Signorelli, « Scènes de la vie quotidienne » Dahlgren P., « Les actualités télévisées. À chacun son interprétation » Schroder K.-C., « Vers une convergence de traditions antagonistes ? Le cas de la recherche sur le public »
1991	Les médias et leur public	<i>Médiaspouvoirs (21)</i>	Jean-Marie Charon	Bertrand C.-J., « Quinze moyens d'améliorer les médias »

<sup>1</sup> Seuls les articles sur les téléspectateurs sont indiqués.

				<p>Boullier D., « Savez-vous parler télé ? »  Donnat O., « L'usage des médias dans les enquêtes "pratiques culturelles des français" »  Durand J., « L'évolution des audiences de la radio et de la télévision au cours des quarante dernières années »  Missika J.-L., « Les français et leurs médias : le désenchantement »  Souchon M., « Où va la télévision française ? »  Souchon M., « Audience cumulée, audience moyenne audience totale »  Veron E., « Les médias en réception : les enjeux de la complexité »</p>
1993	Les approches du téléspectateur	<i>Les dossiers de l'audiovisuel (51)</i>	Gisèle Bertrand	<p>Bertrand G., « Théories de la réception »  Bertrand G., « Mercier P.-A., Le zapping une histoire ancienne ? »  Boullier D., « Savez-vous parler télé ? »  Boullier D., « Les styles de relation à la télévision »  Chambat P., « La télévision: spectacle, politique, lien social »  Daney S., « Marché de l'individu et disparition de l'expérience »  Durand J., « Mesurer l'audience : le cas de la télévision »  De Gounay C., « L'audience sans qualité, un public opaque »  Le Diberder A., « Une nouvelle relation à l'outil »  Macé É., « Le public participant »  Proulx S., « Télévision, familles et vie quotidienne: éléments d'une approche ethnographique »  Seaman W., « La théorie du public actif: un populisme non fondé »  Souchon M., « La connaissance du public par les méthodes quantitatives »  Veron E., « Le lien contractuel entre médias et récepteur »  Wolton D., « Grand public et lien social »</p>

	À la recherche du public	<i>Hermès (11-12)</i>	Daniel Dayan	<p>Ang I., « Culture et communication. Pour une critique ethnographique de la consommation des médias »</p> <p>Bourdon J., « Télévision et symbolisme politique »</p> <p>Corner J., « Genres télévisuels et réception »</p> <p>Curran J., « La décennie des révisions. La recherche en communication de masse des années 80 »</p> <p>Dahlgren P., « Television journalism as catalyst »</p> <p>Durand J., « Les jugements des téléspectateurs. L'évaluation des programmes de télévision »</p> <p>Ghiglione R., « La réception des messages. Approches psychosociologiques »</p> <p>Jensen K.-B., « Cinq traditions à la recherche du public »</p> <p>Katz E., « L'héritage de Gabriel Tarde. Un paradigme pour la recherche sur l'opinion et la communication »</p> <p>Liebes T., Katz E., « Six interprétations de la série "Dallas" »</p> <p>Livingstone S., Lunt P., « Un public actif, un téléspectateur critique »</p> <p>Macé É., « La télévision du pauvre. La participation du public »</p> <p>Morley D., « La "réception" des travaux sur la réception. Retour sur "Le public de Nationwide" »</p> <p>Schroder K.-C., « Qualité culturelle : la poursuite d'un fantôme ? »</p> <p>Souchon M., « Le vieux canon de 75. L'apport des méthodes quantitatives à la connaissance du public de la télévision »</p> <p>Wolf M., « Recherche en communication et analyse textuelle »</p> <p>Wolf M., « L'analyse de la réception et la recherche sur les médias »</p>
	Sociologie de la télévision (chap. III La réception)	<i>Réseaux HS</i>	Paul Beaud, Patrice Flichy	<p>Boullier D., « Les styles de relation à la télévision »</p> <p>Chambat P., Ehrenberg A., « Télévision, terminal moral »</p> <p>Bertrand G., de Gournay Ch., Mercier P.-A., « Le programme global »</p> <p>Le Grignou B., Neveu É., « Émettre la réception. Préméditation et réception de la politique télévisée »</p>
1994	Télévision et débat social	<i>Réseaux (63)</i>	Paul Beaud	<p>Livingstone S., Lunt P., « Se faire entendre dans l'espace public. Les femmes, la télévision et le citoyen-téléspectateur »</p> <p>Macé É., « La programmation de la réception. Une sociologie critique des contenus »</p> <p>Mehl D., « La télévision compassionnelle »</p>

	Les théories de la réception	<i>Réseaux (68)</i>	Paul Beaud, Louis Quéré	Allard L., « Dire la réception : culture de masse, expérience esthétique et communication » Eco U., « Innovation et répétition » Hall S., « Codage/décodage » Leenhardt J., « Théorie de la communication et théorie de la réception » Pedler É., « En quête de réception : le deuxième cercle » Scannell P., « L'intentionnalité communicationnelle dans les émissions de radio et de télévision »
1995	Médias, identités, culture des sentiments	<i>Réseaux (70)</i>	Dominique Pasquier	Pasquier D., « Chère Hélène. Les usages sociaux des séries collège » Proulx S., Laberge M.-F., « Vie quotidienne, culture télévisuelle et construction de l'identité familiale »
1997	Chapitre 6. Les travaux sur la réception	<i>Réseaux HS Sociologie de la communication</i>	Paul Beaud, Patrice Flichy, Dominique Pasquier, Louis Quéré (Dominique Pasquier pour le chapitre)	Arnal N., Busson A., « Les possesseurs de magnéscope : vers de nouvelles pratiques audiovisuelles » Gisèle Bertrand, Chantal de Gournay, Pierre-Alain Mercier, « Le programme global » Hall S., « Codage/décodage » Le Grignou B., Neveu É., « Émettre la réception. Préméditation et réception de la politique télévisée » Liebes T., « À propos de la participation des téléspectateurs » Pasquier D., « Télévision et apprentissages sociaux : les séries pour adolescents » Scannell P., « L'intentionnalité communicationnelle dans les émissions de radio et de télévision » Schlesinger Ph., « Le chaînon manquant. Le "professionnalisme" et le public » Schroder K.-C., « Vers une convergence de traditions antagonistes ? Le cas de la recherche sur le public » Souchon M., « L'audience de la télévision »
1998	Les publics. Généalogie de l'audience télévisuelle	<i>Quaderni (35)</i>	Sabine Chalvon-Demersay	Bourdon J., « À la recherche du public ou vers l'indice exterminateur. Une histoire de la mesure d'audience à la télévision française » Chalvon-Demersay S., Rosenthal P.-A., « Une démographie des comportements volatils ? L'émergence de la micro analyse dans la mesure d'audience » Durand J., « Les études sur l'audience de la radio-télévision en France » Méadel C., « De l'émergence d'un outil de quantification » Meslet V., « Accepter la diversité des publics »

				Souchon M., « Histoire des indicateurs de l'audience »
1999	Les jeunes et l'écran	<i>Réseaux (92-93)</i>	Josiane Jouët, Dominique Pasquier	Baton-Hervé É., « Les enfants téléspectateur. Prégnance des représentations médiatiques et amnésie de la recherche » Bertrand G., « Pratiques télévisuelles dans la famille et processus de décision » Le Goaziou V., « Le corps des téléspectateurs »
2003	L'audience. Presse, radio, télévision, internet	<i>Hermès (37)</i>	Régine Chaniac	Appé O., Mauduit J., « Câble et satellite : il était une fois MédiaCabSat » Benoît S., « Une direction des études dans une chaîne de télévision publique » Boullier D., « Du téléspectateur consommateur au téléspectateur citoyen » Champagne P., « L'audimétrie : une censure politique cachée » Chaniac R., « Télévision : l'adoption laborieuse d'une référence unique » Cottet J.-P., « Entretien. Il n'y a pas de service public sans public » Fraisie É., « Que mesure-t-on quand on mesure l'audience ? » Jeanneret Y., Patrin-Leclère V., « Loft Story 1 ou la critique prise au piège de l'audience » Macé É., « Le conformisme provisoire de la programmation » Mougeotte É., « Entretien. La loi d'airain du médiamat » Souchon M., « Pour une utilisation complexe de l'audimétrie » Tessier M., « Entretien. Le téléspectateur, au cœur de la télévision publique »
2004	Public, cher inconnu !	<i>Le temps des médias (3)</i>	Cécile Méadel	Bourdon J., « La triple invention : comment faire l'histoire du public? » Dayan D., Lundby K., « Télévision, réception et identité dans une ville africaine » Méadel C., « L'audimat ou la conquête du monopole »
	Psychologie sociale, traitements et effets des médias	<i>Questions de communication (5)</i>	Claude Chabrol, Didier Courbet, Marie-Pierre Fourquet-Courbet	Georget P., « Effet des stratégies publicitaires » Girandola F., « Violence dans les médias : quels effets sur les comportements ? » Lochard G., Soulages J.-Cl., « Une interdisciplinarité autonome est-elle possible ? »
	Figures du public	<i>Réseaux (126)</i>	Dominique Mehl, Dominique Pasquier	Boullier D., « La fabrique de l'opinion publique dans les conversations télé » Livingstone S., « Du rapport entre audiences et publics » Mehl D., « Un téléspectateur civique » Soulez G., « "Nous sommes le public". Apports de la rhétorique à l'analyse des publics »

**ANNEXE 4. RECENSEMENT DE THESES SUR LES TELESPECTATEURS SOUTENUES EN FRANCE (1984-) (TABLEAU, 17 ELEMENTS)**

<b>Année</b>	<b>Auteur</b>	<b>Titre</b>	<b>Lieu de soutenance</b>	<b>Dir. de thèse</b>
1984	E. Elfalaki	<i>Les publics de la radio et de la télévision dans une ville nouvelle au Maroc</i>	Univ. Paris 2	F. Balle
1988	B. Cros	<i>La télévision sud-africaine, 1929-1976-1993. Structures, émissions, réception</i>	Univ. Bordeaux 3	A. J. Tudesq
1994	É. Macé	<i>Sociologie de la télévision, sociologie de l'expérience, individus et télévision de masse</i>	Univ. Paris 7	A. Touraine
1996	S. Calbo	<i>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</i>	Univ. Paris 3	P. Sorlin
1998	É. Baton-Hervé	<i>Les enfants téléspectateurs, émergence et évolution des représentations, en France de 1949 à nos jours</i>	Univ. Rennes 2	
2000	M.-P. Fourquet	<i>Communication des organisations et réception, approche psycho-socio-cognitive de l'influence : le cas de la communication politique</i>	Univ. Nancy 2	J.-L. Beauvois/B. Fleury
2001	K. M. Y'Ambayamba	<i>La télévision, ses enjeux et ses publics au Zaïre depuis 1990</i>	Univ. Bordeaux 3	A. J. Tudesq
2002	M. Askar	<i>L'influence de la télévision et de l'Internet sur les jeunes des Émirats Arabes Unis</i>	Univ. de Rouen	J.-L. Nahe
	A. Bergé	<i>Vers une étude de l'usage et de la réception de la télévision numérique</i>	Univ. Paris 2	J. Jouët
2004	M. Bendahan	<i>Les enjeux de la réception de la télévision arabophone par satellite en France</i>	Université Lumière Lyon	J.-F. Tétu
	A. Mekhaldi	<i>La réception des télévisions étrangères en Algérie : les enjeux du satellitaire</i>	Univ. Paris 8	A. Khadri
	H. Romeyer	<i>L'autoréflexivité télévisuelle en France : entre communication médiatique et espace public de débat</i>	Univ. Stendhal Grenoble	B. Miège
2005	N. Desquinabo	<i>Caractéristiques et contraintes des genres interlocutifs dans les émissions de plateaux télévisés : analyses pragma-discursives et en réception</i>	Univ. Paris 3	Cl. Chabrol
2006	A. Aubert	<i>Quand le téléspectateur réagit à l'actualité internationale : de la prise de parole critique à la revendication citoyenne</i>	Univ. Pantheon Assas	M. Palmer
	C. Ségur	<i>Les recherches sur les téléspectateurs dans le champ académique français. Émergence et ramifications d'un objet scientifique (1964-2004)</i>	Univ. Paul Verlaine-Metz	J. Walter
En cours	N. Nadaud-Albertini	<i>La télé-réalité : la formation d'un genre littéraire novateur à travers l'ambivalence d'une expérience téléspectatorielle multipolaire</i>	EHESS	S. Chalvon-Demersay
	C. Poncin	<i>Les enjeux de la réception dans la communication de prévention</i>	Univ. de Grenoble	I. Paillart

**ANNEXE 5. DESCRIPTIF DES ENQUETES SUR LES TELESPECTATEURS (1969-2004) (TABLEAU, 23 ELEMENTS)**

<b>Auteur(s), date de publication</b>	<b>Sujet de l'enquête</b>	<b>Méthodologie(s)</b>	<b>Terrain(s) d'enquête</b>	<b>Catégorie(s) d'individus</b>	<b>Moment/lieu de l'acte de réception observé</b>	<b>Définition du téléspectateur</b>
M. Souchon, 1969	Usages de la télévision par des adolescents	Questionnaire Entretiens	Questionnaires Discours	Adolescents	Après	Consommation
D. Boullier, 1987	Conversations sur la télévision sur le lieu de travail	Observations <i>in situ</i>	Conversations tenues dans un espace semi-public	Collègues	Après	Attribution de sens+comportement = posture
G. Bertrand, C. de Gournay, P.-A. Mercier, 1988	Pratiques du zapping	Enregistrement de séquences traduisant le zapping, puis entretien avec l'individu concerné	Programmes effectivement regardés Discours	« Grands » zappeurs	Pendant	Consommation
Cl. Chabrol, 1991	Processus d'évaluation d'une émission littéraire	Diffusion de séquence puis entretiens	Discours	Étudiants	Pendant	Attribution de sens
N. Arnal, A. Busson, 1993	Usages du magnétoscope	Questionnaires	Questionnaire	Adultes et enfants	Après	Consommation
R. Bouillin-Dartevelle, 1993	Rapport entre les pratiques sportives et la consommation de sport à la télévision	Questionnaire	Questionnaire	Individus lambda	Pendant	Consommation
G. Derville, 1995	Perception d'une émission satirique	Entretiens	Discours	Individus lambda	Pendant	Attribution de sens
M. Coulomb-Gully, 1997	Esquisse du portrait des compétences des récepteurs d'émissions politiques comiques	Étude de contenu	Procédés comiques de deux émissions politiques satiriques	Individus lambda	Pendant	Attribution de sens
S. Calbo, 1998	Comportements télévisuels	Observations <i>in situ</i>	Attitudes corporelles, réactions verbales	Étudiants	Avant/pendant	Consommation+ comportement = rituel
G. Bertrand, 1999	Processus de décision en lien avec la tv au sein de	Entretiens	Discours	Parents et enfants	Avant/pendant	Consommation+ comportement

	la famille					= rituel
S. Chalvon-Demersay, 1999	Le rapport à la télévision de « téléspectateurs particulièrement concernés »	Entretiens	Discours	Personnel hospitalier, patients, personnel enseignant, écoliers	Après	Attribution de sens+comportement = posture
D. Dayan, 1999	Réactions d'individus à la suite d'un événement télévisé	Observations	Comportements au sein de l'espace public	Individus présents	Après	Comportement
V. Le Goaziou, 1999	Comportements télévisuels	Observations <i>in situ</i>	Comportements (paroles, gestes...)	Familles	Pendant	Comportement
D. Pasquier, 1999	<i>Fans</i> d'une série télévisée	Observations <i>in situ</i> Etude de contenu Questionnaires entretiens	Comportements Lettres adressées aux héros de la série discours	Fans de la série (jeunes adolescentes)	Pendant/après	Attribution de sens+comportement = posture
M.-P. Fourquet, 2000	Influence des communications politiques	Création de documents télévisuels puis diffusion en situation expérimentale	Discours	Individus lambda	Après	Attribution de sens
K. Berthelot-Guiet, C. Ollivier-Yanis, 2001	Interprétation des messages publicitaires	Entretiens	Discours	Individus lambda	après	Attribution de sens
J.-P. Esquenazi, 2002	Perception d'une série télévisée	Questionnaire Étude de contenu (du produit)	Questionnaire Dispositif	Étudiants	après	Attribution de sens
P. Beylot, 2002	Critique professionnelle de séries policières	Étude de contenu	Articles sur les séries policières publiés dans un hebdomadaire	Journalistes spécialisés (critiques de télévision)	Après	Attribution de sens
M. Gellereau, 2002	Productions audiovisuelles d'adolescents	Étude de contenu de films	Vidéos réalisées par des adolescents, inspirées de films policiers	Adolescents réalisateurs amateurs	Après	Comportement
M.-Cl. Taranger, 2002	Rapport des ados à l'écran	Entretiens	Discours	Adolescents	Après	Consommation
D. Cardon, J.-Ph.	Coulisses d'une émission	Observations	Attitudes	Personnes	Pendant	Comportement

Heurtin, 2003	de tv			impliquées dans le fonctionnement du dispositif Donateurs		
D. Mehl, 2004	Réactions de téléspectateurs	Étude de contenu	Courriers reçus au service de la médiation d'une chaîne de télévision	Auteurs des courriers	Après	Attribution de sens
G. Soulez, 2004	Réactions de téléspectateurs	Étude de contenu	Courriers publiés par un hebdomadaire spécialisé dans les programmes télévisés	Auteurs des courriers	Après	Attribution de sens

**ANNEXE 6. INTERVENTIONS SUR LES TELESPECTATEURS DANS LES  
CONGRES SFSIC (1992-2006) (TABLEAU, 8 ELEMENTS)**

Date (lieu)	Interventions
1992 (Lille)	L. Madani, Quelques aspects de la réception télévisuelle par satellite en Algérie
	F. Finn, S. Kolstrup, L'identité française dans les pays nordiques : télévision française et téléspectateurs danois
1994 (Toulouse)	S. Proulx, Récits et souvenirs de pratiques télévisuelles : la place de la télévision dans la construction de l'univers familial
2000	S. Calbo, Pour une microsociologie de la réception
2002 (Marseille)	M. Hanot, Une histoire de la réception télévisée entre perspectives historique et médiatique
	R. Ferjani, Figures de la réception télévisuelle en Tunisie : le(s) public(s) en tant que construction politique et sociale
2006 (Bordeaux)	N. Desquinabo, Modèle théorique des genres, régularité des discours télévisés et de leur réception
	C. Ségur, Les Sic et la recherche sur les téléspectateurs. Interventions, définitions et manifestations de compétences

## ANNEXE 7. AUTEURS DES PUBLICATIONS SUR LES TELESPECTATEURS

### Annexe 7a. Auteurs et nombre d'interventions (tableau)

Auteur(s)	N*
M. Souchon	26
J. Durand	24
D. Dayan	20
D. Pasquier	15
D. Boullier	14
G. Bertrand ; P.-A. Mercier ; S. Proulx	9
S. Chalvon-Demersay	8
S. Calbo ; R. Chaniac ; E. Katz ; C. Méadel	7
M.-P. Fourquet-Courbet ; Ch. De Gournay ; É. Macé ; D. Mehl	6
B. Le Grignou ; J.-P. Esquenazi	5
J. Bianchi ; J. Bourdon ; G. Friedmann ; D. Wolton	4
Cl. Chabrol ; P. Champagne ; J. Corner ; G. Dereze ; T. Liebes ; S. Livingstone ; É. Maigret ; F. Mariet ; J.-L. Missika ; K. C. Schroder ; G. Soulez	3
J. Aglietta ; L. Allard ; V. Amiel ; N. Arnal ; É. Baton-Hervé ; P. Bélanger ; A. Busson ; D. Cefai ; P. Chambat ; B. Chapelain ; D. Château ; D. Courbet ; P. Dahlgren ; É. Fraisse ; M. Gheude ; R. Ghiglione ; S. Hall ; B. Leconte ; A. Le Diberder ; P. Lunt ; B. Mostefaoui ; É. Neveu ; P. Perin ; P.-A. Rosenthal ; J. Spire ; E. Veron ; M. Wolf	2
P. Albert ; Cl. Allard ; B. Amigo Latorre ; I. Ang ; O. Appé ; D. Bahu-Leyser ; J.-P. Baillargeon ; C. Beaupuy ; P. Bélanger ; Cl. Bélisle ; S. Benoit ; K. Berthelot-Guiet ; R. Berti ; C.-J. Bertrand ; P. Beylot ; J. Bille ; H. Bommert ; R. Bouillin-Dartevelle ; I. Bourgeois ; J. Bourgeois ; M. de Bussière ; D. Cardon ; F. Carmagnat ; J. Cazeneuve ; J.-L. Chabrol ; J. Chaguiboff ; J.-M. Charon ; É. Charonnat ; F. Chauvat ; S. de Cheveigné ; Ph. Combessie ; N. Coste ; J.-P. Cottet ; M. Coulomb-Gully ; É. Coutas ; J. Curran ; S. Daney ; M. Darkow ; A. Delarge ; B. Delecour ; M. Demaison ; G. Derville ; O. Donnat ; C. Fabre ; É. Fouquier ; L. François ; D. Frau-Meigs ; P. Gandonnière ; G. Gauthier ; M. Gellereau ; P. Georget ; F. Girandola ; L. Giroux ; T. Gittlin ; H. Glevarec ; A. Glucksmann ; A.-M. Gourdon ; C. Grandcoing ; A. Grangé-Cabane ; J. Grisprud ; Groupe de recherche sur les comportements humains spectaculaires organisés ; G. Guicheney ; M. Gurevitch ; L. d'Haenens ; U. Hasebrink ; J.-Ph. Heurtin ; F. Hurard ; Institut de recherche et d'études publicitaires ; Institut national de la jeunesse et de l'éducation populaire ; Y. Jeanneret ; S. Jehel ; K.-B. Jensen ; F. Jost ; R. Jourdan ; C. Kekenbosch ; M.-F. Kouloumdjian ; F. Krotz ; M.-F. Laberge ; J. Lecomte ; V. Le Goaziou ; M. Legros ; Ph. Le Guern ; P. Leroux ; P. Leroy ; G. Lochard ; K. Lundby ; D. Maillet ; G. Malo ; V. Marles ; J. Maudit ; Médiamétrie ; V. Meslet ; D. Morley ; É. Mougeotte ; B. Mougin ; J. Mousseau ; D. Nahon ; P. Olivier ; C. Ollivier-Yannis ; C. Paploreu ; V. Patrin-Leclère ; É. Pedler ; É. Pierre ; Ph. Pilard ; M. Portes ; L. Quéré ; M. Raboy ; M. Relieu ; K. Robins ; Y. Rocheron ; K. E. Rosengren ; A. Roux ; P. Scannel ; M. Schenk ; Ph. Schlesinger ; M. Schorestene ; D. Schröter ; W. Seaman ; J. Cl. Soulages ; L. Spigel ; M.-Cl. Taranger ; Ph. Tassi ; M. Tessier ; S. Tisserson ; M. Vernet ; J. Voisin ; R. Wangermée ; B.-J. Wilson ; P. Winterhoff-Spurk ; E. Wolff	1

\*N = Nombre d'intervention(s) recensée(s)

## **Annexe 7b. Présentation des acteurs des recherches (cités dans le texte)<sup>1</sup>**

**Jacqueline AGLIETTA** : Président directeur général de Médiamétrie depuis sa création (1985). Auteur de « L'audience, un concept de statisticien ? » (2001).

**Pierre ALBERT** : Professeur émérite à l'université Panthéon-Assas II, Institut français de presse. TR : histoire des médias et pratiques du journalisme. Coordinateur de l'ouvrage collectif *Les médias et leurs publics en France et en Allemagne* (2003).

**Laurence ALLARD** : Maître de conférences en Sic, chercheur à l'IRCAV à l'université Paris 3 (1994). Auteur de comptes-rendus de lecture et d'articles (1994, 1996).

**Bernardo Amigo LATORRE** : Professeur en sciences sociales à la faculté de communication de l'Université Diego Portales du Chili et chercheur à l'Institut d'Études Médiatiques de l'Université Catholique du Chili. TR : les théories de l'énonciation télévisuelle et le récit médiatique.

**Vincent AMIEL** : Professeur d'Études filmiques à l'université de Caen. TR : le témoignage, l'intime, le corps à l'épreuve du théâtre et du cinéma, la problématique de l'acteur. Auteur de « Y a-t-il un téléspectateur devant l'écran ? » (1998).

**Ien ANG** : Professeur en sciences humaines et sociales à l'université de Sidney (*University of western Sidney*, Australie). TR : pratiques culturelles et médiatiques (étude des publics médiatiques, questions de l'ethnicité de l'identité politique, des migrations). Auteur du « 11-12 » d'*Hermès* (« Culture et communication. Pour une critique ethnographique de la consommation des médias »).

**Olivier APPE** : Directeur du département « télévision » de Médiamétrie.

**Nicole ARNAL** : Chercheur au Cnet puis à France Telecom R&D. Administratrice de l'Observatoire des territoires numériques (OTN). Co-auteur d'une enquête sur les usages du magnétoscope (1993).

**Danielle BAHU-LEYSER** : Professeur en Sic, université Nancy 2. TR : Médias et technologie de l'information et de la communication. Co-auteur de l'ouvrage *Audience des médias. Guide France-Europe* (1990).

**Jean-Paul BAILLARGEON** : Consultant auprès de l'institut national de la recherche scientifique, Québec. Auteur de l'ouvrage collectif *Accusé de réception* (1998).

**Elisabeth BATON HERVE** : Docteur en Sic, consultante et formatrice en éducation à l'image et aux médias. Experte auprès de l'Union nationale des associations familiales Enfance et médias. TR : la famille et les médias. Auteur de l'ouvrage *Les enfants téléspectateurs. Programmes, discours, représentations* (2000).

**Paul BEAUD** : Professeur en sociologie de la communication, université de Lausanne (Suisse). TR : information, opinion publique, médias, musique, nouvelles technologies. Co-fondateur de *Réseaux*. Co-directeur de plusieurs dossiers de revue.

**Sophie BENOIT** : Directrice adjointe des études de France Télévisions, directrice des études de France 2.

---

<sup>1</sup> Nous indiquons les professions, titres, rattachement institutionnels et thèmes de recherche (TR) – actuels sauf mention contraire – des acteurs, dans la limite des éléments recueillis. Seuls les auteurs auxquels il est fait référence dans notre texte sont répertoriés.

**Karine BERTHELOT GUIET** : Maître de conférences en Sic au Celsa, université Paris 4. Co-auteur de l'article « Tu t'es vu quand t'écoutes l'État ? Réception des campagnes de communication gouvernementales. Appropriation et détournement linguistiques des messages » (2001).

**Gisèle BERTRAND** : Chercheur à la Direction de la recherche et de l'expérimentation à l'INA. Coordinatrice d'un dossier de revue (1993) et co-auteur de l'enquête sur les pratiques de *zapping*.

**Claire BESLISLE** : Psychosociologue, ingénieure de recherche en sciences humaines au CNRS TR : étude des processus psychologiques et psychosociologiques dans les pratiques médiatiques. Co-auteur de « Médias. La réception revisitée » (1992).

**Pierre BEYLOT** : Professeur de cinéma et d'audiovisuel à l'Université Michel-de-Montaigne-Bordeaux 3. TR : le récit de fiction au cinéma et à la télévision, les fictions patrimoniales au cinéma et à la télévision. Auteur de « Modèles pragmatiques de réception des séries policières » (1992).

**Jean BIANCHI** : Ancien journaliste, chercheur en Sic à l'université catholique de Lyon. TR : culture médiatique, place des médias de masse dans la société européenne. Auteur de l'ouvrage *Les médias côté public. Le jeu de la réception* (1992°).

**Roselyne BOUILLIN-DARTEVELLE** : Enseignante à l'institut de sociologie de l'université libre de Bruxelles. TR : la télévision comme outil pédagogique pour les jeunes citoyens européens et l'étude de l'utilisation du temps libre par des groupes sociaux dans une perspectives socio-ethnologique. Auteur de l'enquête « Modes de perception et stratégie d'appropriation des messages sportifs » (1993).

**Dominique BOULLIER** : Professeur en sic à l'université de technologie de Compiègne ; il dirige le laboratoire Connaissances, organisation et systèmes techniques (Costech). TR : usages et appropriation des technologies de l'information et de la communication. Auteur de l'enquête sur « Les conversations télé » (1987).

**Jérôme BOURDON** : Professeur en sciences de la communication à l'université de Tel-Aviv (Israël), chercheur à l'Ina (1983-1996). TR : histoire de la télévision, sémiotique de la télévision et du cinéma, théories du nationalisme et communication, sociologie de la célébrité.

**Alain BUSSON** : Chercheur au service de l'image de France Télécom, enseignant à HEC en 1994. Co auteur d'une enquête sur les usages du magnétoscope (1993).

**Dominique CARDON** : Responsable du pôle de recherche sur les usages, France Télécom R&D. Chercheur associé au CEMS. TR : les relations entre les usages des nouvelles technologies et les pratiques culturelles et médiatiques. Co-auteur de l'enquête « Dans les coulisses du public. Un regard ethnographique sur le travail des programmeurs du Téléthon » (2003).

**Stéphane CALBO** : Docteur en Sic, thèse soutenue en 1998 à l'université Paris 3, Ircav. Enquêteur à Ipsos Médias. Auteur de l'ouvrage *Réception télévisuelle et affectivité : une approche ethnographique sur la réception des programmes sériels* (1998).

**Jean CAZENEUVE** (1915-2005) : Directeur de recherche au CNRS, professeur de sociologie à la Sorbonne, administrateur de l'ORTF (1964-1974), président-directeur général de la Société nationale de télévision TF1 (1974-1978). Auteur d'ouvrages, e.g. *L'homme téléspectateur* (1974).

**Daniel CEFÁI** : Maître de conférence en sociologie, CEMS, Université Paris 10 Nanterre. TR : phénoménologie et sciences sociales, espace public, théories de l'action collective et des problèmes publics, histoire des sciences sociales aux États-Unis. Co-directeur de l'ouvrage collectif *Les sens du public. Publics politiques, publics médiatiques* (2003).

**Claude CHABROL** : Professeur en psychologie sociale des médias, université Paris 3. Directeur du groupe de recherche sur la psychologie de la communication (GRPC). Co-coordonateur du dossier « Psychologie sociale, traitements et effets des médias » (2004).

**Sabine CHALVON-DEMERSAY** : Directrice de recherches CNRS, CEMS. TR : les fictions télévisées, la sociologie des médias. Auteur d'une enquête comparative sur la réception de fictions télévisées (1999).

**Pierre CHAMBAT** : Maître de conférences en science politique, université Paris Dauphine, Institut de recherche interdisciplinaire en sociologie, économie et sciences politiques. Auteur d'articles, e.g. « De la télévision à la culture de l'écran. Sur quelques transformations de la consommation » (1988).

**Patrick CHAMPAGNE** : Professeur en sociologie à l'Institut national de la recherche agricole (Inra) et au Centre de sociologie européenne de l'EHESS. TR : sociologie de la politique et des médias, travaux sur le champ journalistique. Auteur d'articles, e.g. « La télévision et son langage : l'influence des conditions sociales de réception sur le message » (1971).

**Régine CHANIAC** : Directrice de recherche à l'Ina, Membre du laboratoire Communication et Politique. Coordinatrices des dossiers « Télévision. La mesure de l'audience » (1988) et « L'audience. Presse, radio, télévision, internet » (2003).

**Brigitte CHAPELAIN** : Maître de conférences en Sic, université Rennes 2. TR : écriture en ligne et communautés littéraires, histoire des médias, les Tic et les changements professionnels. Auteur de l'enquête *Télévision, jeunes et histoire* (1989).

**Jean-Marie CHARON** : Ingénieur CNRS (sociologie des médias), enseignant à l'IEP (Paris et Rennes). Spécialiste des médias, du journalisme et de l'information. Coordinateur du dossier « Les médias et leur public » (1991).

**Dominique CHATEAU** : Professeur en arts plastiques et esthétique de l'art, université Paris 1 Pantheon Sorbonne. Auteurs d'articles, « L'effet zapping » (1990).

**John CORNER** : enseignant-chercheur à la *School of Politics and Communication Studies* de l'université de Liverpool (en 1996). Auteur de l'article « Sens, genre et contexte : la problématique du "savoir public" dans les nouvelles études de la réception » (1996).

**Marlène COULOMB-GULLY** : Professeur en sic à l'université de Toulouse Le Mirail. Chercheur associé au centre d'étude des discours, images, textes, écrits, communications. TR : discours politiques, informations télévisées. Auteur de l'enquête « Bébête show et Guignols de l'info : de l'émission à la réception, parcours comiques et portraits de rieurs » (1997).

**Didier COURBET** : Maître de conférence en Sic, université de Nice Sophia Antipolis. TR : communication externe, publicité, influence psychologique et sociale des médias. Co-coordonateur de l'ouvrage *La télévision et ses influences* (2003) et du dossier « Psychologie sociale, traitements et effets des médias » (2004).

**James CURRAN** : Professeur en communication au *Goldsmith College*, université de Londres. TR : médias et politique, histoire et théorie des médias. Auteur du « 11-12 » d'*Hermès*, « La décennie des révisions. La recherche en communication de masse des années 80 » (1993).

**Peter DAHLGREN** : Professeur en médias et communication à l'université de Lund (Suède). TR : journalisme, cultures civiques, internet. Auteur de « Les actualités télévisées. À chacun son interprétation » (1990).

**Serge DANEY** (1944-1992) : critique puis rédacteur en chef des *Cahiers du cinéma* (1964-1979). Auteur de l'ouvrage *La parole au zappeur* (1990).

**Daniel DAYAN** : Directeur de recherche CNRS, CEMS. TR : publics de télévision, médiatisation des événements, construction médiatique du terrorisme. Coordinateur du dossier « À la recherche du public » (1993) et héoricien de la notion de « public médiatique » (2000).

**Alexandre DELARGE** : Conservateur à l'Écomusée de Fresnes. Co-coordonateur de l'ouvrage collectif *La télé au logis. Usages de la télévision* (2002).

**Gérard DEREZE** : Enseignant au département de communication, université catholique de Louvain-la-Neuve. Auteur de « La télévision volontaire. Un objet captivant à maîtriser, pour le plaisir de tous » (2002).

**Gregory DERVILLE** : Maître de conférences de Science politique à l'IEP de Lille, membre du Centre d'études et de recherches administratives politiques et sociales (CERAPS). TR : politique et médias, les formes contemporaines de satire politique ; Sociologie de l'accès à la visibilité médiatique ; « jeunes de banlieue », cultures politiques, élections, élites politiques. Auteur de l'enquête « Les différents rôles du Bébête show auprès de ses téléspectateurs » (1995).

**Olivier DONNAT** : Docteur en sciences économiques Responsable du programme "Pratiques et consommations culturelles" au Ministère de la culture et de la communication. Chargé de cours à l'IEP Paris. Auteur des enquêtes sur les pratiques culturelles des français.

**Jacques DURAND** : Docteur en sciences économiques, chercheur au service des études d'opinion de l'ORTF, Centre d'étude de l'opinion et à Médiamétrie. Chargé de mission à la Présidence d'Antenne 2-FR3 et à Radio France Internationale. Auteur de nombreux articles (voir annexe 10a).

**Jean-Pierre ESQUENAZI** : Professeur en Sic à l'université de Metz puis à Lyon 3. TR : sociologie de la culture et des médias, de l'énonciation, des publics. Coordinateur de l'ouvrage collectif *La télévision et ses téléspectateurs* (1995) et auteur du manuel *Sociologie des publics* (2003).

**Patrice FLICHY** : Directeur du laboratoire de sociologie du Cnet. Fondateur et directeur de *Réseaux* depuis 1983. Directeur de dossiers de revue.

**Marie-Pierre FOURQUET-COURBET** : Maître de conférences en Sic, Université d'Avignon et des pays du Vaucluse, Laboratoire Culture et Communication. TR : étude psychosociale de la réception des médias, recherche sur la communication externe des organisations. Co-coordinatrice de l'ouvrage *La télévision et ses influences* (2003) et du dossier « Psychologie sociale, traitements et effets des médias » (2004).

**Emmanuel FRAISSE** : Directeur général du CESP, a enseigné la littérature française à l'université de Cergy Pontoise jusqu'en 2003. Coordinateur de l'ouvrage collectif *Mesurer l'audience des médias : du recueil des données au mediaplanning* (2002).

**Divina FRAU MEIGS** : Professeur en communication à l'université d'Orléans. Spécialiste des médias aux Etats-Unis et de la violence dans les médias. Co-auteur de « L'acculturation par les séries » (2003).

**Georges FRIEDMANN** (1902-1977) : Sociologue du travail et des communication et culture de masse français. Directeur du Centre d'études sociologiques du CNRS puis du Cecmas. TR : étude des relations entre l'homme et la machine. Auteur de plusieurs articles, e.g. « La télévision vécue » (1964).

**Pierre GANDONNIERE** : Docteur en Sic, Attaché temporaire d'enseignement et de recherche à l'Université de Saint-Étienne (France). Auteur de l'article « Le vertige du miroir: comment la télévision piège le téléspectateur » (2003).

**Guy GAUTHIER** : Responsable à la Ligue de l'enseignement des problèmes d'information. Enseignant au département audiovisuel de l'université Paris 7 en 1972. Co-coordonateur de l'ouvrage collectif *Télévision passive, télévision active* (1972).

**Michèle GELLEREAU** : Maître de conférences en Sic, membre du centre de recherche GERICO à l'Université de Lille3. TR : les visites guidées dans les sites patrimoniaux, le patrimoine urbain. Auteur de l'enquête « Séries policières et vidéo amateur : comment des adolescents réinvestissent les genres dans leurs productions audiovisuelles » (2002).

**Patrice GEORGET** : Maître de conférence en psychologie sociale à l'université Paris 8, membre associé du GRPC. TR : effets des médias. Auteur de « Effets des stratégies publicitaires. Personnalité, contexte et attentes contractuelles » (2004).

**Rodolphe GHIGLIONE** : professeur en psychologie sociale, université Paris 8. TR : langage, psychologie sociale et médias. Auteur du 11-12 d'*Hermès*, « La réception des messages. Approches psychosociologiques » (1993).

**Fabien GIRANDOLA** : Maître de conférences en psychologie sociale à l'université de Franche-Comté (Besançon). TR : le changement et la résistance au changement (persuasion, engagement, normes, prise de décision) dans les domaines de la santé, du travail et de l'agression. Auteur de « Violence dans les médias : quels effets sur les comportements ? » (2004).

**Hervé GLEVAREC** : Chargé de recherche au Centre lillois d'études et de recherches sociologiques et économiques (Cnrs). TR : la réception de la radio par les adolescents. Auteur de la notice « Les médias dans les pratiques culturelles » (2003).

**Chantal DE GOURNAY** : Chercheur au laboratoire Usages, créativité, ergonomie (UCE), France Telecom R&D. TR : usages des technologies de l'information et de la communication, habitat et espaces communicationnels. Co-auteur de l'enquête sur les pratiques de *zapping* (1988).

**Michael GUREVITCH** : Professeur au département communication de l'université de Maryland. TR : communication politique, mondialisation et médias. Auteur du texte « L'attente du public : l'exemple de la télévision israélienne » (1969).

**Stuart HALL** : professeur émérite en sociologie, *Centre for Contemporary Cultural Studies* (Birmingham) puis *Open university* de Milton Keynes. TR : culture populaire et médias. Quatrième père fondateur des *Cultural Studies*. Auteur du texte traduit « Codage, décodage » (1994).

**Jean-Philippe HEURTIN** : Docteur en sociologie politique, chargé de recherche au Cnet (puis France Telecom R&D), Groupe de sociologie politique et morale (EHESS). Co-auteur de

l'enquête « Dans les coulisses du public. Un regard ethnographique sur le travail des programmeurs du Téléthon » (2003).

**Yves JEANNERET** : Professeur en Sic, Celsa. Laboratoire Langages, logiques, information, communication, cognition (LaLICC). TR : la trivialité des valeurs culturelles, les formes d'écriture et les transformations médiatiques. Co-auteur de l'article « *Loft Story 1* ou la critique prise au piège de l'audience » (2003).

**François JOST** : Professeur en Sic à l'université Paris 3 Sorbonne nouvelle. TR : Récit, Cinéma, Télévision, Genres, Programmes, Programmation. Auteur de l'article « La télévision crée-t-elle le monde ? » (2002).

**Elihu KATZ** : Sociologue américain, enseignant à l'Annenberg school of communication (Los Angeles) et à Jérusalem. Auteur de plusieurs textes traduits, théoricien des effets limités des médias, « Les deux étages de la communication » (1956).

**Véronique LE GOAZIOU** : Maître de conférences en sociologie à Science Po. TR : le lien social et la violence. Auteur de l'enquête « Le corps des téléspectateurs » (1999).

**Brigitte LE GRIGNOU** : Professeur de science politique à l'université Paris Dauphine. TR : la politique à la télévision, les discours politiques. Auteur d'articles, de comptes rendus de lecture et de l'ouvrage *Du côté du public* (2003).

**Philippe LE GUERN** : Maître de conférences en Sic à l'université d'Angers. TR : les cultes médiatiques. Coordinateur de l'ouvrage collectif *Les cultes médiatiques. Culture fan et œuvres cultes* (2002).

**Tamar LIEBES** : Professeur en communication à l'université hébraïque de Jérusalem. Auteur de l'enquête sur la réception de *Dallas* « Six interprétations de la série "Dallas" » (1993)

**Sonia LIVINGSTONE** : chercheur au département de psychologie sociale, *London School of Economics and Political Science*. Auteur de l'article « Du rapport entre audiences et publics » (2004).

**Guy LOCHARD** : Professeur en sic à l'université Paris 3 Sorbonne nouvelle, Centre d'analyse du discours. TR : la télévision, les genres, les discours, la communication télévisuelle, l'information télévisée. Auteur de l'article « Une interdisciplinarité autonome est-elle possible ? Interrogations sur la réception des discours médiatiques » (2004).

**Éric MACE** : Maître de conférences en sociologie, Centre d'analyse et d'intervention sociologiques, université Paris 3. TR : sociologie des médias de masse, sociologie des médiacultures. Auteur de plusieurs articles, dont « Le public participant » (1993).

**Éric MAIGRET** : Maître de conférences en Sic, Centre d'histoire des récits et de l'information des médias en Europe (Chrimé), université Paris 3, rattaché au laboratoire Communication information médias. TR : sociologie de la communication et de médias. Auteur des notices *Communication et média* (2003).

**François MARIET** : Professeur en marketing et gestion des médias à l'université Paris Dauphine. Il est associé de Startup Avenue et préside le conseil scientifique de l'IREP. Spécialiste du marché télévisuel américain. Auteur d'articles, dont « Le marché télévisuel et la démocratie de l'audience » (1990).

**Cécile MEADEL** : Maître de recherche au Centre de sociologie de l'innovation (École de Mines, Paris). TR : formes d'organisation sociopolitique de l'internet. Auteur de plusieurs textes sur l'histoire des mesures d'audience, coordinatrice du dossier « Public, cher inconnu ! » (2004).

**Dominique MEHL** : Directrice de recherche au CNRS, Centre d'études des mouvements sociaux. TR : évolution des mœurs, mouvements sociaux, sociologie de la communication. Auteur de l'enquête « Un téléspectateur civique », co-coordinatrice du dossier « Les figures du public » (2004).

**Pierre-Alain MERCIER** : Ingénieur d'études, Institut de recherche interdisciplinaire en sociologie, économie et sciences politiques, université Paris Dauphine. TR : usages et représentations des tic. Co-auteur de l'enquête sur les pratiques de *zapping* (1988).

**Vincent MESLET** : Directeur des études de la présidence commune d'Antenne 2 et FR3, puis directeur adjoint des programmes de France 3. Auteur de « Accepter la diversité des publics » (1998).

**Jean-Louis MISSIKA** : Conseiller du Président directeur général d'Antenne 2 (1979-1984), puis directeur de recherche au département de la recherche prospective de l'Ina (1985-1986), puis il exerce à *Médiaspouvoirs*, la Sofres et à BVA. Co-auteur de l'ouvrage *La folle du logis* (1983).

**David MORLEY** : Professeur de communication au *Goldsmiths College* (université de Londres). TR : les publics des médias, le rapport familles et technologies. Élève de Stuart Hall, auteur du 11-12 d'*Hermès* « La "réception" des travaux sur la réception. Retour sur "Le public de *Nationwide*" » (1993).

**Belkacem MOSTEFAOUI** : chercheur en science de la communication à l'université de Provence (en 1996) puis à l'Institut de presse et des sciences de l'information (Tunis). Auteur de l'enquête « La télévision des autres. La réception de TV5 et France 2 à Casablanca et Tunis » (1996).

**Dominique PASQUIER** : Directrice de recherche CNRS, CEMS. TR : pratiques de sociabilité, pratiques de communication à distance, pratiques culturelles et de loisir dans la société juvénile. Auteur de l'enquête sur la réception d'*Hélène et les garçons* (1999), coordinatrice de dossiers de revue (1999, 2004).

**Pascal PERIN** : sociologue, chercheur au Cnet en 1991. Auteur d'une enquête sur le *zapping*.

**Serge PROULX** : Professeur au département de Communication à l'université du Québec à Montréal. TR : usages et appropriation des Tic, sociologie des pratiques de la communication médiatisée, théories de la communication et approches de la réception. Auteur de plusieurs articles et enquêtes, coordinateur de l'ouvrage collectif *Accusé de réception* (1998).

**Louis QUERE** : Directeur de recherche CNRS, CEMS. TR : communication et espace public, théorie de l'action et de l'événement, sociologie de la confiance, épistémologie des sciences sociales. Auteur du texte « Faut-il abandonner l'étude de la réception ? » (1996).

**Marc RABOY**, professeur et titulaire de la Chaire Beaverbrook en éthique, média et communication au département d'histoire de l'art et d'études en communication de l'Université McGill (Canada). TR : analyse du positionnement des acteurs par rapport à la politique canadienne en matière de radiodiffusion, rôle des médias dans la démocratisation des sociétés, enjeux internationaux en communication. Auteur de l'article « Le public fantôme : un acteur équivoque qui hante les débats sur les médias » (1998).

**Kevin ROBINS** : Professeur en communication au *Goldsmiths College* (université de Londres). TR : médias et identités culturelles, conséquences culturelles de la mondialisation. Auteur de l'article « Au-delà de la communauté imaginée ? Les médias transnationaux et les migrants turcs en Europe » (2001).

**Yvette ROCHERON** : Enseignant-chercheur à l'université de Leicester (Angleterre), section de Français. TR : culture télévisuelle française, immigration, écriture féminine. Auteur de l'enquête « Le téléspectateur en Grande-Bretagne et en France : consommateur ou citoyen » (1996).

**Karl Erik ROSENGREN** : Professeur en *media and communication studies* à l'université de Lund (Suède). Auteur du « 11-12 » d'*Hermès* « Cinq traditions à la recherche du public » (1993).

**Paddy SCANNEL** : Enseignant à l'université de Westminster (Angleterre). TR : média, communication, publics. Auteur de « L'intentionnalité communicationnelle dans les émissions de radio et de télévision » (1997).

**Kim Christian SCHRODER** : Professeur à l'institut de communication du centre universitaire de Roskilde (Danemark). TR : journalisme, communication, médias et démocratie. Auteur du texte « Vers une convergence de traditions antagonistes ? Le cas de la recherche sur le public » (1990).

**Michel SOUCHON** : Docteur en sociologie, chercheur à l'ORTF puis à l'Ina, TF1 et France Télévisions. Auteur de nombreux articles et ouvrages (voir annexe 10b).

**Jean-Claude SOULAGES** : Professeur en Sic, université de Strasbourg, Centre d'analyse du discours. TR : la communication télévisuelle, l'information télévisée, les discours médiatiques. Auteur de l'article « Une interdisciplinarité autonome est-elle possible ? Interrogations sur la réception des discours médiatiques » (2004).

**Guillaume SOULEZ** : Maître de conférences en Sic, à l'université de Metz puis à l'université Paris 3. Membre de l'Institut de recherche sur le Cinéma et l'audiovisuel (Ircav). TR : sémiotique pour l'analyse du cinéma et de l'audiovisuel, analyse des publics, esthétique de la production audiovisuelle. Auteur de l'enquête « "Nous sommes le public". Apports de la rhétorique à l'analyse des publics » (2004).

**Marie-Claude TARANGER** : Professeur en Sic université de Provence, Aix-Marseille 1. TR : cinéma, télévision. Auteur de l'enquête « Ados, séries : regards croisés » (2002).

**Marc VERNET** : Directeur scientifique de la bibliothèque du film (BiFi). TR : l'énonciation au cinéma, les archives cinématographiques. Auteur de « Incertain zapping » (1990).

**Robert WANGERMEE** : Administrateur général de la rtbf (radio-diffusion télévision belge) jusqu'en 1984. Aujourd'hui Président du conseil de l'éducation aux médias (Belgique). Auteur de « Publics et culture en télévision » (1969).

**Dominique WOLTON**, Directeur de recherche CNRS. Fondateur et directeur du Laboratoire Communication et Politique. Fondateur et directeur de la revue *Hermès* depuis 1989. TR : communication et médias, communication et société, communication et politique. Auteur de l'ouvrage *Éloge du grand public* (1990).

## ANNEXE 8. ENTRETIENS MENES AVEC LES ACTEURS DES RECHERCHES SUR LES TELESPECTATEURS (PAR ORDRE CHRONOLOGIQUE)

---

### Annexe 8a. Entretien avec Daniel Dayan, Paris, 20 octobre 2003.

*Le récit d'un parcours de chercheur constitue le fil conducteur de cet entretien. Nous avons demandé à Daniel Dayan de faire le récit de son parcours, et des différentes étapes qui l'ont conduit à travailler sur les publics.*

« Mon itinéraire commence chez Barthes. Vous savez peut-être que je suis un élève de Roland Barthes, et que j'étais son assistant. Au moment où j'étais son assistant, il m'avait chargé d'un projet assez intéressant, qui consistait à étudier les conversations. J'avais proposé à Barthes une série d'enregistrements, en lui disant que le problème que j'avais rencontré au cours de ces enregistrements tenait à la polyphonie des conversations. Je m'étais mis à lire Goffman (la référence à Goffman va ressortir plus tard). 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.

#### La suture

Au point de départ de mon travail, j'ai donc choisi la sémiologie narrative. Ma formation comporte une thèse en sémiologie du cinéma. Je suis alors l'un des premiers à mettre l'accent sur la pragmatique de l'énonciation. J'ai commencé ma thèse avec Roland Barthes, à la fin des années 60, vers 70. En réalité, j'ai commencé ma thèse d'abord en anthropologie avec Roger Bastide en 64-65. Et Roger Bastide m'a dit : "Vous savez, je suis un homme âgé. Je n'ai plus l'énergie intellectuelle pour répondre à vos questions. Je pense que vous avez besoin d'un chercheur beaucoup plus jeune que moi". Et il m'a envoyé chez Barthes, que je connaissais déjà. C'est comme ça que Barthes est devenu mon directeur de thèse.

J'ai donc commencé ma thèse avec Barthes, mais en changeant de sujet. J'avais commencé ma thèse sur le cinéma ethnographique. J'ai décidé de faire ma thèse sur le cinéma classique américain. En cours de thèse, j'ai, par chance, été admis dans une grande université américaine : je suis parti étudier la mise en scène. Ces études ont duré deux ans. J'ai découvert que, certes, ma bourse couvrait mon éducation et mes frais, mais je n'avais pas les moyens de terminer le genre de film que l'on fait pour le diplôme de sortie. J'avais 25 000 dollars de dettes. Je me suis dit : "25 000 dollars, je ne pourrai jamais repayer ça". J'ai décidé de faire une maîtrise écrite, au lieu de faire une maîtrise filmée.

Mon mémoire de maîtrise portait sur le virage théorique des Cahiers du Cinéma. À la fin des années 60, les Cahiers du Cinéma étaient une entreprise agressivement théorique, très inspirée par Lacan et par Althusser. Je me suis dit : "Je vais proposer comme sujet de mémoire la production théorique des Cahiers du Cinéma". Je me suis alors aperçu que, d'une part, il y avait une matière immense mais que, d'autre part, deux textes étaient essentiels et avaient complètement renouvelé la perspective des Cahiers. Marginal, par rapport à l'équipe des Cahiers (souvent des gens très brillants comme Narboni) ; il y avait un auteur, que personne ne connaissait et moi encore moins, qui s'appelait Jean Pierre Oudart. J'ai décidé d'ignorer tous les exégètes, et de travailler sur Jean Pierre Oudart. J'ai fait mon mémoire sur la théorie de la suture.

La théorie de la suture explique la construction de l'espace cinématographique par rapport à une problématique de l'énonciation. Elle explique comment un "champ" fusionne avec un "contre-champ", pour produire une fiction d'espace continu. Cette fusion c'est la suture : c'est le moment où des phénomènes d'énonciation spécifiques permettent au spectateur d'habiter l'espace du film. Donc, c'est une théorie du positionnement du spectateur. J'ai alors écrit un texte critique par rapport à la sémiotique de Christian Metz, en disant qu'elle était très intéressante et certainement très juste, mais que la grammaire proposée n'accrochait que des détails par rapport à ce qui est important dans la compréhension du film. Ainsi, j'ai publié un texte qui était une exégèse d'Oudart ; c'était mon mémoire de maîtrise. Je l'ai montré à mon directeur de maîtrise. Il m'a dit qu'il ne comprenait rien : "Je suis désolé mais je crois que je vais vous faire échouer. Vous n'obtiendrez pas votre maîtrise". Alors je me suis dit : "J'ai déjà interrompu mes études de doctorat, je devais faire un film, j'ai interrompu le film, etc. Alors là, c'est la catastrophe".

J'ai remis mon texte à un ami, qui était critique de cinéma : le texte était écrit en anglais. Il a montré mon texte à la rédaction d'une grande revue de cinéma : Film Quarterly. Le texte a été publié. Ceci a sauvé ma

maîtrise. Mon directeur de thèse m'a dit : "Bon, puisque c'est publié dans une grande revue, je dois reconnaître que, même si je ne comprends pas, vous devez avoir un certain talent". Mais, un certain nombre de critiques m'ont attaqué, en disant que ce que je racontais était incompréhensible, et que c'était de "l'esbroufe" à la française ; que ce n'était pas de la théorie, c'était du terrorisme ; on n'y comprenait rien, c'était, en somme, une perte de temps pour la théorie du cinéma.

J'étais atterré, effrayé. Mais, au bout de quelques temps, le texte est devenu ce qu'on appelle un "classique". Il est encore étudié dans les écoles de cinéma, et lorsque je vais aux États-Unis, je suis identifié comme étant l'auteur de ce texte. Ce texte est mon premier travail, le premier que j'aie publié, et il a correspondu à un déplacement de l'accent à l'intérieur de la sémiotique du film, depuis des questions de narrativité jusqu'à des questions d'énonciation. Il s'agissait de définir la place du spectateur : il s'agissait de mettre le spectateur et la perception du spectateur au centre des recherches.

Ce qui est intéressant, c'est l'histoire du texte depuis lors. Il a été re-publié dans quatre ou cinq manuels du cinéma. Ensuite, il a été largement commenté par une sémioticienne de Berkeley, Kaja Silverman, dont le traité de sémiotique contient un chapitre consacré à cet essai. Puis, le texte a traversé l'Atlantique, il a été adopté et adapté en Angleterre, par un homme de ma génération, nommé Steven Heath, rédacteur en chef de la revue *Screen*. Ce texte, dans la version de Steven Heath, a alors connu un sort inattendu : il est devenu la *Screen Film Theory*. La fameuse *Film Theory* de *Screen* est, en fait, la reprise de mon commentaire sur Jean Pierre Oudart. Ensuite, dans une seconde étape, la *Screen Film Theory* semble avoir été reprise par une théoricienne féministe, Laura Mulvey.

Le texte, que j'avais écrit, était un commentaire sur Jean Pierre Oudart ; ce commentaire était très précis, mais c'était une interprétation. Oudart était d'une extrême complexité, j'ai donc fait des choix ; mon interprétation consistait, grosso modo, à essayer de montrer comment l'énonciation au cinéma produit le spectateur. Benveniste disait, au sujet de l'interaction discursive, que des sujets se produisent là où sont les pronoms. C'est de là que vient la théorie de l'interpellation chez Althusser. J'ai alors montré que si (1) il y a un script qui raconte une histoire au niveau de l'énoncé, (2) il y a un second script, qui raconte une seconde histoire, au niveau de l'énonciation. Ce second script raconte "qui est le sujet regardant". Chaque film peut se regarder comme une série de productions de ce sujet-là. C'est cette intuition qui est devenue la théorie de *Screen*.

Ensuite, Laura Mulvey, introduisant la théorie féministe du cinéma, a montré que le sujet construit par le cinéma hollywoodien est un sujet nécessairement masculin. La relation de notre regard à ce qui est montré renvoie à un plaisir masculin. Tout ceci fait que, si une femme, qui est en train de voir un film hollywoodien, y prend du plaisir, cette femme s'identifie à un sujet masculin, et adopte une sorte de sexualité et de plaisir masculins. Cette thèse hénaurme a été dénoncée depuis. Mais, sur le moment, elle a été acceptée d'autant mieux qu'elle était énorme.

Je vous ai raconté mon premier parcours de passeur. Ce parcours de passeur se situe entre la théorie française, les États-Unis et l'Angleterre. Le travail que j'ai fait comme passeur, a eu une première influence sur un chercheur américain, Nicolas Browne (devenu plus tard le directeur de l'école de cinéma de UCLA). Ensuite, il a influencé des chercheurs anglais autour de *Screen*. Enfin, à travers ces gens-là, il a influencé un monsieur très important pour notre histoire, un sociologue marxiste anglais. Ce monsieur s'appelait Stuart Hall.

Stuart Hall, à un moment donné, a demandé à ses étudiants, qui étaient des sociologues, de s'initier à la sémiotique ; ils se sont initiés à la sémiotique à travers la revue *Screen*. Les chercheurs anglais de ma génération sont des gens qui ont lu la *Screen Film Theory*, et donc qui m'ont lu indirectement.

C'est une histoire que j'aurais difficilement racontée il y a quelques années, à la fois parce qu'elle me donne un rôle beaucoup plus central que je ne pensais, et parce que je n'osais pas assumer ce rôle. Ceci dit, j'avais un sentiment de malaise ; un sentiment un peu triste, de dépossession. Je n'étais pas Steven Heath, je n'étais pas Laura Mulvey, je n'étais pas la revue *Screen*, et pourtant, ce que j'avais écrit précédait de beaucoup ce qu'ils avaient écrit. Est-ce qu'on m'avait effacé par un coup de baguette magique ?

Quelques années plus tard, par hasard, j'ai acheté un livre publié par un historien du cinéma de l'université de New York. Dans ce livre, il y a un chapitre sur la théorie de la suture. Cet historien reconstitue la séquence en disant : "Voici le texte original d'Oudart, voici la version Dayan, voici ce que Dayan a apporté et ce qu'il a retranché". Donc cet historien reconstitue le processus, depuis Oudart

jusqu'à moi, jusqu'à Heath, jusqu'à Screen. Cet auteur s'appelle Richard Allen. Son livre s'appelle *Projecting Illusion* (Cambridge, 1995).

Quelques mots sur les premiers acteurs de la réception de la suture : lors du grand débat sur Oudart, la première personne qui m'a descendu s'appelait William Rothmann, il était à Harvard ; et la première personne qui m'a défendu s'appelait Nicolas Browne, et il était aussi à Harvard. Aussi bien William Rothmann que Nicolas Browne y étaient des étudiants du philosophe Stanley Cavell, que l'on connaîtra plus tard en France pour ses écrits sur la télévision.

Donc, cette première histoire tourne un peu au roman de cape et d'épée. Il n'y a pas d'assassinat pour le moment, mais il y a eu des combats. J'ai vraiment été attaqué, notamment par William Rothman, qui depuis s'est rallié à mes thèses. Mais c'était dur pour moi d'être descendu comme ça pour la première chose que je publiais... Je ne savais pas, alors, que ce texte allait avoir du succès ».

### **Le public énonciateur**

« Une deuxième histoire maintenant, des années plus tard. Après le texte sur la suture, on me fait des propositions. La plus intéressante est faite par quelqu'un que j'admire beaucoup, qui s'appelle Elihu Katz. Il me dit : "Je suis en train de créer un département de recherches sur les médias, venez me rejoindre". Je me dis : "C'est l'Elihu Katz des bibliographies, je dois dire oui". Il me dit : "Venez à Jérusalem, on va travailler ensemble". Donc je vais à Jérusalem, et on ne travaille pas ensemble du tout, parce que je suis en train de rédiger mes cours. Je prépare aussi une deuxième version de la théorie de la suture dans un livre sur John Ford, qui deviendra ma thèse avec Roland Barthes. C'est un livre où j'essaie de débarrasser cette théorie de tous les accents lacaniens, en me disant que l'élégance d'une théorie c'est d'être simple. Je suis à Jérusalem, et je travaille sur le cinéma de John Ford et sur un film qui s'appelle *La Chevauchée Fantastique*, que j'ai choisi, non pas à la suite d'un intérêt réel (je voulais faire une thèse sur Hitchcock), mais parce qu'il n'y avait pas de film de Hitchcock disponible. J'ai choisi *Stagecoach*, parce que Brian Henderson, un de mes copains américains, l'avait emprunté dans une cinémathèque, le temps de faire une copie pirate. À l'époque, il n'y avait pas de cassettes, il n'y avait pas de moyens d'analyser le cinéma image par image ; or, j'étais une de ces personnes qui se disaient : "Ou bien on étudie le cinéma image par image, ou bien on laisse tomber". Donc, je voulais faire une étude image par image, et cet ami a réussi à obtenir dans une cinémathèque le film de Ford, et il l'a fait reproduire. Il n'a fait reproduire que les quinze premières minutes. Donc, j'ai vu le film un certain nombre de fois, et j'avais les quinze premières minutes disponibles sur une visionneuse. Image par image, j'ai essayé d'appliquer ma propre théorie à ce film. En faisant ce travail, j'ai reformulé ma théorie. C'est devenu ma thèse avec Roland Barthes, et un livre qui s'appelle *Western Graffiti*. Le livre est sorti en français dans un silence absolu. Il n'a jamais été critiqué, commenté, discuté, etc. 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 ».

*Pouvez-vous m'en dire plus sur le contenu de ce livre ?*

« Dans ce film, et dans cette thèse, j'essayais de clarifier ce qui se passait du côté de l'énonciation. Je me suis dit : "J'affirme qu'il existe un scénario énonciatif qui construit le spectateur image par image. Je vais raconter ce scénario. Voyons donc ce que ça raconte". À ce moment là, j'ai découvert que l'énonciation changeait d'origine ; il y avait un certain nombre de spectateurs dans ce film qui étaient énonciateurs à tour de rôle. Il n'y avait pas un énonciateur unique, comme par exemple chez Nicolas Browne qui avait fait lui-même sa thèse sur John Ford, en partant de la "suture", et avait avancé la notion d'un énonciateur central ; or, ce que je voyais en étudiant le film, c'est non pas qu'il y avait un énonciateur central, mais que l'énonciation circulait de personne en personne, de façon qui me semblait aléatoire. Alors, je me suis dit : "C'est curieux, parce que, en bonne théorie narrative, il devrait y avoir une sorte de super-énonciateur, une focalisation précise". Pourtant, me suis-je dit, si je ne trouve pas cet énonciateur central, je ne vais pas dire qu'il existe. Je dirai que "je suis perplexe ou qu'il n'y a pas de super-énonciateur". Mais j'ai alors remarqué quelque chose : il y avait un rituel dans ce film. La plupart des scènes finissaient de la façon suivante : je suis un cow-boy, vous êtes un autre cow-boy, on voit des signaux de fumée à l'horizon, ce sont les Indiens qui annoncent quelque chose. Je vous regarde, je regarde les signaux de fumée, vous détournez la tête, vous regardez aussi les signaux de fumée, puis nous nous regardons. Je me dis : "Tiens c'est curieux. Cette séquence revient souvent sous une forme ou une autre ; c'est un signe de ponctuation". C'est un signe de ponctuation, et c'est aussi un rituel. J'ai appelé ce rituel : le rituel de la communauté de vues. Ce rituel veut dire : ce que je vois, c'est ce que vous voyez. Ce que nous voyons a le même sens pour vous et pour moi. Ce que j'ai découvert à l'intérieur de ce petit travail, c'est que

l'énonciation chez John Ford n'était pas faite par une personne, mais par une communauté, une communauté de vues, une communauté de jugement. Cette déception que j'avais à ne pas trouver d'énonciateur central a été vite remplacée par la jubilation de découvrir que j'avais peut être trouvé autre chose. En fait, ce que le film raconte, dans le scénario de son énonciation, c'est la naissance d'un public démocratique. Comment s'articulent la pratique du regard et celle de la délibération ?

D'une certaine façon, l'une des choses que j'esquissais dans cette étude, et que je n'ai pas pu mener au bout par inculture, par ignorance, consistait à montrer que John Ford avait une théorie du public qui était extrêmement proche d'Habermas. La "communauté de vues" renvoyait à un public capable de délibérer, d'arriver par la confrontation, à une sorte de consensus sur la réalité des choses. On était déjà assez loin de la vision althusserienne qui prévalait dans la Suture. On était beaucoup plus près de la construction ou de l'élaboration d'un sens commun par les membres d'un public. Mais mon ignorance avait une excuse : nous étions en 1977.

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 ».

### **Media Events**

« Je finis ma thèse. Je reviens la passer à Paris, avec Barthes, Metz et Sorlin. Je retourne à Jérusalem, où je suis toujours chargé de cours. 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.

L'une des choses importantes au moment de La télévision cérémonielle, c'est que nous avons décidé d'un commun accord de partir de la réception. Il s'agissait de ne pas définir les événements comme importants a priori, mais de partir d'événements qui avaient été reçus d'une certaine façon. On choisissait au départ un corpus d'événements qui avaient provoqué un certain impact, et on remontait de cet impact jusqu'à l'événement. Dans le cas de l'événement Sadate, on l'avait pris en cours de route, mais pour les autres, on savait déjà qu'ils avaient eu un impact immense. Petit à petit, nous avons développé une sorte de grammaire cérémonielle.

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. D'un seul coup, nous pouvions à la fois définir une forme exceptionnelle de télévision et, par contraste, la télévision normale.

À ce moment-là, j'étais professeur à Los Angeles. 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. 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 ».

*Comment ce lien s'est-il alors traduit dans vos travaux ?*

« Il est intéressant de noter que nous étudions les grandes cérémonies télévisées du point de vue de la réception, mais nous n'obéissions en rien au modèle développé par les Cultural Studies. Nous étions en train de décrire des comportements, alors qu'ils décrivaient une herméneutique. Nous décrivions des gens qui faisaient des choses, alors qu'ils décrivaient des gens qui disaient des choses. À cause de ça, pendant longtemps, on nous a dit : "C'est intéressant ce que vous faites ; dommage que vous n'ayez pas abordé la question de la réception". Pendant longtemps, j'ai accepté que nous n'ayons pas abordé la question de la réception. À un moment donné, j'ai dit : "Excusez-moi, mais nous avons abordé la question de la réception. Vous faites une grave erreur en vous imaginant que la réception c'est seulement l'herméneutique de la réception : la réception n'est pas simplement constituée de processus herméneutiques ; elle est aussi composée d'activités sociales. La réception est une performance, et non pas simplement de l'interprétation". J'ai même eu un désaccord avec Elihu Katz à ce sujet parce que même lui disait : "Il manque, à notre travail, une étude de réception". Je lui ai répondu : "Non. Stuart Hall n'a pas un copyright sur la réception. La réception c'est aussi de la sociabilité. Et cela, nous le montrons bien mieux que lui, ou que Morley".

Stuart Hall était fasciné par le modèle barthien et par la sémiotique de Saussure. L'instrument n'était pas très performant par rapport à ce qu'il voulait faire, donc, pour utiliser cet instrument, il devait l'améliorer. Ce qu'il a ajouté au modèle est devenu la doctrine "Stuart Hall". Peut-être que s'il était parti de la sémiotique de Peirce, plutôt que de Saussure, ça aurait été plus facile pour lui. S'il avait lu Jacques Derrida et la dissémination ça aurait aussi été plus facile. Donc, il s'est donné un point de départ un peu étroit et inconfortable. Ensuite, il a fait ce que nous faisons tous : on ajoute des détails, on dit "là il faut compléter, commenter, nuancer". Ses nuances étaient certainement brillantes. Mais, la question de la réception devenait une question d'interprétation ou de lecture. Stuart Hall a repris le modèle sémiotique français ; avec un autre modèle, il aurait abouti à une vision plus anthropologique et moins herméneutique. Pourtant, Hall a transformé le modèle sémiotique français ».

*C'est-à-dire ?*

« Pour ce dernier, le texte prédétermine la lecture du spectateur. Si on connaît le texte, on n'a pas besoin d'étudier le lecteur ou le spectateur, puisqu'on a déjà le texte et que la lecture dépend du texte. Si la lecture dépend du texte, on a seulement besoin du texte, duquel on peut déduire le lecteur. Par rapport à ce primat du texte, Stuart Hall représentait une réelle progression du côté de l'empirique, une vraie dimension ethnographique : il s'agissait de demander à des spectateurs réels quelle était leur lecture, comment ils lisaient. Ma critique de l'approche de Hall est que l'ethnographie de la réception n'est pas seulement celle de la lecture ».

*Revenons en à votre parcours si vous le voulez bien : à ce moment là, vous êtes aux États Unis avec Elihu Katz ?*

« Nous sommes à Los Angeles, et je commence à enseigner ma propre version des Cultural Studies. Je fais des emprunts à des anthropologues comme Victor Turner, j'enseigne la théorie de l'énonciation, la sémiotique, un peu de linguistique, l'anthropologie structurale, et je commence à faire appel à des textes de David Morley et de Stuart Hall : ce sont mes premières incursions dans ce domaine.

## **Dallas**

Retour en arrière. Lorsque j'enseignais à Jérusalem, j'ai formé une génération d'étudiants. Parmi ces étudiants, deux ou trois sont devenus des collègues. L'une d'entre elles, Tamar Liebes, était mon élève en sémiotique. Elle commence avec Elihu Katz un projet sur l'analyse de la série télévisée Dallas. C'est un projet collectif. Outre Tamar Liebes, Elihu Katz, il y a moi-même, un étudiant post-doctorant danois, Kim Christian Schroder, et une jeune américaine, Lili Berko. On commence à travailler sur Dallas. Je participe, tout au début de la recherche, à une enquête à Hollywood avec les scénaristes. Aucun d'entre

eux n'a jamais mis les pieds au Texas. Par contre, ils sont tous de grands admirateurs de Tennessee Williams : le modèle de Dallas c'est La chatte sur un toit brûlant.

Puis, commencent les interviews de spectateurs de la région de Los Angeles. J'ai assisté à deux des séances d'interviews. Ensuite, j'ai quitté le projet.

Dans le projet Dallas, il s'agissait de soumettre le texte du feuilleton à une analyse textuelle, puis de soumettre les interviews des spectateurs à une seconde analyse textuelle. L'étude de la réception consistait à comparer entre elles les deux analyses textuelles, et ensuite à comparer entre elles les analyses textuelles produites par des récepteurs de différentes cultures. Il y avait d'abord des américains de Los Angeles, des palestiniens, des israéliens ; ensuite, il y a eu des algériens, des japonais, etc.

Je pense que les leçons qu'on peut tirer de Dallas sont de deux sortes. Premièrement, on remarque la continuité entre l'école des Usages et Gratifications et le travail sur Dallas. Ce n'est pas par hasard si l'on trouve Elihu Katz dans les deux. En effet, la théorie des "deux étapes du flux de la communication" est une théorie de la réception ; c'est une théorie de la réception et une théorie des effets limités. Elle consiste à dire : les "deux étapes du flux de la communication" permettent de filtrer le pouvoir des messages. Mais, dans La télévision cérémonielle, c'est-à-dire là où intervient ma collaboration avec Elihu Katz, le rôle du spectateur peut consister, non pas à filtrer le pouvoir des messages, mais à le multiplier. La construction de la réception peut diminuer ou multiplier le pouvoir des messages. La théorie des effets "limités" ne signifie pas la théorie des effets "petits", elle signifie la théorie des effets "filtrés" ; ce filtre peut être grossissant ou diminuant selon le cas. Telle est donc la première leçon : la leçon, c'est l'énorme continuité entre la théorie des effets limités et les études de réception.

La deuxième leçon, selon moi – et je lis Dallas de façon très différente de mes amis qui ont écrit le livre – la leçon centrale de Dallas c'était De Certeau. Dallas me semblait être l'illustration parfaite des thèses de De Certeau sur les ressources culturelles : 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. D'où la théorie des ressources culturelles. Pour moi, c'était la leçon cruciale du livre et, à mon avis, Elihu Katz et Tamar Liebes n'ont pas suffisamment insisté là-dessus ; leur discours était extrêmement proche du discours de De Certeau.

Voilà l'histoire de mon implication/désimplication avec le travail sur Dallas. Puisque nous en sommes à Dallas, profitons-en pour regarder un peu Nationwide. Ce qui paraît important dans Nationwide, c'est que Nationwide est à nouveau une "illustration". Alors que Elihu Katz propose, sans le vouloir, une illustration des thèses de Michel De Certeau, David Morley propose de son côté une illustration des thèses d'Elihu Katz, également sans y penser. Morley part d'une hypothèse althusserienne. Il s'agit d'étudier l'endoctrinement idéologique de la classe ouvrière britannique, par la bourgeoisie anglaise. Il s'agit d'offrir une démonstration du mécanisme de l'aliénation. C'est ça que veut faire David Morley, c'est en cela qu'il est l'élève de Stuart Hall. Il s'agit de montrer l'aliénation en œuvre à travers la réception. La chose étonnante que trouve alors David Morley, c'est qu'il n'y a pas d'aliénation. Le fait qu'il y ait résistance, ou plus précisément, le fait que la majorité des lectures soient des lectures négociées, fait intervenir entre le texte et le spectateur un étage intermédiaire, qui est l'étage de la médiation. Il rejoint alors Katz.

Elihu Katz a passé sa vie à proposer des modèles différents de cette médiation. Au début, elle est assurée par les leaders d'influence, ensuite, par la conversation, et ensuite, par la cérémonie. Dans chacun des cas Katz met en évidence le rapport de l'individu avec un groupe à travers les yeux duquel il regarde les médias. Il y a, certes, une série de transformations. Mais, ces transformations successives renvoient toujours à cette triade, à cette relation triangulaire entre le texte du média, le groupe et l'individu. Parfois, le groupe et l'individu sont en conversation, parfois ils sont en communion, parfois ils sont en relation de guide et de guidé, mais ils sont toujours là. Par ailleurs, Katz est le seul auteur en communication qui ait inventé, non seulement une théorie de la communication, mais un pas de danse (le two step flow of communication c'est ce qu'il y a de mieux après le "cha cha cha" !). Mais, revenons aux choses sérieuses. Pour moi, Elihu Katz, dès 1945, est le théoricien de la réception. Il n'a jamais cessé d'être le théoricien de

la réception, c'est presque par un malentendu qu'il a voulu parler d'effets. Il ne parle pas d'effets : il parle de réception.

Ce que fait David Morley, en d'autres termes, ressemble à une chanson de Jacques Brel, J'ai voulu voir ta sœur et j'ai vu ta mère. David Morley voulait voir Stuart Hall, et il est tombé dans les bras d'Elihu Katz ; il était très ennuyé d'être dans ces bras-là. Mais, il a eu l'intelligence de ne pas revenir de force à la thèse de l'aliénation. Je pense que, épistémologiquement, c'est ça le trait identificateur des gens qui trouvent des choses, des chercheurs inventifs. Lorsqu'ils reçoivent une gifle, lorsque les faits dénoncent complètement leur hypothèse, ils ne choisissent pas l'hypothèse. Ils choisissent les faits, ils se disent : "J'ai tort, j'accepte d'avoir eu tort". David Morley a fait ça. Il est devenu un chef d'école, parce qu'il a su réviser ses hypothèses.

Ensuite, sont venues les mythologies de la résistance. Vous avez dû lire mon texte sur Les mystères de la réception. La moitié du texte décrit les "mythologies du spectateur résistant". Ce n'est pas follement nouveau aujourd'hui. C'était nouveau quand je l'ai écrit. En fait, je défendais les travaux sur la réception, mais je proposais une distance critique en même temps. Toutes sortes de problèmes m'apparaissent non résolus. Ce sont des problèmes qui ont été reconnus plus tard par les praticiens des Cultural Studies. Donc, en gros, ça c'est la période des Cultural Studies, qui culmine, à mon avis, avec une sorte d'herméneutique : une théorie de la lecture ».

*Une théorie de la lecture, c'est-à-dire l'étude de la réception fondée sur le modèle texte-lecteur ?*

« Tout ceci renvoie à une herméneutique de la lecture. C'était cela, la réception, plutôt que ce que je faisais avec Elihu Katz dans La télévision cérémonielle. Les années 90 voient alors un renversement : La télévision cérémonielle devient un livre de référence, en anglais. Et les études herméneutiques sont devenues, comment dirais-je, une espèce de vulgate banalisée. De plus, les chercheurs ont commencé à s'interroger sur les audiences que l'on fait parler. Dans quelle mesure est-ce que les audiences que l'on fait parler ne sont pas simplement un exercice de ventriloquie pratiqué par les chercheurs ? D'où des versions touchantes de ces audiences qui parlent. Dans Satiricon de Fellini, il y a une scène très belle, où Trimalcion, qui est un ancien esclave affranchi devenu milliardaire, vante son petit amant de 10 ans. Ce vieux monsieur tout flapi, tout flétri présente son petit amant en disant : "Regardez comme il est beau, regardez comme il est gentil. Vous savez, il sait lire et écrire, il connaît même la table de multiplication". L'admiration de Trimalcion pour le petit garçon qui connaît même la table de multiplication m'a toujours rappelé l'admiration qu'avaient les chercheurs des Cultural Studies pour des audiences qui, loin d'être aussi stupides que l'on pensait, savent même leur table de multiplication ; elles sont capables de comprendre quelque chose à un programme. Elles ne sont pas vraiment des légumes. Le compliment me semble modeste. C'est le degré zéro de la félicitation.

J'ai commencé à m'interroger sur les Cultural Studies, en me disant : "Ils sont tellement embarqués dans leur entreprise de réhabilitation qu'ils finissent par oublier que la réhabilitation est insultante pour ceux qu'ils veulent réhabiliter. Les gens qu'ils réhabilitent ne sont pas si bêtes que ça, et n'ont pas besoin d'être réhabilités comme ça".

### **Des audiences aux publics**

J'ai souvent discuté avec mon ami Serge Proulx, qui a conduit nombre d'études très ingénieuses sur la réception. Serge m'a invité à Montréal, j'ai rencontré ses étudiants. Au cours de mes débats avec lui, j'ai suggéré qu'il était important d'interroger les gens sur la réception, à partir du moment où ils recevaient des choses qui étaient cruciales pour eux. D'où cette notion d'aller étudier les gens dans des circonstances à nouveau exceptionnelles, et d'où le travail que j'ai fait sur la réception dans les diasporas. J'ai écrit un article, que vous connaissez peut être, qui s'appelle Médias et diasporas. Il analyse la réception que réservent les membres des diasporas, aux télévisions du pays d'accueil, à la télévision du pays d'origine, et à la télévision faite par les exilés à l'intérieur du pays d'exil. J'ai écrit ça avant que ces thèmes ne soient à la mode, c'est-à-dire il y a 10 ans, en me disant que la réception chez les immigrants me paraissait essentielle, parce qu'elle était à la fois le sésame de la société d'accueil, et qu'elle était empreinte de la nostalgie pour la société dont ils étaient partis. Dans un cas comme dans l'autre, leur lecture de la télévision, leur relation à la télévision était une relation de vie ou de mort. C'est beaucoup plus intéressant d'étudier la télévision quand elle a un tel pouvoir : celui de vous initier ou non, de vous faire appartenir ou non ; quand elle engage des enjeux conscients non seulement pour nous, mais pour les acteurs eux-mêmes.

Petit à petit, j'en suis venu à la notion que, à la fois dans La télévision cérémonielle, et dans La télévision des diasporas, ce qui m'intéressait c'était, non seulement la dimension collective de la réception, mais une dimension collective ressentie comme telle, consciente, et traduite non seulement en perception, mais en action. D'où la question de se demander pourquoi, pendant si longtemps, les recherches sur les médias ont porté sur les audiences et pas sur les publics. C'est le dernier thème que j'ai abordé. Je définis les publics par un slogan que vous devez connaître : "Un public qui n'est pas public n'est pas un public". C'est-à-dire que tout public engage une performance : un public performe dans la sphère publique. Les recherches sur les audiences consistaient à faire parler des êtres obscurs, des êtres plongés dans l'obscurité, qui n'avaient pas envie de parler, et à leur faire dire des choses, à les soumettre à une sorte de maïeutique provocatrice, alors que les mêmes personnes dans d'autres circonstances auraient eu envie de parler. Il suffisait alors d'aller les chercher au moment où elles se manifestent. Plutôt que de les observer contre leur gré, pourquoi ne pas observer leur présentation d'elles-mêmes ? L'idée était donc d'étudier les publics dans leurs performances. J'ai dit cela dans un texte, que vous connaissez sans doute, qui s'appelle Le presque public de la télévision. J'essayais de montrer qu'il est très important d'étudier les publics comme publics, bien que les publics de la télévision ne soient jamais des publics parfaits.

Voilà j'ai à peu près raconté, mon parcours. J'ai sauté des étapes comme Le double corps du spectateur, où je montre que la télévision permet la transformation d'une expérience personnelle en une expérience collective. Vous la regardez comme individu, elle vous renvoie votre image comme membre d'un public. Vous avez un espèce de phénomène de boomerang, qui vous replace là où vous êtes, mais au lieu d'être seul vous faites partie d'un collectif ».

*Aujourd'hui, sur quoi portent vos travaux ? Quels sont vos projets de recherche ?*

« Mon travail actuel porte toujours sur les publics. Je travaille avec Dominique Mehl et Sonia Livingstone. Nous faisons un livre sur les publics, mais je me différencie fortement de mes deux collègues, puisque Dominique Mehl et Sonia Livingstone posent la continuité entre les audiences et les publics. Moi, non. Sonia Livingstone me dit : "Tu as tort de te demander qu'est-ce que c'est qu'un public, il faudrait te demander quand est-ce qu'un public. Ce n'est pas une question de quoi c'est une question de quand". À quoi je réponds : "Je suis entièrement d'accord, les mêmes individus forment des audiences et des publics à des moments différents ; les audiences se transforment en publics, et les publics se transforment en audiences... Néanmoins, si on n'a pas une définition claire de l'un et de l'autre, on ne peut pas analyser le processus qui mène de l'un à l'autre".

Mon analyse du processus qui mène de l'un à l'autre combine un certain nombre des traits que j'ai déjà mentionnés, plus un élément avancé par Guillaume Soulez, et que je comprends ainsi : pour qu'un public existe, pour qu'un public soit public, il faut qu'il soit publicisé par les médias. Il existe deux étapes vers la réalisation d'un public : la première étape c'est de se constituer, la deuxième étape c'est d'être reconnu comme tel. Si les médias décident que vous n'existez pas, alors vous n'existez pas, vous devenez un "public non public", c'est-à-dire un non public.

La question qui m'intéresse maintenant est celle du rôle des médias dans la production des publics. Il existe toutes sortes de publics qu'il me semble intéressant d'étudier : les publics hypertrophiés ; les publics hystériques ; les publics "marranes" ; les publics invisibles. Je propose une typologie des publics, en fonction du rôle des médias vis-à-vis d'eux. Il y a des publics qu'on aide à exister, il y a des publics qu'on aide à parler, on va parler à leur place. Il y a des publics qu'on empêche de parler, il y a des publics qu'on empêche d'exister, donc ils n'existent pas ; il y a des publics qui existent, mais qui ont peur de le dire. Ce qui m'intéresse, c'est de décrire cet ensemble de possibles.

La deuxième question qui m'intéresse est d'essayer de trouver un discours qui soit commun aux publics politiques et aux publics esthétiques. Peut-on décrire avec le même vocabulaire ces deux formes de publics ? Les publics politiques sont toujours à l'origine des publics esthétiques. Chaque fois qu'on fait une généalogie des publics, on trouve toujours au départ une question d'esthétique. Par exemple, Habermas fait commencer les publics dans les salons et à propos de romans, ensuite le public devient politique, critique, etc. C'est intéressant pour moi de montrer que les publics politiques ont des traits communs avec d'autres formes de public, et c'est ce que j'essaie de faire maintenant. J'ai fait l'ethnographie d'un festival de cinéma, Sundance. Sundance est un festival militant et c'est un festival de cinéma. La dimension esthétique et la dimension militante sont difficiles à dégager l'une de l'autre. Ça me paraît un objet intéressant. L'autre objet qui m'intéresse également, c'est la rhétorique des "manifestations". Quand un public se manifeste, cela s'appelle une "manifestation". Les manifestations ont une histoire, et elles changent de forme au cours de l'histoire. J'ai écrit un texte, avec Elihu Katz, sur

Kurt et Gladys Lang, des sociologues de l'École de Chicago, qui ont été parmi les premiers à s'intéresser aux manifestations. Ils ont écrit un essai sur la première manifestation télévisée en direct aux États Unis, qui a eu lieu en 1953. Voilà je vous ai raconté mon histoire ».

*En définitif, pouvez-vous expliquer ce qui vous a conduit à déplacer le thème de vos recherches, vers celui des publics ?*

« C'était la logique a posteriori de ce que j'avais fait. Le sujet s'est imposé à moi, je ne l'ai pas choisi. Je regrette simplement qu'il soit tellement difficile. Parce que, si on fait de la sociologie, c'est assez facile de travailler sur des objets qui sont institutionnalisés : une école, ça a des règles, ça a une structure, ça a un règlement, ça a des professeurs, ça a une histoire ; un public, ça se fait et ça se défait, et c'est ce côté informe ou protéiforme qui est tellement difficile. Une question qui m'intéresse c'est : "Est-ce que les publics se reproduisent, est-ce qu'ils survivent dans le temps ?". Mais, s'ils survivent dans le temps, comment est-ce qu'ils font, puisqu'ils n'ont pas de dimension institutionnelle ? C'est un sujet passionnant et c'est un sujet difficile. Les grands chercheurs qui ont travaillé sur les publics sont à mon avis Habermas, Walter Lippman, Elisabeth Noëlle-Neumann, John Dewey, Roger Chartier.

J'ai un jour bricolé<sup>2</sup>, pour décrire les relations de recherche entre la France et l'étranger, une classification en trois parties comme dans une bonne dissertation : j'ai dit qu'il y avait des gens qui étaient des passeurs, des gens qui étaient une muraille de Chine (ou de béton) et des gens qui étaient, non pas des passeurs, mais des substituts. Au lieu de faire passer des théories, ils se proposaient eux-mêmes en remplacement des théories qu'ils ne passaient pas. Dans la première catégorie, j'avais placé par exemple Yves Winkin. Il me semble que moi aussi j'ai été un passeur, mais un passeur dans les deux sens ».

*En guise de conclusion ?*

« J'ai eu, je crois, beaucoup de chance. J'ai été méconnu pour certaines des choses que j'ai faites (celles qui touchent au cinéma) et j'ai été très reconnu pour certaines autres. Par exemple, il y a eu de nombreux commentaires concernant mon travail sur les publics, et toutes sortes d'études ont été écrites pour ou contre La télévision cérémonielle ».

*Est-ce volontairement que vous avez beaucoup insisté sur vos premiers travaux ?*

« J'ai beaucoup parlé de mes mésaventures de jeunesse. Pourquoi les ai-je racontées dans un tel détail ? Parce que j'étais très jeune, et qu'elles m'ont donc plus profondément marqué. Parce qu'elles ont comporté un sentiment d'échec, et que les événements heureux ne laissent pas de cicatrices. Parce que le récit que vous me demandez est une sorte de "bildungsroman" et que les romans de ce type (les désarrois du jeune Dayan) portent toujours sur les années de formation...

Peut-être aussi parce que l'histoire finit bien. Premier acte, le jeune Dayan est très malheureux. Personne ne veut le reconnaître. Deuxième acte, il découvre que certains de ses écrits font leur chemin, et qu'ils ont indirectement influencé des travaux qu'il admire. Dayan se redresse, se mouche, et se surprend à sourire. Troisième acte, Dayan est enfin reconnu. Il l'est dans des domaines où il se percevait un peu comme un visiteur occasionnel et se retrouve brusquement à représenter une discipline qu'il croyait squatter. Il est alors heureux mais tout à fait perplexe. Peut-être sa chance a-t-elle consisté à se tromper de chemin ? À arriver ailleurs que là où il voulait aller ? ».

*C'est la leçon de cette histoire ?*

« Il y en a deux. La première est effectivement celle là. C'est une leçon existentielle, une sorte de fatalisme actif, un art de la parenthèse, une foi dans les vertus de la fée Serendipity. Ce que je prenais pour un détour est souvent devenu mon véritable itinéraire. La route des Indes passe fréquemment par l'Amérique et on ne s'en aperçoit pas. La seconde est une (petite) leçon de courage empirique. Il ne sert à rien de vouloir trancher les nœuds gordiens, ou de leur adresser un ultimatum leur enjoignant de se défaire, de choisir entre des hypothèses scientifiquement à la page, mais souvent réductrices. La réalité peut être contradictoire. Il faut respecter cette contradiction et prendre le risque de tenir un discours provisoirement paradoxal ».

---

<sup>2</sup> Discours présenté lors du 10<sup>e</sup> colloque bilatéral franco-roumain, 1<sup>ère</sup> conférence francophone en sciences de l'information et de la communication (CIFSIC), du 28 juin au 2 juillet 2003 à Bucarest.

## **Annexe 8b. Entretien avec Sabine Chalvon-Demersay, Paris, 19 mars 2004**

*Parlons de la naissance du champ des études de réception...*

« Je travaille sur un domaine pour lequel très peu de travaux ont été faits : la fiction de la télévision. Pour l'instant, l'histoire n'est pas écrite, et quand l'histoire n'est pas écrite, les premiers travaux qui contribuent à cette histoire structurent la manière dont cette histoire sera racontée ensuite, y compris par les acteurs eux-mêmes. Par exemple, il y a deux personnes qui ont travaillé là dessus : [inaudible] ont qualifié 2 ou 3 œuvres de "western à la française". Et cela revient dans un article que j'ai lu récemment, où il est écrit : "Ces œuvres, qu'on a qualifié de western à la française". En fait, c'est la première personne qui avait travaillé sur les fictions qui a employé cette terminologie, ensuite les sources se construisent à partir de ce premier filtre. Il se passe la même chose sur la constitution d'un champ : pour l'instant il n'y a pas eu de réflexion sur l'histoire de ce champ, donc c'est très intéressant pour les gens que vous interrogez, de leur demander, pour eux, qui sont les pères fondateurs, avant que l'histoire ne soit écrite. Ce serait intéressant de voir si la poignée de sociologues des médias, parce que nous ne sommes pas très nombreux, a les mêmes idées sur les origines du champ »

*Selon vous, qui sont les pères fondateurs des études sur les publics de télévision ?*

« 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. Ce sont les premiers qui ont travaillé sur la télévision française, tout en ayant déjà hérité des apports qui venaient des États-Unis. Je mettrais aussi très tôt Jean-Marc Schaeffer. Ce sont des gens qui sont intermédiaires entre des professionnels et des gens qui réfléchissent sur le média, au moment où le média est né. Il y a eu ce grand colloque, « Les intellectuels et la culture de masse », repris dans *Communications*, qui marque les débuts des travaux sur les médias de masse. Tout s'arrête ensuite jusqu'à ce que Dominique Wolton reprenne la problématique. En ce qui concerne les travaux sur la réception, le premier travail c'est *La télévision des adolescents* de Michel Souchon. Et aussi beaucoup de productions internes dans la chaîne : c'est la RTF qui commande des études pour voir comment les gens perçoivent leur public. Les enquêtes sont très intéressantes. C'est là où naissent les questions : ce sont celles qui seront reprises ensuite. En plus, on est encore dans une télévision qui n'est pas une télévision commerciale, donc les enjeux de compréhension du public sont moins opérationnels que ce qu'on pourrait faire maintenant ».

*Pouvez vous me raconter votre parcours : comment est né votre intérêt pour la télévision, et pour son public ?*

« Je vais vous envoyer mon HDR : il y a toute ma formation, comment je suis arrivée, par la vie de quartier et par ma thèse sur les couples non-mariés, à m'intéresser aux questions du changement. Ensuite, comment de façon logique je suis passée aux médias, en travaillant sur les professionnels, sur les œuvres et sur les publics ; et maintenant je travaille sur la fiction d'une manière un peu différente, mais c'est dans la continuité de tout ça. À chaque fois j'explique, sur le mode d'un parcours de recherche, pourquoi une question m'a conduit à travailler sur une autre, et sur une autre. Je suis partie d'un sentiment très fort : la télévision est importante dans la vie des gens ; on a cherché des moyens d'entrer sur ce sujet parce qu'elle était très peu travaillée. Lorsque je suis entrée au centre de sociologie des arts, d'une manière assez logique on a fait une entrée par les professionnels. Avec Dominique Pasquier, nous partagions quelque chose, une certaine liberté, nous avons choisi de s'intéresser au métier le plus caractéristique du nouveau média : c'était le métier qui permettait de tester le plus la spécificité du média, c'est-à-dire le côté familial, entrer chez les gens, etc. Nous avons pris le risque de prendre un sujet un peu ridicule, ça ne faisait pas sérieux. Mais nous avons eu raison de faire ça, car nous avons vraiment compris des choses sur la télévision à travers ces gens là, et ça nous a permis de nous débarrasser de la question de la légitimité culturelle. Cela ne voulait pas dire que nous trouvions que la télévision était un objet fabuleux, nous l'avions mise à sa bonne place. Comme nous étions entrées par ces personnalités que nous avons suivies – nous avons interviewé des gens qui n'avaient jamais été pris au sérieux – nous avons obtenu des interviews magnifiques. Nous avons compris, 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 leur fait parcourir l'espace public très vite. Donc, quand les hommes politiques ont commencé à s'intéresser aux médias, à se poser des questions sur leur rapport aux médias, les animateurs avaient déjà réglé toutes ces questions-là. Ce qu'ont utilisé les hommes politiques avait été compris bien avant par les animateurs, parce qu'ils

avaient eu à travailler sur le média tel qu'il était, sans prétention. Ces professionnels pouvaient le mieux nous permettre de comprendre ce qui était spécifique dans la télévision. Notre chance était d'être toutes les deux, parce que nous en avons beaucoup ri. Nous n'avons pas été prises dans les hiérarchies d'importance des autres : nous avons senti qu'il y avait quelque chose à comprendre là-dedans alors on s'est lancées.

À l'époque, l'École de Francfort dominait. Le sujet n'intéressait personne et paraissait saugrenu : cela nous laissait une liberté pour le traiter. Nous court-circuitons les itinéraires habituels. Quand les gens travaillent sur les professionnels, ils travaillent sur les journalistes ; il se trouve qu'il n'est pas impossible que les journalistes qui travaillent dans les médias aient plus de points communs avec les animateurs qu'avec les journalistes de presse écrite, parce que le média impose sa marque. Pour le comprendre il ne faut pas interroger les journalistes, il faut interroger les animateurs. On comprend mieux ce qui est caractéristique du média en travaillant sur les animateurs. Alors que si on interroge les journalistes ils vont vous expliquer que leur métier est le même que celui de la presse écrite, c'est normal c'est comme ça qu'ils le vivent. Dans le discours des animateurs le média est très important dans la définition du métier. Cela a été un moyen de comprendre le rapport au média. Notre objectif était que si on comprenait ce qui se passait là, on aurait accès à quelque chose qui fait la spécificité du média. Cela a été le cas, nous avons eu une toute autre lecture sur la télévision.

On était alors en 1984, avant la privatisation. Quand on relit ce que nous avons écrit, aujourd'hui 20 ans plus tard, les choses ont tellement changé qu'on peut faire une erreur d'interprétation sur ce livre. À l'époque la télévision française est encore très culturelle, mais la critique de la télévision – comme elle vient des États Unis – nourrit l'École de Francfort ; celle-ci était très ajustée à la télévision américaine de l'époque, mais mal ajustée à ce qu'était la télévision française. C'était un énorme problème, cette critique que je qualifierais de snob : une critique qui portait sur la tentative française de l'ORTF un regard de mépris, qui n'était pas tellement adaptée aux programmes diffusés alors. Mais ce mépris avait été né et pensé aux États-Unis pour une télévision commerciale, et il avait été transposé en France.

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. Au moment où cette télévision est arrivée en France, la critique s'est dégonflée (elle s'est usée parce qu'elle était là depuis longtemps) alors que c'est maintenant qu'elle pourrait être efficace. Dans les années 80, nous avons écrit un livre assez hostile à cette critique parce que nous la trouvions méprisante et nous n'aimions pas ce mépris-là ; mais si on le lit aujourd'hui il pourrait paraître démagogique parce que ce n'est pas la même télévision. Nous n'avons pas fait une croisade pour les animateurs dans ce livre, mais, dans un article que j'ai écrit après, je dis qu'il y a des tas de choses qui sont moralement très problématiques. Les animateurs ne posent aucun problème moral, ce sont des gens très gentils, il ne faut pas exagérer. La violence de la critique qui leur est adressée n'est pas ajustée avec le mal qu'ils font. Il était ridicule que cela déchaîne tellement de haine alors que ce sont des gens plutôt sympas. 25 ans plus tard, quand on voit arriver des émissions qui posent des problèmes moraux quant au traitement des personnes, je ne tiendrais pas du tout le même discours. La critique des médias de masse a été faite aux États-Unis, face à une autre télévision et quand elle a été importée en France elle n'était pas très ajustée. La critique c'est celle de Theodor Adorno et tous les textes qui ont été traduits dans Réseaux sur l'industrie culturelle qui ne nourrit les hommes que de stéréotypes, elle leur fait porter des lunettes roses et bleues, critique de la standardisation du stéréotype, etc., reprise par Edgar Morin. On parle du "long gémissement d'Adorno" alors que le ton de Morin est assez différent : il a pris du plaisir à cette culture de masse. Le topoi, l'ensemble des critiques sur les médias de masse se sont vraiment faites aux États-Unis, dans les années 50-60 ».

*Pourquoi a-t-on parlé ensuite d'une impasse au sujet des études de réception ?*

« Le problème était d'isoler la réception. L'impasse des études de réception a été justement qu'elles isolaient la réception. C'est toute la réflexion que mène Daniel Dayan sur les publics. Dans son article Les mystères de la réception (1992) il y a tous les arguments et toutes ses réflexions sur les publics. L'impasse des études sur la réception a été de penser qu'on pouvait isoler un moment de la réception, un groupe de réception ; elles se sont un peu fracassées toujours contre les mêmes types de problèmes. Les études de réception ont chaque fois apporté des éléments différents mais il y a sans doute eu une difficulté dans le fait qu'elles postulaient qu'on pouvait constituer des publics.

La réception était un sujet très insaisissable : un problème est lié à l'axe temporel. À quel moment estimez-vous qu'un programme est reçu ? Est-ce que c'est le jour où il est reçu ? Est-ce que c'est trois mois, trois ans plus tard ? Est-ce que c'est sur toute une vie ? Ensuite, par rapport à un temps

biographique : est-ce que recevoir un programme quand on a 3 ans c'est la même chose que quand on a 15 ou 80 ans ? Je pense que non. Il y a des moments de la vie où nous sommes très sensibles à la réception, il y a des moments où cela devient anodin. La détermination, non seulement du lieu où on va faire l'enquête, mais aussi du moment, est fondamentale. Le problème n'est pas de le définir, car il faut le définir, mais c'est de le circonscrire sans naïveté : savoir que, au moment où on circonscrit, on attrape quelque chose de très spécifique et très limité. Ensuite, il faut empiler ces limites et ça finit par produire du sens. Sur la question de l'âge c'est assez simple parce que tout le monde est assez d'accord sur ce que l'âge représente (les âges de la vie). Toutes les autres catégories sont construites : c'est le risque de devenir ventriloque. À partir du moment où vous décidez que vous mettez ensemble des gens qui ont une caractéristique en commun, vous allez expliquer leur réception des médias à partir de cette caractéristique parce que vous l'avez construite comme étant commune. Par exemple, 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. C'est un problème énorme car les résultats renvoient à des stéréotypes. Vous allez faire sortir une vision structuraliste alors que c'est vous qui l'avez construite. Vous pourriez constituer des groupes sur des critères très différents avec les mêmes gens. Je vais vous donner un exemple paradoxal : si vous faites un groupe de timides et un groupe d'audacieux, vous aurez sans doute des réactions aussi différenciées qu'avec un groupe de français et un d'italiens, parce qu'on est autant timide qu'allemand.

Le problème est que le critère de définition du groupe a une incidence sur la manière dont vous allez analyser la réception, et c'est un problème dont les gens qui ont travaillé sur la réception ne se sont pas sortis. C'est ce qu'à travaillé Daniel Dayan, même s'il ne l'expliquera jamais de façon aussi simple et triviale que je viens de le faire. Dans mon travail sur Urgences, et sur l'Institut, apparemment c'est un dispositif qui a l'avantage d'une certaine évidence : le fait de prendre des instituteurs/médecins/gendarmes et de leur faire regarder l'Institut/Urgences/La femme d'honneur, c'est logique, parce qu'il n'y a pas de problème sur la qualification des gens (ce n'est pas moi qui la détermine, c'est leur profession). Il y a une évidence dans la caractérisation ».

*Donc, vous attendez de ces téléspectateurs qu'ils réagissent en tant qu'instituteurs/médecins/gendarmes ?*

« Exactement. La raison pour laquelle c'est un peu moins naïf est que justement je ne cherche pas à dire : "Je vais apporter une réponse incroyable parce qu'ils sont instituteurs" ; je n'apporte pas ça comme un résultat. Je dis : "Comme ils sont instituteurs, ils voient L'Institut du point de vue professionnel" ; je le pose comme condition de constitution de l'échantillon : ce n'est pas une interprétation mais la construction de l'échantillon. Je ne vais pas proposer comme interprétation le fait qu'ils soient instituteurs, puisque c'est donné d'emblée. Donc, je vais chercher autre chose. Je ne vais pas expliquer, par le fait de la définition de ce groupe, le type de réception, puisque justement je l'ai déjà défini. Ce que je vais expliquer, c'est ce que je sais de l'image de l'instituteur à travers la réception. C'est une question complètement différente. Ensuite, je m'interroge sur ce que veut dire une représentation idéalisée.

Ce qui est important est de se demander : "Quelle est la question que les gens se posent quand ils font une étude de réception ? Pourquoi est-ce que j'ai constitué ces groupes ?". Je voulais essayer de régler la question : "comment les gens réagissent par rapport aux médias ? Est-ce que les médias font quelque chose aux gens ou pas ?". Si j'avais pris une expérience de film policier, les gens, en règle générale, n'ont pas tellement dans leur vie eu affaire à des policiers. Si j'avais pris une expérience scolaire (ce que j'ai fait) c'est le contraire : tout le monde a été à l'école. Mais en prenant Urgences, j'avais un cas dans lequel le moment où on arrive dans un hôpital est un moment très particulier pour les malades : on a fait cette expérience ou on ne l'a pas faite. Quand on l'a faite avant la série, cela influe la manière de voir la série ; quand on l'a faite après la série, cela influe aussi. Ceci me permettait d'identifier beaucoup mieux, beaucoup plus précisément le moment où la série va avoir un impact sur l'expérience biographique.

C'est pour cette raison que le dispositif était intéressant. Je n'aurais pas pu l'isoler si j'avais été voir l'influence d'une série sentimentale sur des gens, on ne sait jamais quand ces gens ont été amoureux, etc. Dans le cas d'une série sur l'hôpital, quelque chose permettait d'identifier de façon très claire le passage dans un service des urgences, c'est une expérience dont on se rappelle, c'est une situation dramatique que tout le monde vit à un moment précis dans sa vie. Donc, par rapport à la chronologie de la série, on sait si on l'a vue avant ou après. Comme ce qui m'intéresse c'est le rapport à l'hôpital et non pas le rapport à la télévision, c'était intéressant. Pour analyser le rapport à la télévision, ce qui m'intéressait c'était la manière dont le rapport à l'hôpital avait changé. Je me disais : "Si la télévision change la vie des gens, ça sera un moyen de le savoir". La réponse est oui ! C'est une réponse que j'ai mis du temps à construire.

La télévision change la vie des gens de trois manières : il y a un aspect de connaissance, un aspect cognitif : il est clair que les gens ont appris le fonctionnement de l'hôpital ; ensuite, il y a un aspect normatif : on a donné aux gens des personnages, des héros, très idéalisés et ceci les conduit non pas à croire que les médecins qu'ils rencontrent sont des idéaux, mais à affiner leur exigence à l'égard des médecins qu'ils rencontrent. C'est la phrase que je cite dans un article : "Une infirmière comme Hattaway j'aurais bien aimé la rencontrer". Avoir un modèle idéal augmente les exigences. La fiction a une incidence, qui n'est pas de croire que ce qu'on vous montre est vrai, mais de penser que ce qu'on vous montre vous permet de savoir mieux ce que vous voudriez qui soit vrai. Le troisième aspect est social, dans le sens qui est lié à la familiarité : Urgences avait créé un sentiment de familiarité avec l'hôpital. Quand les gens arrivent dans un lieu, ça leur est tellement familier qu'ils s'attendent à ce que les interactions soient différentes de ce qu'elles sont en fait à l'hôpital, où les gens qu'ils rencontrent sont des inconnus. Cet univers leur est devenu familier. Ils voient le médecin derrière le médecin, ils voient un personnage très humain, mais non, le médecin est un médecin. D'habitude, on ne connaît pas quelque chose et on le connaît, et là on a l'impression de le connaître très bien et on est renvoyé au fait qu'on ne le connaît pas. C'est intéressant.

Ces trois manières d'aborder le problème de la réception m'ont permis de comprendre que la fiction a de l'influence dans la vie des gens : ainsi je pouvais me remettre à travailler sur la fiction et voir ce qu'il y avait dedans. 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 ».

*Parce qu'on est toujours public de quelque chose ?*

« Lorsque l'on constitue un public, si on prend la télévision en général comme critère, on va trouver des critères d'explication qui renvoient au critère défini. Pour échapper à cela je stabilise le programme, et ce qui définit le public c'est le fait de regarder ce programme. Il faut stabiliser quelque chose car on ne peut pas refuser de définir les gens par des critères précis et refuser de définir les programmes. Je préfère stabiliser le programme et faire varier les gens, plutôt que stabiliser les gens en faisant varier le programme parce que, dans ce cas, je risque de trouver comme explication des choses que j'ai déjà décidées (dans la manière dont j'ai circonscrit mon public) ».

*Le résultat majeur de cette étude sur les fictions et leurs publics est que la télévision a de l'influence sur ceux qui la regardent ?*

« À présent, je suis sûre que la télévision a de l'influence (pas la même selon les âges) mais c'est une influence transitoire, circonscrite et pas directe : c'est ce que Dominique Pasquier a trouvé dans son étude sur les fans d'Hélène. L'influence ne se situe pas entre les petites filles et le programme : elle se situe dans le rapport des petites filles à d'autres petites filles qui peuvent parler du programme. En parlant du programme elles peuvent se construire leur monde de petite fille et gérer la construction d'une identité, par rapport aux relations amoureuses notamment, grâce à la télé, avec d'autres petites filles. Je pense qu'il y a des moments de la vie où des types de programmes ont de l'influence sur les gens, ensuite le travail est d'identifier lesquels, comment, pourquoi. Quand on regarde Navarro, ou ce type de programmes standardisés, à un âge où on est préoccupé par autre chose, ça rentre par une oreille et sort par l'autre : tous les programmes n'ont pas le même poids de structuration. Je crois que nous sommes très marqués par les programmes que nous voyons entre 9 et 14 ans. La fiction est importante non pas parce que les gens confondent la réalité et la fiction (ils ne confondent presque jamais, sauf des cas marginaux) mais ils s'en servent tout le temps ».

*Selon vous, quelle est la place des travaux sur les téléspectateurs en France ?*

« Nous ne sommes pas nombreux à travailler sur les médias. Il y a très peu de sociologues des médias en France : il y a 300 sociologues au CNRS, on ne peut pas travailler sur tout. Je ne sais pas combien il y a de sociologues quand on compte les facs. Il y a plein de sujets qui ne sont pas très travaillés. 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... La grande question de la sociologie des médias est celle de l'influence de la télé sur les téléspectateurs (c'est sur cette question qu'elle est née et elle s'y heurte tout le temps). Les études de réception permettent de traiter cette question d'une manière plus raffinée que les études des effets. C'est une question qui se règle sur le terrain, mais c'est compliqué, il faut du temps, des gens, etc.

On s'aperçoit que les gens se rappellent de très peu de choses au niveau de la télé. Quand j'interroge les gens sur Urgences, ils ne parlent pas de la série, ils parlent de leur rapport à l'hôpital. Je n'ai pas compris tout de suite que le résultat des interviews était que la fiction est un embrayeur d'expérience. Le lexique de l'analyse littéraire (apprendre à parler d'une œuvre) s'acquiert en classe de première au lycée ; mais quand on n'a pas appris, on ne sait pas bien parler d'une œuvre, on n'en parle pas, on parle de sa vie parce qu'on a tous un lexique pour parler de sa vie. Et ces gens ont peur, s'ils parlent des personnages de fiction, qu'on croit qu'ils en parlent sérieusement et y croient. La télé est très importante dans la vie des gens mais moins impliquante que ce qu'on croit. Je travaillais sur les couples et sur les professionnels : je passais mon temps à voir des gens pour qui la télé était très importante. Pour les gens qui la font elle est très importante, pour moi qui réfléchit là-dessus elle est très importante ; on a tendance à penser qu'elle est très importante pour les gens aussi. En fait, elle est importante car ils y consacrent beaucoup de temps, mais ce n'est pas un temps très dense : très présente et pas si importante ».

*Certains chercheurs ont parlé d'une impasse des études de réception, qu'en pensez-vous ?*

« En aucune façon je n'ai l'impression d'une impasse : au contraire j'ai l'impression que je comprends de plus en plus de trucs. Parce que j'associe toujours les études des médias avec d'autres choses. L'impasse c'est quand on isole la sociologie des médias. Il faudrait travailler à la fois sur les effets, les professionnels et les publics mais ce n'est pas possible donc : révolution épistémologique, il faut travailler sur les contenus. C'est ça la sociologie. Je pense qu'il faut étudier les médias pour travailler sur autre chose. C'est ce que fait Dominique Mehl, qui travaille sur les médias parce qu'elle veut travailler sur les discours psy. Travailler sur les médias pour travailler sur les médias : on risque de ne rien comprendre. Et travailler sur les publics de médias c'est encore plus compliqué : quelle est la partie d'une personne qui est un public de média ? ».

## **Annexe 8c. Entretien avec Dominique Pasquier, Paris, 19 mars 2004**

*Dominique Pasquier, pouvez-vous me raconter votre parcours, notamment la genèse de vos travaux sur la télévision ?*

« Au départ, j'étais en sociologie de l'art, au laboratoire de Raymonde Moulin, avec Sabine Chalvon. Nous avons commencé à mener des travaux sur les professionnels de la télévision. C'était un laboratoire qui étudiait beaucoup les professions artistiques ; aussi, il était logique, même si nous travaillions sur un champ peu légitime comme celui de la télévision, qu'il y ait une entrée par les professions. Donc nous avons travaillé sur les animateurs de télévision. Ensuite, j'ai continué et j'ai enchaîné avec une deuxième étude sur les scénaristes de fiction. Dans cette étude, la question du public était présente, de manière évidente parce que la question des attentes du public (les négociations sur les contenus, au nom du public, ce qu'aiment ou n'aiment pas les publics) était centrale dans les propos à la fois des scénaristes et des responsables de fiction. On voyait que, selon les interlocuteurs, cette notion de public était extrêmement variable, prise dans des espèces d'hierarchie entre les métiers, prise aussi dans des formes de négociation sur des contrats d'écriture, etc. Je voyais bien qu'il y avait quelque chose d'important sur le public.

Par ailleurs, à ce moment-là, Daniel Dayan venait de rentrer en France : il a eu un rôle majeur dans la familiarisation de certaines théories au sein du laboratoire de Dominique Wolton où il est entré. 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 15-20 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 Elihu 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.

Ensuite, 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 cet espèce de 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.

À la fin des années 80, j'étais familiarisée par Daniel Dayan à la littérature type David Morley, aux travaux des Cultural Studies de l'époque, au livre de Elihu Katz et Tamar Liebes sur Dallas, etc. À ce moment-là, il y avait des campagnes de presse monstrueuses contre une série qui s'appelait Hélène et les garçons. Lors d'un dîner je me suis retrouvée avec des amis qui s'offusquaient beaucoup que leurs enfants adorent suivre cette série. Je l'ai regardée afin de comprendre pourquoi elle suscitait un tel enthousiasme. C'était drôle parce que d'habitude les énonciations de série à propos des enfants se posent davantage en termes de "c'est trop cru, c'est trop violent, etc. ", et là : "C'est naïf et réactionnaire". Je trouvais très intéressant qu'il y ait un rejet au nom de ces considérations-là. Donc, j'ai regardé quelques épisodes en me disant : "Je ne comprends pas pourquoi le phénomène suscite autant de répulsion chez des femmes de ma génération, des anciennes féministes pour la plupart, classes sup' etc., pourquoi il déclenche une telle campagne dans la presse et pourquoi il provoque un tel engouement chez les enfants". En effet, en regardant je ne voyais pas l'intérêt de cette série, elle est très bas de gamme, il faut reconnaître que c'est très mal joué, etc. 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".

J'ai commencé avec la procédure qu'avaient pris les premiers travaux sur la fiction, c'est-à-dire : on va chez les gens, on regarde l'épisode avec eux et puis on discute. J'ai trouvé ça abominable, je l'ai fait dans 13 familles, j'ai trouvé que les ouvrages anglais qui étaient fondés sur ces approches parlaient très insuffisamment des biais d'enquête ; ce sont des choses que Daniel Dayan a repris dans son article Les mystères de la réception, c'est-à-dire les artefacts, mais, quand on est sur le terrain, c'est encore pire que ce que décrit Daniel Dayan. J'ai constaté une forme de violence : j'arrivais dans des familles plutôt populaires où les mères regardaient très souvent avec leurs filles ; dans ce cas, il n'y avait pas de condamnation de la série. Lorsque j'arrivais pour regarder une série comme Hélène et les garçons, en tant que chercheur, les personnes avaient l'impression de passer un examen et disaient : "On n'est peut-être

pas les bonnes personnes pour vous, parce qu'on a raté des épisodes, on ne va pas savoir répondre aux questions, etc. ". Donc c'était terrible, c'était une violence symbolique abominable puisque je les mettais en situation d'épreuve scolaire pour un programme de télévision qu'ils regardaient affectivement. Dans les familles moins populaires où il y avait plutôt de l'antagonisme entre parents et enfants autour de la série, j'arrivais dans un champ miné : la mère m'attrapait à l'entrée et me demandait de lui expliquer pourquoi le CNRS finançait une enquête de ce type. Ceci n'était pas inintéressant pour moi (j'enregistrais) parce que cela montrait les conflits que ce type de recherche sur les objets non légitimes peut poser auprès d'individus socialement plutôt dotés. Finalement j'étais acceptée, on me laissait mener l'observation, mais je voyais que les enfants ne s'asseyaient pas là où ils s'asseyaient d'habitude, que la mère venait regarder alors qu'elle ne le faisait jamais. Dans les deux cas il y avait un truc terrible, des biais méthodologiques, c'est la seule chose que ça m'a appris, et ça a été utile : cela m'a fait comprendre à quel point la télévision fait partie de l'intimité quotidienne. Ceci constitue un des problèmes majeurs des travaux en réception : on brise une routine et on la brise d'une façon violente quelque soit le milieu social observé. C'est vrai qu'on a sorti des choses de ces travaux, mais il y a vraiment une limite forte.

J'ai donc décidé d'arrêter au bout de 13 familles en me disant que c'était trop violent. Je parlais un jour de mes travaux à une enseignante qui m'a permis de proposer un questionnaire à son groupe de jeunes capésiens en stage dans des écoles du secondaire. J'ai réalisé un questionnaire sur l'ensemble des séries pour adolescents : je demandais aux enfants de préciser leurs séries préférées, personnages préférés, etc. Une partie des enseignants de l'IUFM étaient en ZEP, donc des enfants populaires, immigrés... ont répondu au questionnaire, et un autre groupe, que j'avais recruté par un autre réseau, enseignait à des élèves de classe moyenne, résidentielle, banlieue ouest. Finalement, le questionnaire est aussi un biais : un questionnaire passé en classe sur les séries de télévision est forcément un biais (il n'y a pas de travail sur la réception qui ne soit pas un biais) ; mais, si on le considère comme un biais il peut produire des résultats. Je ne me demandais pas ce que les enfants regardaient ou quel personnage ils préféraient, je me demandais quel personnage ils pouvaient dire qu'ils préféraient, quelle série ils pouvaient dire qu'ils regardaient, si c'était une fille ou un garçon, s'il ou elle était d'origine sociale élevée ou populaire. Dans ces conditions on produit des résultats : on voit qu'il y a une radicalisation des effets statutaires sur la déclaration des positions spectatorielles qui fonctionnent assez bien. Ainsi ce questionnaire m'a beaucoup appris alors que je n'en attendais pas grand chose. Il m'a renseignée sur la construction de la position de téléspectateur dans la vie sociale.

Ceci m'a amenée à décaler le livre, et à en faire un livre sur : "Comment on se constitue comme public" plutôt qu'un livre sur la réception de la série elle-même ; il se rapproche davantage des problématiques travaillées par Daniel Dayan que des problématiques américaines ou anglaises. Il y a une différence entre les travaux qui considèrent "un programme, un téléspectateur" et les travaux qui s'interrogent sur la construction sociale des positions de téléspectateurs, en dehors du moment de consommation. Le questionnaire a donné des résultats assez tranchés, qui montraient qu'un garçon, après 11 ans, risque de se faire foudroyer par ses copains s'il déclare aimer une série où il y a de la romance ; il faut faire très attention quand on choisit un personnage préféré parce qu'il ne faut pas le choisir pour de mauvaises raisons si on est un garçon, etc. Il y avait beaucoup de choses sur la difficulté que les jeunes garçons avaient à tenir une position de téléspectateur face à des programmes où il y avait toujours des histoires sentimentales et jamais de l'action pure. C'était difficile pour eux de bien marquer les distances dans le questionnaire, de montrer qu'ils savaient que ce n'étaient pas des programmes pour eux, même s'ils les regardaient.

Dès les débuts de l'enquête j'avais sollicité un rendez-vous avec Claude Berda qui était le producteur de la série Hélène et les garçons. Il m'avait reçue mais il était impossible d'en tirer un mot parce qu'en tant que producteur de télévision il maîtrise parfaitement les informations à donner ou pas. Je savais qu'il y avait un courrier abondant qui arrivait à la maison de production puisqu'ils avaient une boîte postale. J'ai demandé à Claude Berda si je pouvais travailler sur ces courriers, il m'a dit : "Il faut que je réfléchisse, que j'en parle avec Jean Luc Azoulay, etc.". J'ai rappelé une fois, deux fois, trois fois, à chaque fois il ne disait pas non, mais il ne disait pas oui non plus. En fait, il avait très peur que je fasse une analyse à la Télérama et que je dise : "Les enfants sont mystifiés par les séries, c'est très grave". J'ai appelé peut être 150 fois sa secrétaire (elle disait toujours "oui, j'en parle à Claude, il vous rappellera, il n'a pas eu le temps, etc. "). Au bout de 7 mois, il y a eu un reportage d'Envoyé Spécial sur le phénomène Hélène et les garçons. Dans ce reportage, j'avais un extrait d'entretien de 30 secondes (la journaliste avait su que je travaillais sur ce sujet) où je disais que la série était une forme d'apprentissage de la grammaire de l'amour pour les petites filles, etc. et je ne disais pas que la série était épouvantable. Le lendemain, Claude Berda m'a appelée en me disant : "Dominique, pas de problèmes pour travailler sur les courriers".

C'est assez drôle car c'est une émission de télévision qui m'a permis d'accéder à une autre émission de télévision.

Je savais que ces courriers constituaient un matériau particulier : ce sont uniquement des fans, des filles, elles sont très jeunes, elles ne constituent pas l'ensemble du public de la série, mais j'avais quelque chose de très beau parce que ce n'était pas moi qui l'avait demandé. Le matériau était vraiment intéressant, car (1) il ne portait pas uniquement sur la télévision, et (2) il était spontané. Pour moi c'est un matériau sur la réception, dans un public particulier, un public de fans qui, par nature, est plutôt un public d'enfants d'origine populaire (on ne peut pas être fan dans une famille favorisée parce que la mère refusera d'acheter un pantalon Hélène, d'emmener sa fille à un concert d'Hélène, etc.). Je pouvais les situer socialement, sexuellement, elles mentionnaient leur âge toujours en début de lettre, donc j'avais pas mal d'identifiants. Leurs lettres n'avaient pas été produites en réponse à un dispositif de recherche, c'est une expérience de la télévision racontée spontanément par quelqu'un : il n'y a que ces matériaux-là qui sont neutres, en terme de terrain en réception. Ce qui ne veut pas dire que ce sont des matériaux faciles à traiter, mais en tout cas on n'a pas constamment le sentiment du biais en tête, ce qui est soulageant.

Des instits. sympathiques que j'avais rencontrés dans la banlieue nord de Paris, qui travaillaient en ZEP aussi, ont fait faire des petites rédactions en classe sur le thème : "Est ce que tu regardes Hélène et les garçons, dis si tu aimes cette série ou pas". C'était très amusant parce qu'il y a des classes entières où je peux dire qui sont les filles et les garçons sans voir les noms : dénonciation des baisers sur la bouche chez tous les garçons, et chez les filles c'est plus compliqué.

Finalement, l'expérience que j'ai retirée est la suivante. Il y a de nombreux matériaux possibles sur la réception, et une bonne enquête de réception c'est une enquête multiple. Le questionnaire m'a donné des résultats puisque c'est 700 répondants, c'est un peu de chiffres derrière, les courriers ont donné des éléments particuliers, cette petite rédaction a donné des informations très intéressantes sur : qu'est ce qu'on peut écrire, en classe, sur une série qu'on regarde (parce qu'ils disaient des choses sur la série qui montraient qu'ils la regardaient) tout en tenant un discours qui était : "Même sans regarder je déteste". Plus il y a de dispositifs, plus on approche de résultats, mais c'est infini : je crois qu'il n'y a pas de vraie enquête en réception, c'est par nature un programme impossible à finir, ne serait-ce que parce que ça se prolonge ensuite.

J'avais aussi mes étudiants de Science Po. à l'époque qui faisaient une association de défense d'Hélène et les garçons : ils avaient monté un canular pour se faire élire au bureau des élèves, ça avait bien marché ils avaient eu 12% des voix. Je les avais interviewés, j'avais récupéré leurs tracts, ils savaient que je travaillais là-dessus. De ces étudiants de Science po. j'en ai retrouvée une, qui était journaliste quand le livre est sorti, 4 ou 5 ans après. Elle m'a dit qu'elle avait lu le livre, qu'elle avait repéré les passages où je parlais de l'organisation, ça l'avait amusée. Elle m'a dit : "Comme j'avais rendez vous avec vous aujourd'hui j'en ai reparlé avec des gens qui étaient dans l'association et on a recommencé à s'appeler avec nos noms d'Hélène et les garçons, et on s'est vraiment amusés, c'était une très bonne soirée, on est repartis 4 ans avant. Mais il y a une chose que vous n'avez jamais sue, c'est qu'en fait on aimait vraiment !". Elle m'a raconté tout ce qui était de la parodie, parce que c'était le côté officiel de leur approche de la série, mais ils étaient tous complètement accro. Pour de vrai. Donc j'étais aussi passée à côté de ce truc là, et je le récupérais par un hasard de rencontre. Cela signifie que la réception ne s'arrête pas, puisque 4 ans après on peut rejouer ce qui s'est passé avant. Si on voulait faire un travail réel sur la réception, il faudrait suivre la personne toute sa vie pour savoir à quel moment elle re-mobilise des événements qui sont liés à une expérience de la télévision ; ce n'est pas possible en terme d'enquête. Cela veut dire aussi que dans tous les cas de figure il y a des discours construits, sauf chez les petites fans (mais elles construisent un discours à l'adresse d'Hélène, donc c'était aussi un discours construit mais pas à l'adresse d'un chercheur).

Aujourd'hui, je crois qu'il est plus intéressant de travailler sur les interactions sociales autour de la télévision que sur la réception d'un programme lui-même : ce qu'on dit de la télévision (les préférences qu'on affiche, les modes d'interaction avec les autres, etc.) est sociologiquement beaucoup plus riche que le programme classique de la réception ».

*Ce problème de méthodologie est récurrent dans de nombreux travaux : où, comment, quand trouver les publics de télévision ?*

« Il faut avoir plusieurs dispositifs de toutes façons ; l'observation ne peut en aucun cas être suffisante, parce qu'elle est le type de terrain le plus biaisé, qui donne des discours extrêmement construits. Je ne sais pas pourquoi les travaux anglo-saxons le mentionnent peu, c'est un mauvais terrain, ils ne le disent pas ».

*Selon vous, pourquoi ne le disent-ils pas ?*

« Ce n'est pas très honnête de ne pas le dire, je pense qu'il y a un problème d'honnêteté sur ces premiers travaux qui n'ont pas assez signalé... ou alors ça ne les intéresse pas. Prenons le cas de Sonia Livingstone : elle travaille avec des groupes, elle est psychosociologue. Je pense que, comme elle est habituée à travailler dans des conditions expérimentales type laboratoire en tant que psychosociologue, ça ne la gêne pas tellement d'enquêter dans des conditions artificielles par rapport à l'expérience ordinaire de la télévision, elle ne s'est pas posé cette question. Respecter le rapport habituel à un type d'émission, à un type de support, à un environnement, dans des contextes précis, etc. est une question de sociologue. En psychosociologie ils font venir les gens, ils les paient, ça fait parti de leur procédure, ils ne se posent pas ces questions-là. Ce qui est le plus étonnant c'est qu'ils ne signalent pas, en tout cas pour ceux qui sont sociologues, qu'on voit des positions en train de se construire, comme l'a dit Daniel Dayan dans son article. Daniel Dayan n'a pas fait de travail en réception. Ce qu'il dit dans son article est totalement juste. Je ne sais pas pourquoi les anglais ne le disent pas ».

*Aujourd'hui, où en sont les études de réception télévisuelle, en France ?*

« Il y a ce qu'on pourrait appeler une sociologie des publics de la télévision type Dayan, et elle est française. Mais, d'une manière générale, j'ai l'impression qu'il n'y a plus rien sur la réception. L'idée de réception semble acquise, la page est tournée. Il y avait eu un épuisement de la question des effets, les problématiques issues de la sociologie des médias finissent par produire des résultats marginaux en raison d'un raffinement méthodologique extrême. Ceci dit, il y a la question de l'engagement en contexte. À mon avis, elle est sociologiquement beaucoup plus riche que la question du décodage : une fois qu'on a montré qu'il y avait des lectures culturelles différentes d'un même programme, on peut passer cent mille recherches à montrer la même chose et "et alors ? ". On aboutit aux mêmes résultats, ceux que Elihu Katz et Tamar Liebes ont développé, ils ont été un peu raffiné par d'autres études, je ne vois pas ce qu'on peut faire de plus.

Ensuite, il s'agit de s'intéresser aux communautés à distance ; c'est Daniel Dayan qui a vraiment réfléchi cette histoire de "voir avec". Quand j'ai travaillé avec Daniel Cefaï pour organiser ce colloque<sup>1</sup>, il était intéressant de confronter des problématiques type Dewey à des problématiques issues de la sociologie des médias. Nous avons remarqué qu'il y avait beaucoup de terrains du côté de la sociologie des médias et des problématiques pas assez fortes pour soutenir des courants longtemps. Lorsque nous avons écrit l'introduction, j'ai constaté que je pouvais citer quarante recherches de terrain, qui montraient les effets du genre, des origines sociales, etc. Daniel, sur les concepts du public politique, pouvait se référer aux terrains sur des démocraties délibératives locales, etc. également à un cadre théorique très fort, parce la philosophie politique a une très longue histoire et qu'il existe des auteurs de référence. J'ai eu le sentiment, en écrivant cette introduction à deux, qu'ils avaient de la chance d'avoir ce soutien conceptuel très abondant, riche, qui permet à des gens comme Louis Quéré de construire des modèles. Il n'y en a pas en sociologie des médias, c'est un manque. La sociologie de la réception n'a pas trouvé de problématique : elle a trouvé des résultats, dans des conditions un peu artefactuelles, mais il est très difficile de la raccrocher à une problématique forte. Par exemple, je suis étonnée qu'il n'y ait pas eu d'utilisation plus grande des problématiques type Chartier sur les pratiques de lecture, sur les opérations concrètes de mise en livre qui déterminent des pratiques de lecture particulières et différenciées ; on aurait pu faire ça sur la télévision, ça n'a pas été fait ».

*Comment peut-on expliquer ce vide conceptuel ?*

« 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

---

<sup>1</sup> Il s'agit du colloque *Les sens du public*, tenu à l'université de Picardie les 7 et 8 mars 2002. Une sélection des actes du colloque est publiée in : Cefaï D., Pasquier D., 2003, *Les sens du public. Publics politiques, publics médiatiques*, Paris, Presses Universitaires de France.

dominante en France jusque dans les années 90 ; plusieurs textes intéressants sont publiés depuis 5 ans : ils remettent tout en question, mais cela a pris du temps.

Il y a aussi le cas de l'œuvre de Michel de Certeau : Michel de Certeau a mené, en tant que sociologue de la culture et au ministère, les premières enquêtes sur les pratiques culturelles. Il était connu comme historien aussi, et ses travaux sur le braconnage ont été très utilisés par les anglais des Cultural Studies dès 1980. En France, on n'utilisait pas du tout cette partie-là de son œuvre. Les tenants de la sociologie des médias ont découvert cette partie de l'œuvre de Michel de Certeau en retour des anglais, c'est une réimportation ».

*Revenons en si vous le voulez bien au renouvellement des problématiques sur la réception. Vous avez évoqué la question de l'engagement en contexte ?*

« Le bon sujet, aujourd'hui, serait de travailler sur une télévision devenue une radio : les gens regardent de moins en moins la télévision. Dans le cas des jeunes c'est très impressionnant : ils parlent de la télévision en la décrivant comme un média, mais si on mettait le terme radio à la place de télévision, ce serait pareil. Ils ne regardent pas forcément les images, c'est un bruit de fond, ils font autre chose, ils chattent, etc. Il peut être intéressant d'étudier la reformulation des usages entre les médias. La réception, à partir des forums sur Internet est aussi à travailler. Je pense qu'il faut associer les interactions entre les nouvelles technologies et la télévision pour obtenir des choses nouvelles sur la télévision : il existe des formes de constitution dans les publics, à travers les échanges sur les forums. Les individus qui participent aux forums sont particuliers : ce sont des internautes, plutôt citoyens, plutôt jeunes, etc. mais, les questions sont intéressantes : quels sont les termes des débats, sur quoi ça porte, quel est le ton, etc. ? La réception médiatique est à situer dans les interactions en dehors des moments de consommation, en comprenant dans ces interactions autour du média les interactions électroniques. Il y a beaucoup de choses parce que le matériau est disponible, il est plus facile à observer parce qu'il ne répond pas à une requête de chercheur. C'est un avantage qu'avaient les courriers quand j'ai travaillé sur Hélène et les garçons. Ce ne sont pas des individus qui échangent entre eux sur la télévision parce qu'un chercheur leur a proposé de le faire, c'est parce qu'ils ont quelque chose à dire ou ont envie de dire quelque chose. Sur le fond, il me semble évident qu'il faut travailler sur une réception multi modale, c'est-à-dire la réception à travers ces lieux de discussion électronique, sur les chats et les forums, à travers les interactions ordinaires dans la vie professionnelle ou à l'école, à travers les relations familiales (par exemple, le problème de l'individualisation des équipements qui modifie les manières de regarder donc de recevoir) ».

*Sur quoi portent vos travaux à l'heure actuelle ?*

« J'ai arrêté de travailler sur la télévision en tant que telle, je prépare un livre sur l'articulation entre les pratiques de communication, le téléphone mobile, Internet, chat, forums, mail, etc. ; c'est-à-dire sur les pratiques de communication et les pratiques culturelles en général, que ce soit télévision, lecture ou autre, et les pratiques de sociabilité. C'est une enquête qui va porter sur les lycéens, une réflexion sur les questions de transmission culturelle, entre les générations, l'utilisation des pratiques culturelles comme manifestation de soi, surtout autour de la musique et de la télévision, ensuite sur le rôle que jouent les pratiques de communication à distance, que ce soit le téléphone portable ou l'Internet pour rattraper les interactions ratées dans la vie courante, lorsque ça fonctionne mal entre garçons et filles par exemple, on va parler aux mêmes le soir mais d'une autre manière ».

*Pourquoi avoir arrêté de travailler sur la télévision ?*

« Parce que je ne pouvais plus la regarder ! J'avais avalé trop d'heures d'Hélène et avant j'avais avalé tous les jeux et variétés, dans les années 80, toutes les séries légères, j'avais comme une saturation. Mais il faudra que j'y retourne parce que c'est idiot, il y a un investissement de lecture qui est énorme, mais j'avais besoin de faire un break ; je continue d'en parler puisque ça fait parti des pratiques des lycéens, donc cela n'est pas exclu. Et puis peut être aussi que je ne sais pas vers quelle voie m'orienter dans un travail sur la télévision. Je ne referai pas une enquête en réception, je n'en ai pas envie. Je ne vois pas ce que je pourrai faire de plus ».

## **Annexe 8d. Entretien avec Béatrice Fleury et Jacques Walter, Metz, 19 juillet 2004**

*Quel est l'objectif de la revue Questions de communication et quel est son positionnement par rapport aux sciences de l'information et de la communication (Sic) et aux sciences humaines et sociales (Shs) plus généralement ?*

BF « Le positionnement c'était celui de l'histoire et de la sociologie : associer des chercheurs travaillant à partir de ces registres dans un lieu qui serait pas tant interdisciplinaire que soucieux de voir différents chercheurs collaborer sur des sujets proches. Nous avons une façon d'envisager les questions qui s'inscrit dans les sic tout en étant un peu à distance de ce secteur par l'association de chercheurs venant d'autres disciplines. Donc c'est une autre façon d'envisager l'interdisciplinaire ».

JW « Je ne sais pas si, au fond, c'est une question d'interdisciplinarité, c'est une question de position, je reprends ce que tu dis, à ma sauce. Il se trouve que parmi les fondateurs de la revue, en l'occurrence Béatrice et moi, l'intérêt se porte sur l'histoire et la sociologie. C'est ce qui explique aussi l'ancrage ; en même temps, on se rend compte de deux choses : premièrement, les orientations de nature sémiotique sont très fortes à l'intérieur de la discipline des sic, si elles ne sont pas exclusives d'autres perspectives, il y a une tradition qui existe, il y a une irrigation des travaux par le biais de la linguistique, de la sémiotique, parfois de l'analyse de discours, qui progressivement s'est vue accolée, souvent de façon excessive, le mot sociologie, en disant "nous sommes capables de faire l'un et l'autre". Or, cette dimension sociologique n'est guère présente : elle est plus invoquée que mise en œuvre.

Nous nous sommes dit : à la fois il n'y a pas assez d'histoire (au sens classique : la prise en compte des phénomènes historiques sous un angle communicationnel), il n'y a pas assez d'histoire de la discipline elle-même (on ne voit pas ses tenants et aboutissants) ; en tout les cas, il n'y a pas suffisamment de prise au sérieux de la dimension sociologique dans le champ de l'information et de la communication. C'est peut-être un moyen d'affirmer un positionnement et de dire "on est quelques-uns à vouloir travailler réellement là-dessus", c'est-à-dire : quand on fait de la sociologie de l'histoire, vraiment convoquer des travaux d'historiens et des travaux de sociologues, et pas tout le temps les mêmes sous forme de notes de bas de page qui ont une fonction de légitimation, mais bien à partir d'une réflexion à l'intérieur du corpus disciplinaire que constituent l'histoire et la sociologie. Tout en disant : on ne fait pas que de l'histoire ni que de la sociologie. Ce qui amène à se demander ce que sont les Sic. Nous n'avons pas les réponses directement ; nous travaillons à l'intérieur de ce champ et, pour l'instant, ce que nous constatons c'est plus un champ d'études qu'un champ qui produit ses conceptualisations et ses méthodes. Nous sommes relativement modestes : plutôt que de dire "voilà ce que les sic apportent à la communauté scientifique, en Shs" nous renversons et disons "à partir d'objets de recherche informationnels et communicationnels, voilà ce que des gens issus de différents horizons disciplinaires, trans-disciplinaires, interdisciplinaires ou que sais-je, sont susceptibles de dire". Le projet de la revue c'est ça : organiser et structurer une confrontation de théories, de méthodes, plus que de disciplines au fond, autour des objets communicationnels. Nous voulons dissiper l'illusion qui consiste à dire "il y a la sociologie, il y a l'histoire, il y a les Sic" comme si à l'intérieur de ces disciplines n'existaient pas des courants théoriques, méthodologiques qui sont différents, en opposition ou autre. L'idée n'était pas tant les disciplines qu'à l'intérieur des disciplines le recours à certains courants : tu peux être en Sic et utiliser Bourdieu, tu peux être en sociologie et utiliser Bourdieu, tu peux être en sociologie et refuser Bourdieu, tu peux être en Sic et refuser Bourdieu, tu peux être en histoire et refuser l'École des Annales, etc. Dans ce sens-là la revue a une ambition : participer à une réflexion de nature épistémologique sous une forme collective ; nous ne sommes pas organisés autour d'un courant de pensée, nous ne sommes pas l'École de ceci, nous ne sommes pas les Actes de la recherche en sciences sociales bourdieusiens, nous sommes un lieu d'animation du débat scientifique ».

BF « Cela nous amène forcément à ne pas seulement convoquer des chercheurs qui sont dans la discipline, mais à aller chercher ailleurs, dans d'autres disciplines, des chercheurs travaillant sur des objets identiques. Les chercheurs dans la discipline qui feraient de l'histoire un support sont, bien sûr, intéressants pour nous, mais nous souhaitons aussi aller chercher des historiens qui, en convoquant des appareillages particuliers ou avec un regard particulier, vont pouvoir nous apporter un savoir, une connaissance, une pratique que nous n'avons pas nécessairement. Nous n'allons pas piocher ailleurs, mais nous demandons à des chercheurs qui sont issus d'autres courants un éclairage sur ce que les chercheurs de notre disciplines pourront montrer ».

JW « En même temps, dans ce que dit Béatrice, il ne faut pas céder à une forme d'illusion. Quand elle emploie l'expression "convoque", nous ne convoquons personne. La convocation c'est quand on écrit, l'usage du terme "convoquer tel auteur" veut dire qu'on le fait parler (convocare), c'est dans un article. Nous invitons des chercheurs à s'exprimer, des chercheurs prennent contact avec nous : dans la revue tout n'est pas, loin de là, dans une logique de commande, il y a aussi une logique d'offre. Il y a eu progressivement une identification de la revue en tant que lieu ouvert pour la discussion scientifique concernant le champ de l'infocom, et arrivent un certain nombre de propositions de façon spontanée. Il ne faut pas croire qu'une revue c'est complètement stratégique, fondé sur un plan, etc. Bien sûr il existe, il y a ce qu'on appelle dans le jargon journaliste et qu'on reprend à notre compte un projet éditorial qui est très précis, nous pouvons le décrire de façon explicite, il y a des repères dans la revue qui montrent bien que ça fonctionne comme ça, mais c'est la rencontre entre ce projet éditorial et une logique d'offre de la part de chercheurs qui ont identifié la revue. Il y a là un mouvement intéressant, qui n'est pas propre à Questions de communication, puisque la logique de travail de n'importe quel chercheur est de publier. Le chercheur se dit "j'ai besoin de publier donc je vais taper à différentes portes, dont celles-ci". Ce qui est intéressant est de savoir ce qui motive un chercheur à publier dans Questions de communication plutôt dans telle ou telle autre revue ».

*Aviez-vous constaté ce manque dans les autres revues du champ ?*

BF « Il y a un discours qui tendrait à dire : nous sommes la revue qui parvient le mieux à opérer une ouverture sur les chercheurs venant d'autres courants. Nous ne pouvons pas complètement assumer ce discours-là, parce qu'une revue comme Réseaux associe à sa réflexion des chercheurs étrangers, des chercheurs venant de la sociologie, d'histoire... »

JW « d'histoire peu... »

BF « ...des sciences politiques ; en ce sens nous serions assez proches. Là où nous nous distinguerions par rapport à Réseaux, c'est sur le type de problèmes que nous abordons. Les échanges sont plus de notre fait qu'ils ne le seraient dans Réseaux. Nous cherchons peut-être moins que Réseaux à aligner un certain nombre de noms ou à faire des dossiers en allant chercher des chercheurs compétents et reconnus sur la question, que de favoriser des échanges entre chercheurs reconnus, chercheurs moins connus, ayant tous quelque chose à dire et pouvant tous apporter quelque chose d'intéressant sur une question. Nous ne sommes pas partis du constat qu'il n'y avait rien ailleurs ; nous savons que des choses intéressantes se font ailleurs, mais nous avons essayé de le faire de façon différente. J'aurais du mal à dire ou à complètement assumer ce discours visant à dire "nous sommes les seuls à nous ouvrir à d'autres disciplines" ».

JW « Non, nous ne pouvons pas dire ça. Réseaux est intéressante car elle n'a pas du tout été fondée par des gens d'infocom : c'est la revue du Cnet, c'est de la sociologie, c'est de la sociologie des usages, des technologies (en particulier le téléphone, les moyens de communication à distance, etc.). Réseaux a une histoire ; ce qu'il faut comprendre c'est l'histoire des revues. Ce qu'on identifie, mais il faudrait le faire de façon plus méthodique et ce serait l'objet d'un gros travail, c'est : comment se construisent les numéros. Comment, tout à coup, vient à l'idée d'une revue de proposer telle ou telle chose ? Comment se construisent les réseaux de collaboration ? Il est sûr que, autour de Patrice Flichy et de certains membres du comité de rédaction – les comités de rédaction sont toujours étendus, on sait que c'est une poignée d'individus qui travaillent plus fortement que d'autres – des dossiers prennent corps, etc. À mon sens les échanges se pensent de deux façons, et c'est peut-être là qu'il y a une singularité de Questions de communication : il peut y avoir des échanges au sens où on prend un même objet et on propose des visions ou des approches différentes d'un même objet ; je reprends l'idée du téléphone, tu peux le voir avec un psycho-sociologue, avec un historien du téléphone : tu as un objet et des éclairages différents, on pourrait dire que ça favorise des échanges. Mais, je ne crois pas que ce terme soit juste, je parlerais plutôt d'éclairage. Quand nous pensons la question des échanges, cela suppose qu'il y ait une discussion entre les auteurs, qui soit beaucoup plus affirmée. Cela suppose qu'on réintroduise dans la réflexion scientifique quelque chose qui n'est pas de l'ordre de la polémique mais qui est au moins de la discussion des thèses qu'on ne partage pas complètement ou qu'on essaie de discuter. Bien sûr cela se fait, pas seulement dans les revues : des individus le font et il se trouve que leur papier est publié dans une revue. Par rapport à ça nous avons un côté peut-être systématique.

C'est la fonction notamment de la rubrique « Échanges » que de proposer à la discussion de la communauté scientifique une discussion d'un certain nombre de positions et des réflexions à partir d'un

thème, qui ont un côté peut-être plus libre, moins académique, plus engagé. C'est le lieu de discussion en tant que tel. Nous allons donner deux exemples : le premier, et j'ai employé le terme, c'est justement la question de l'engagement des chercheurs. Nous sommes partis d'une proposition, qui allait un peu à rebrousse-poil des idées reçues, de Nathalie Heinich lors d'un colloque, nous l'avons publié et des chercheurs se sont exprimés sur cette question : des politistes, des sociologues, des historien, peu de gens des sic directement, en disant "on est d'accord ou pas d'accord avec Heinich, voilà ce que nous on pense de...". C'est vraiment un échange à la fois autour d'un thème et autour d'une position. Nous sommes en train de faire exactement la même opération, et ce sera une constante dans la revue, à partir d'un article de Gilles Gauthier que nous avons publié sur le constructivisme, parce que le constructivisme on en débat à plusieurs reprises dans la discipline, mais là nous disons "pensons frontalement la question et voyons quelles sont les positions possibles", avec un côté un peu polémique : on est d'accord, pas d'accord avec l'auteur du texte de base. Nous organisons vraiment une discussion à partir de la position de quelqu'un qui sert de pré-texte, le texte avant les textes, pour une série d'autres collègues qui ont des choses à dire sur le sujet, et qui ne sont pas forcément d'accord. Dans le numéro 5, qui est sous presse, Nathalie Heinich clôt le débat sur l'engagement, en renvoyant dans les cordes parfois certains des auteurs qui ont critiqué ses positions. Là, il y a vraiment du débat : ça n'est pas un truc académique "je cite machin", non, on dit "je ne suis pas d'accord avec untel" ou "il n'a rien compris à ce que j'ai dit". Je crois que c'est quelque chose qui est relativement rare dans les revues du champ touchant à l'information et la communication et qui est davantage présent dans ce qu'on appelle les revues intellectuelles : on va le trouver beaucoup plus dans des revues comme Esprit ou Le Débat, qui sont des lieux où on peut dire "je suis d'accord, pas d'accord avec Ricoeur, etc.". Cela nous semblait manquer à l'intérieur du champ dans lequel nous travaillons ».

BF « Cette idée relève d'une volonté que nous avons qui est d'amener le chercheur à prendre position. Cette prise de positions n'est pas seulement présente dans la rubrique "Échanges", elle l'est aussi dans d'autres parties de la revue. C'est présent dans les "Notes de recherche", d'une façon différente puisque là on demande au chercheur de dire ce que sa recherche apporte de plus, de différent, de nouveau par rapport à ce qui existe, autant d'un point de vue théorique que du point de vue de la méthode qu'il a pu utilisé. Donc il prend position en explicitant sa démarche. C'est aussi présent, d'une certaine façon, dans les dossiers, pas dans tous. C'était présent dans le dossier sur la réception, parce que les deux équipes qui ont travaillé pour ce dossier ont rencontré des problèmes pour faire reconnaître leurs travaux ou pour avoir une assise au sein des sic. Par ce type de démarche ils se sont engagés en quelque sorte. La prise de position a été aussi présente dans certaines "Notes de lecture" où, notamment pour deux ouvrages, il y a eu une discussion sur les ouvrages avec réponse ».

JW « Le premier c'est un livre de Yves Winkin sur La communication n'est pas une marchandise : nous avons deux notes de lecture qui sont vraiment critiques, qui débattent avec Winkin, qui vraisemblablement nous répondra. L'une est faite par Bernard Miège et l'autre par Thomas Heller. Un autre livre sur Dieu aime-t-il les maladies ?, qui est un peu en marge de nos préoccupations, il se trouve que nous avons eu un contact avec l'auteur, c'est un collègue du centre de recherche en théologie de l'université de Metz qui a fait la note, on l'a lue, on s'est dit que c'est une prise à parti de l'auteur qui est sous-tendue par l'appartenance religieuse du collègue en question, donc nous nous sommes dits "il faut que les auteurs puissent répondre" parce qu'il y a du vrai débat. Ils ont répondu et nous allons publier dans le numéro 6 la note de lecture du critique et la réponse des auteurs, en continu ».

BF « Au départ, l'idée que nous avons n'était pas forcément un échange dans toutes les rubriques, mais un échange présent dans la rubrique "Échanges". Cela s'est fait de façon naturelle, avec du recul on se rend compte que c'est un projet important de la revue : favoriser cet échange sous différentes formes. Dans les notes de lecture ça l'est de façon constante, quand on demande aux personnes qui rédigent les notes de lecture d'avoir un regard critique sur l'ouvrage qu'ils lisent, sans que ce soit la critique radicale de l'ouvrage ».

JW « Cela n'est pas forcément un échange, c'est une prise de position, mais c'est susceptible de déboucher sur un échange après si un auteur voulait répondre ».

BF « Exactement. L'échange est aussi une forme d'engagement, tributaire d'une forme d'engagement du chercheur, et ça l'est sous différentes modalités, notamment par la distance qu'il peut avoir par rapport à la lecture qu'il a ».

JW « Il y a une autre modalité de l'échange qui est importante pour nous, et qui est la règle dans toutes les revues, simplement on sait bien qu'elle l'est jusqu'à un certain point, parce que nous avons publié, nous ne sommes pas des galopins débutants en matière de recherche, c'est l'échange entre le comité de lecture et l'auteur. L'évaluation des papiers, normalement c'est commun à toutes les revues, tant sur le fond et la forme : nous avons adopté le système de ce que l'on appelle les referees, qu'on trouve dans les revues scientifiques, c'est-à-dire que l'article est lu par un collègue français ou étranger, qui ne connaît pas le nom de l'auteur et réciproquement, on renvoie à l'auteur les commentaires du referee de façon tout aussi anonyme. Du coup il y a un échange qui se fait parce que parfois ça interpelle : on a sous les yeux une page et demie de commentaires, petits caractères, sur une proposition qui est arrivée, le lecteur, qui est extérieur a bien lu le papier qui lui était soumis, il critique un certain nombre de points et il propose à l'auteur, qu'il ne connaît pas (il le dit, il demande même quel est son âge), des corrections, interrogations scientifiques et autres. C'est de l'échange scientifique, c'est du débat. Alors je répète, c'est quelque chose qui est censé exister dans toutes les publications scientifiques ; sauf que, dans un certain nombre de revues, ça n'est pas une critique, chacun a son mode éditorial, cela ne se fait pas. Nous introduisons cette pratique de façon systématique, mais d'autres revues le font aussi, je donnerais comme exemple Mots, j'y ai publié et je sais bien qu'il y a un travail d'évaluation avec des retours, etc. Mais il existe des revues dans lesquelles tu envoies ton papier, il est un peu amendé et ça passe. La question de l'échange renvoie à une pratique éditoriale qui est la nôtre. Nous sommes à la fois des lecteurs, nous connaissons le nom des auteurs, mais notre lecture est doublée par une autre qui fait dialoguer tout le monde : les animateurs de la revue avec les referees, les animateurs de la revue avec les auteurs et les auteurs avec les referees et les animateurs de la revue. C'est une dynamique de travail qui est intéressante, elle n'est pas originale en tant que telle, elle est peut-être un peu plus singulière dans le champ qui est le nôtre ».

BF « Il y a un autre point sur l'échange, pour lequel nous intervenons en amont : notre idée était, pour le dossier, de ne pas passer par un appel à communications demandant à des chercheurs de rédiger un article. Notre idée était de faire travailler des gens qui sont déjà en réseaux, qui travaillent ensemble, qui ont réfléchi ensemble à une question, qui se sont frottés les uns aux autres pour pouvoir rédiger leurs articles. On ne passe pas par l'appel à communications, mais on passe par un travail déjà mis en réseau, déjà constitué et réfléchi ».

JW « Ce qui n'est pas toujours le cas : on a des numéros dans lesquels cela a très bien marché parce qu'il y avait des équipes constituées, par exemple le dossier sur la Yougoslavie, où Éric et moi avons piloté un numéro avec des membres d'une équipe avec laquelle on travaillait depuis plusieurs années et on avait justement rédigé un numéro de la revue Mots ensemble, là il y a bien cet effet réseau ; "l'expertise" qui est le produit d'un travail réalisé à Toulouse 3, au sein d'un gros laboratoire qui s'appelle le Lerass, ce n'était pas le cas pour le numéro sur l'interculturalité parce que le projet n'a pas fonctionné, les textes n'ont pas été évalués positivement, donc on a recomposé un numéro tout à fait autrement, cela ne s'est pas fait non plus sur "Frontières disciplinaires"... »

BF « Si, ce sont des gens qui avaient déjà travaillé ensemble... »

JW « Il n'y a pas d'effet d'écho... »

BF « Mais si. C'était suite au colloque "Frontières" qui avait au lieu à Nancy... »

JW « Oui, c'était suite à. Mais, dans le numéro... »

BF « Il y a à peu près, à part toi... »

JW « Livingstone, Cheveigné... »

BF « Sonia Livingstone travaillait déjà avec Philippe Hert et Suzanne de Cheveigné ».

JW « Oui, ça a marché aussi ».

BF « Donc à part pour le dossier "Interculturalités" ça a marché pour tous. Et c'est ce qui va se passer après encore ».

JW « Oui, pour une partie d'entre eux. Et quand cet aspect là n'est pas suffisamment fort, il faut distinguer... Le cas de "Frontières" est intéressant au sens où c'est une manifestation ponctuelle, sans

qu'il y ait eu un travail en collaboration en amont, suivi, etc., des gens qui se retrouvent pour une manifestation, c'est la même chose pour le 8 mars, c'est-à-dire pour le numéro sur "Espaces politiques au féminin" : c'est tout d'un coup des gens qui sont amenés à travailler ensemble ; là on essaie d'accentuer en faisant circuler les textes auprès des auteurs pour qu'il y ait plus de cohérence ».

*Revenons un instant sur la rubrique "Échanges" : concrètement, comment cela s'est-il passé ? Aviez-vous l'idée, avant le lancement de la revue, d'organiser un échange sur l'engagement des chercheurs ?*

BF « C'était au cours d'un colloque organisé par Jacques et Vincent sur le thème de l'engagement ».

JW « En discutant avec Nathalie Heinich, et après l'avoir entendue, on s'est dit qu'il y avait quelque chose de bien à faire là-dessus. Le texte sur le constructivisme avec l'idée qu'il puisse y avoir un débat, c'est un échange verbal à un colloque à Barcelone avec Gilles Gauthier : il a envoyé un texte que nous avons publié en "Note de recherche" et nous nous sommes dit "au fond, il y a de quoi débattre parce que tout le monde en parle et il n'y a pas suffisamment de réflexion organisée là-dessus" ; entre temps ça s'est fait, Communication et langage, comme le fait remarquer Pélissier, a justement publié un texte de Gilles Gauthier sur le même sujet. Après ça peut devenir quelque chose de vraiment pensé. Par exemple, pour les prochains "Échanges", on va avoir quelque chose sur les méthodes expérimentales en sciences sociales. Il se trouve qu'on a publié dans la revue un certain nombre de textes, sur la méthode des scénarios (le texte fait par Vincent et moi), un peu de méthode expérimentale dans un article d'Alain Trognon, le dossier sur "Psychologie sociale, traitement et effets des médias", la dimension expérimentale est forte : à partir de l'ensemble des textes on voit qu'il y a des gens qui utilisent ce type de méthodes, engageons des débats là-dessus. On va contacter un certain nombre de chercheurs qui vont faire des articles spécifiques là-dessus, sans prendre nécessairement comme point d'appui un article précis de la revue. On lance le thème et on verra bien ce que ça donne.

Ce qu'il faut se dire, et qui module le propos que nous tenons, c'est que, au départ, non sans une forme de naïveté, nous pensions que, en disant "l'engagement des chercheurs : vous pouvez réagir, envoyez vos papiers"... ça ne s'est jamais passé. C'est toujours nous qui, par le biais de rencontres, de sollicitations, avons obtenu les papiers des collègues. Nous n'avons pas eu de façon spontanée, preuve que ça n'est pas une culture, des réactions. Pas une seule fois pour l'instant. Cela montre bien que, si tout le monde dit le faire, ça n'est quand même pas installé ».

BF « En revanche, nous n'avons jamais eu de problèmes pour avoir des réponses positives. Ça marche très bien ».

JW « Nous avons d'excellents débatteurs ».

BF « Et ce sont des gens qui s'impliquent, qui donnent leur position tout en le faisant dans une perspective très scientifique ».

JW « Sur le constructivisme, ce sera très intéressant parce que Gilles Gauthier s'intéressait à l'article d'un collègue, qui servait de substrat à sa réflexion, qui s'appelle Bernard Delforce que nous connaissons, il reprend la balle et il fait un article et il répond à Gilles Gauthier et ça n'est pas une polémique : c'est 25 pages de texte où il est amené à reprendre sa position, etc. De ce point de vue là c'est extrêmement intéressant ».

BF « Je pense que nous faisons avancer aussi la réflexion des chercheurs eux-mêmes sur différents thèmes. Pour Delforce, ça a été coûteux de rédiger cet article, parce que ça l'a amené à préciser sa pensée, sa démarche ; avoir été pas attaqué mais pris dans une démonstration, ça l'amène non pas à justifier mais à expliquer, ce qu'il ne fait pas nécessairement dans son travail, et ça il l'explique bien, il revient sur chacun des points de sa démarche. Donc on peut apporter quelque chose non seulement à un groupe de chercheurs mais individuellement aux chercheurs ».

*La revue prend-elle position dans le cadre de ces échanges ?*

JW « Il y a deux cas de figure. On va prendre la rubrique "Échanges" : systématiquement nous mettons tous les textes en perspective dans un texte liminaire, dans lequel nous ne prenons pas position en tant que telle, nous expliquons les tenants et aboutissants du débat ».

BF « Je serais nuancée. Sur l'engagement ça nous a amené nous aussi à parler de notre propre travail ».

JW « Oui, mais pas la revue. La revue ne prend pas position, il n'y a pas une ligne, on n'est pas le bureau politique ».

BF « Quand nous avons parlé au nom de la revue, c'est pour dire "pour Questions de com il est important de". La rubrique "Échanges" c'est nous qui la gérons et là nous prenons position en tant que chercheurs et pas en tant que directeurs de la revue ».

*Donc, vous écrivez le texte introductif en tant que chercheurs et non en tant que directeurs ?*

JW « Oui, mais forcément aussi en tant que responsables de la rubrique : nous expliquons l'intérêt du débat. C'est vrai que notre but serait assez proche de ce que décrit Nathalie Heinich, c'est-à-dire une neutralité engagée. Nous servons de passeurs entre des gens qui ne partagent pas nécessairement le même avis ; nous ne tranchons pas sur la justesse de telle ou telle position, nous ne sommes pas les juges de paix qui vont dire "c'est untel qui a raison, untel qui a tort". Nous aidons beaucoup plus le lecteur à y voir clair dans les tenants et aboutissants d'un débat ».

BF « Mais aussi parce que nous-mêmes nous ne pourrions plus. Nous avons progressé, dans chacun des dossiers que nous avons dirigé sur 3 numéros. Au départ nous étions plus proches de ce que disait Nathalie Heinich, et puis à la lecture de ce que disait les autres auteurs, on se disait que c'était intéressant, leur démonstration se tenait, elle était convaincante et ils nous était difficile prendre parti pour l'un ou l'autre, c'est plutôt "on met en évidence la complexité", mais pas parce que nous sommes seulement des passeurs, mais parce que à la lecture on se rend compte que la prise de position tranchée sur ces questions est difficile ».

JW « En même temps je crois que c'est lié à la ligne éditoriale qu'on a : on ne va pas prendre position. Si nous écrivions un papier séparément sur le constructivisme, on dirait peut-être "je suis d'accord avec untel ou untel" ou "le recours à ce machin-là c'est de l'illustratif", etc. Nous pourrions avoir une position, pour le coup, plus nette. Mais avec la casquette institutionnelle que nous avons... »

BF « Je ne sais pas, ça se mélange. Je crois que quand tu travailles sur un objet, tu utilises des outils... il est plus facile d'avoir une position tranchée quand tu expliques la démarche que tu as eue. En revanche quand tu as à rendre compte de la démarche des autres, tu es amené à situer cette démarche dans leur propre parcours, réflexion, donc on est plus compréhensif sur la démarche adoptée ».

JW « Oui, mais en même temps je crois que ça tiens au fait que ce sur quoi nous avons travaillé, ce que nous avons proposé, ce n'était pas directement les objets sur lesquels nous-mêmes étions en chantier. Si on avait un dossier sur le témoignage, on aurait des idées plus arrêtées sur ce qui est juste ou ne l'est pas. Je pense que le rapport qu'à le chercheur à l'objet sur lequel ces collègues travaillent fait qu'il se sent autorisé à dire un certain nombre de choses ou non, en fonction du degré de maîtrise qu'il a du fond et de son propre engagement dans ce sous-champ disciplinaire. Si t'es pas spécialiste tu constructivisme en tant que tel, si tu n'as pas lu un certain nombre de textes, si toi-même tu n'as pas mené une réflexion, c'est dur de dire "là c'est juste, là c'est faux" ».

BF « Mais, regarde ce qu'on en déduisait après, c'est que pour le constructivisme, même ceux qui se disent constructivistes, ils le font avec énormément de nuance. Et, dans la réflexion qu'ils portent après avoir rédigé leur article, ils ne sont plus aussi tranchés que dans la démarche qu'ils avaient adoptée. Donc le méta-discours qu'ils portent sur eux-mêmes est très différent du discours de chercheur qu'ils ont pu tenir pendant leur recherche ».

JW « La question qui est posée là, c'est une question qui pourrait faire l'objet d'un échange, c'est la question du relativisme. C'est très dur de trouver le bon positionnement entre : voilà ce que les uns et les autres peuvent penser et on le met en perspective, voilà l'avis que j'ai sur telle ou telle question et encore une autre position qui est de dire "tout se vaut", qui est une sorte de relativisme absolu. Je trouve que la voie est parfois un peu étroite. Dans tous les cas, par principe, nous ne voulons pas d'une position de nature relativiste ; le moyen d'éviter ça, c'est précisément l'organisation du débat scientifique, parce que justement, le lecteur, par l'échange d'arguments, c'est pas une juxtaposition de prises de position mais on discute les uns les autres, voit quelque chose de dialogique dans les textes, et à ce moment-là, avec le cadrage qu'on lui propose, il est plus en mesure de se faire une idée. Maintenant nous n'avons jamais

invité dans les échanges des gens qui tenaient des positions abracadabrantes. Ce qu'on permet c'est de favoriser de l'interaction scientifique, pas du contrôle au sens fort du terme mais comme la discussion est publique et qu'elle est soumise à ce principe dialogique, mes auteurs eux-mêmes ne peuvent pas raconter n'importe quoi. Ce qu'il faut préciser c'est que la règle d'évaluation par les pairs des articles ne s'applique pas à la rubrique "Échanges", parce que précisément elle fonctionne tant que telle, puisque c'est un échange entre pairs sur un même objet. C'est ça son intérêt et c'est une rubrique à laquelle on tient ; elle met en scène elle-même ce principe dialogique, la nécessité d'être rigoureux dans l'exposé des arguments, des prises de position, d'en expliciter les présupposés parce qu'elle est construite pour cela, c'est vraiment lié au projet éditorial ».

BF « C'est une spécificité dans le point de départ qui était de ne pas donner une importance grande au dossier par rapport aux autres rubriques, mais de donner une importance égale à chacune des rubriques de la revue ».

JW « Cela s'est installé progressivement. Au début, il y avait quand même un gros dossier, il y avait 2 notes de recherches et 10 notes de lecture. Là on est à des dossiers de 7-8 textes en moyennes, autant de notes de recherches et 40 à 50 notes de lecture. La rubrique "Échanges" dans le premier numéro c'était un échange direct entre Annette Wieworka et Robert Badinter, c'était un échange au sens où ils dialoguent directement, on a enregistré et on soumet un échange scientifique non pas in praesentia mais par cohabitation. Donc la revue se construit et elle n'a pas fini de se construire ».

BF « L'idée d'échanges s'est imposée ».

JW « Oui et ça s'est travaillé ».

BF « Elle s'est systématisée ».

JW « Nous avons une idée et elle s'est transformée de numéro en numéro ».

BF « On avait même l'idée pour la rubrique "Échanges" de faire échanger des chercheurs autour d'une table ».

*Venons en à présent au dossier Psychologie sociale, traitements et effets des médias qui figure dans le numéro 5 de la revue : pouvez-vous me raconter la genèse de ce dossier ?*

BF « Au débat c'est Marie-Pierre Fourquet et Didier Courbet qui ont proposé un numéro sur ce sujet, il s'appelait "réception" ou "effets des médias" je pense. Et, lors du colloque sur l'engagement dont on a parlé tout à l'heure, tu as parlé avec Chabrol, qui lui-même a dit que ce serait bien de faire un numéro sur le sujet. Nous avons mis en relation deux équipes et les deux idées ; ensuite nous avons eu à négocier ensemble, et nous les avons aidé à re-formuler la proposition qu'ils faisaient pour qu'il y ait une cohérence et un lien entre leurs deux propositions. Donc le numéro est venu à l'issue de ces deux propositions qui elles-mêmes ont été travaillées pendant quelque temps. C'est donc un échange de deux réseaux de chercheurs, qui maintenant vont travailler ensemble, ils ont des projets communs de travaux sur le sujet. C'est un numéro qui relève, sans que ce soit volontaire au départ, de notre idée de favoriser les échanges entre chercheurs ; ils viennent de traditions qui sont différentes : Chabrol reprochait à Courbet-Fourquet d'être trop proches d'une tradition anglo-saxonne, en mettant trop à l'écart ce qui se faisait en France sur le sujet, et Courbet-Fourquet ne reprochaient rien de particulier à Chabrol mais chacun se démarquait de l'autre et ils ont été amenés à voir l'intérêt qu'il y avait à travailler ensemble ».

JW « Ma mémoire est fragile. Pour moi, la généalogie de l'affaire : d'abord, j'étais dans le jury de thèse de Marie-Pierre Fourquet. Pour la 1<sup>ère</sup> fois je voyais en action quelqu'un qui restituait des recherches à caractère expérimental. La thèse était co-dirigée par Béatrice, et par Beauvois qui est à Aix et qui est psychosociologue ; elle portait sur la réception télévisuelle et la communication politique à la télévision. Je trouvais qu'il n'y avait pas de rapport entre la communication télévisuelle et la réception politique, et l'expérimentation menée. Je me disais "pourquoi pas ?" mais "résultats non probants". Étape 1 : Questions de communication n'existait pas.

Il se trouve qu'à quelques occasions j'ai entendu Didier Courbet parler de son travail en psychosociologie, même s'il a fait une thèse en info-com, avec une forte accentuation méthodologique en disant "il y a de la rigueur, il y a du chiffre, etc. ". On participe à un colloque à Bucarest et les discours

tenus par Marie-Pierre Fourquet et Didier Courbet passent mal : les questions du recours aux chiffres et à l'expérimentation hérissent un certain nombre de collègues qui ne le disent pas tellement en séance publique, mais qui dans les couloirs, surtout quand on les connaît bien, font l'objet d'une indignation de leur part ; avec une accusation majeure, je le répète jamais proférée comme telle en séance, qui est de dire c'est le retour du positivisme, croire que ça c'est de la science et que c'est le seul moyen, non pas les enquêtes mais l'expérimentation, de dire quelque chose de fondé ; c'est même dangereux pour la discipline disaient certains collègues, c'est un retour en arrière. Cette réaction-là me semblait intéressante car voilà quelque chose qui ferait l'objet de débats et ça vaudrait le coup de leur proposer de monter un dossier... »

BF « C'est eux qui ont proposé un dossier bien avant la Roumanie... »

JW « Je me souviens quand j'ai été proposé le numéro aux Courbet à la cafétéria... »

BF « Non, ils l'ont envoyé avant la Roumanie et après on l'a discuté en Roumanie, parce que justement ils voulaient nous voir sur cette question-là pour qu'on précise le projet. Ils ont fait une proposition avant qu'on ne soit intéressé par la question. En revanche, après tu en as parlé avec Chabrol au colloque. Le fait d'avoir entendu Didier Courbet t'a amené à dire "on ne peut pas laisser ce projet mené par deux chercheurs, il faut élargir la question et les obliger à travailler avec d'autres chercheurs". Donc tu en as parlé avec Chabrol et ce que tu connaissais du travail de Didier Courbet à alimenter ton échange avec Chabrol. C'est après que nous les avons obligés à re-réfléchir le projet. Mais le projet a été proposé par eux ».

JW « Oui, c'est peut-être Marie-Pierre qui a répondu quand on a constitué le comité, on lui a demandé d'en faire partie et tout de suite elle a dit "voilà on pourrait faire ça". C'est au moment où on a sollicité Marie-Pierre, qui n'était pas encore maître de conférence, on l'a fait un peu aussi pour l'aider, que c'est parti. La vraie discussion de leur projet s'est faite en Roumanie, sur la base de cette perception mais on ne leur a pas dit comme telle ».

BF « Ils avaient déjà envoyé quelque chose de très ficelé, mais qui était insatisfaisant ».

JW « En novembre 2001, Chabrol vient... »

BF « Et il a dit "ce serait intéressant de faire un travail sur ce sujet, j'aimerais bien communiquer avec..." et Jacques a dit "on a un groupe qui veut travailler sur ce sujet, qu'est ce que tu n penses ? ", il a dit "mais, ils font toujours référence à des auteurs étrangers..." ; là on a dit il faut les amener à travailler ensemble, et pas l'un et l'autre. Que ce soit Jacques qui l'ai dit à Chabrol ou l'inverse ça a peu d'importance : il y avait une rencontre qui s'est faite à ce moment-là, une même idée qui arrivait au même moment. À quelques mois près, Chabrol faisait une proposition similaire ».

*Donc ce sont deux équipes qui travaillent sur le même objet avec des approches différentes ?*

BF « Le travail de réflexion de fond a été très long et conflictuel entre eux ».

JW « J'avais été les voir seuls, mais ce n'était pas une proposition directe ».

BF « Tu étais tellement réservé sur ces sujets que je ne te vois pas leur dire "faites nous une proposition" ».

JW « Non, mais en leur disant "il est possible de...". Je leur avais expliqué ce que c'était et c'était pas forcément un dossier, au départ, c'est fragile il faut prendre beaucoup de pincettes par rapport à ce que je raconte, mon idée n'était pas un dossier mais une note pour qu'il y ait un débat autour des méthodes expérimentales ; j'avais déjà cette idée-là. Et j'avais été les trouver, ils ont répondu assez vite ».

BF « La revue existait déjà... »

JW « Le premier numéro est de 2002 ».

BF « Oui mais notre comité de rédaction... »

JW « Ils répondent le 25 novembre 2001, on lançait tout. On avait des listes provisoires de membres du comité et à un moment on s'est dit maintenant il faut stabiliser pour pouvoir imprimer. La revue était lancée mais elle était à l'état de projet ici, les gens ne savaient même pas pour un certain nombre d'entre eux qu'ils allaient être membres d'un comité de rédaction, on avait projeté. D'ailleurs on avait fait de la façon suivante : on avait fait une carte de France des disciplines et sous-disciplines et on avait croisé en se disant il faut des gens de tous les coins, des gens jeunes, pas tout le temps les mêmes têtes, certains qui s'intéressent à ceci à cela et on avait croisé tout ça ».

BF « Au colloque sur l'engagement on avait présenté la revue, alors qu'elle n'était pas encore sortie ».

JW « Sous réserve de la vérification d'éléments factuels, c'est un peu la rencontre de tout ça. C'est très lié à ce souci de favoriser des échanges sur des sujets sur lesquels il y a du débat. Tu reverras le tout petit texte en page 2 de couverture de Questions de com. où notre ligne est définie : on propose des débats.

Le projet arrive et on trouvait le dossier un peu monocouleur, on s'est dit ça favoriserait plus le débat...

Alors, pour répondre à ta question sur la labellisation : la revue, entre guillemets, cautionne et ne cautionne pas ce qui s'y dit. Elle cautionne au sens où si c'est publié on dit que c'est publiable, donc on dit « scientifiquement ça tient la route ». Reste à savoir ce qu'on appelle « scientifiquement » : c'est aussi sur la base du contrôle par les pairs ; tous les textes qui ont été publiés pour ce dossier ont été évalués à la fois par les membres du comité de rédaction interne, et par les referees, extérieurs. On est d'accord ou pas avec ce que disent les auteurs, mais à l'intérieur des choix qui sont les leurs nous garantissons une cohérence. C'est ça que certifie la revue. On peut trouver que la psychosociologie c'est de la connerie en barres, mais le travail présenté en psychosociologie par les auteurs tient debout, puisque d'autres psychosociologues, spécialistes de ce type de questions, ont labellisé. Maintenant l'usage dans les sciences, à chacun de se faire une idée, et c'est ça qu'on veut faire. Ce dossier, nous pensons qu'au total il est intéressant ; on peut avoir des regrets sur des choses qui ont été difficiles à préciser, mais il présente de l'intérêt. Les regrets qu'on a c'est que les médias classiques, la télévision et la presse écrite, ne soient pas suffisamment pris en compte par les auteurs du dossier qui ont plutôt travaillé sur la publicité et sur l'internet, ce qui n'est pas étonnant car ce sont des lieux où les méthodes expérimentales ont plus recueilli d'intérêt des chercheurs et des praticiens de ces disciplines que la presse écrite. Les méthodes expérimentales ont beaucoup d'intérêt pour voir si la persuasion passait ou pas, notamment à des fins commerciales ou politiques au sens un peu étroit (c'est ce qu'il y avait dans la thèse de MPF). Cela s'est focalisé sur un certain nombre de points alors même que nous aurions aimé que ce soit sur d'autres. C'est pas parce que nous, en tant que personnes privées, avons un peu de regrets que le dossier n'a pas de qualités. La légitimité par la revue existe sur ce mode-là ; maintenant les auteurs peuvent dire "on a été publiés dans Questions de com c'est une bonne revue..." ».

BF « C'est vrai que l'idée de labellisation est compliquée. Dès lors qu'on accepte une publication ça voudrait dire qu'on est d'accord et on ne l'est pas nécessairement ».

JW « Ce qu'on garantit c'est ça. La liste des lecteurs est publiée : on ne sait pas qui a lu quoi précisément, c'est aussi la règle scientifique, mais ça a été expertisé et tout lecteur un peu astucieux saura qui a lu quoi parce que les spécialités des uns et des autres sont connues. Les psychosociologues, les psychologues plus exactement, dont le nom figure dans la liste des experts ont évidemment expertisés ces textes-là ».

*Donc dès le début vous aviez cette idée de provoquer un échange ?*

JW « Oui parce que l'idée qui est juste est que à tort ou à raison, le discours de Didier Courbet et Marie-Pierre Fourquet a été pris comme un discours "c'est nous qui allons révolutionner, c'est nous les novateurs, ça ne s'est jamais fait, etc. ". Ils n'ont peut-être pas dit ça mais ça a été perçu comme tel, nous pouvons le certifier. Et c'est un effet d'amnésie puisque bien entendu sur la question de l'expérimentation et sur la question de la psychosociologie appliquée à la com., il y avait des gens qui avaient travaillé avant eux, c'est évident. Leurs recherches sont très ancrées autour de ce qu'on appelle l'École d'Aix en France, autour de Beauvois (qui était le co-directeur de la thèse de Marie-Pierre Fourquet) et sur des travaux américains très expérimentalistes évidemment, mobilisés à la fois par Didier Courbet et Marie-Pierre Fourquet, qui de toutes façons, dans la vie, vivent ensemble, c'est pas seulement une affaire de recherche, c'est aussi un compagnonnage intellectuel au quotidien. Ceci n'explique pas cela mais ce sont des gens qui ont l'habitude de réfléchir ensemble et qui sont très proches. De ce point de vue-là, ça ne nous semblait pas juste de laisser croire que tout démarrait là ; la revue en demandant à Claude Chabrol

d'intervenir là-dessus permet de rétablir une vérité pas tant par rapport à Didier et Marie-Pierre que par rapport à la communauté qui pense qu'ils seraient les premiers ».

*Pensez-vous que le dossier va provoquer des réactions, une suite ?*

BF « Nous l'avons programmé avec les "Échanges", pas seulement sur ce type d'approche mais de façon plus large. Et si on a eu cette idée-là on se disait "il faut faire quelque chose après de ces articles" donc c'était la possibilité d'intégrer les remarques qui pourront être faites sur ce dossier dans la rubrique "Échanges". Il faut voir, on ne sait pas.

*Vous me disiez que vous sollicitiez les textes pour la rubrique "Échanges", avez-vous l'intention de demander à un auteur sur ce sujet-là ?*

JW « Oui, c'est déjà fait. C'est dur aussi pour le fonctionnement de la revue : pour la première rubrique "Échanges" qui portait sur l'engagement, à la fin de notre papier on a dit "qui veut écrire le peut, etc.", on a eu un texte. En même temps il faudrait qu'on fasse des appels en disant "si vous avez envie de réfléchir sur les méthodes expérimentales écrivez-nous". C'est facile à faire mais nous ne l'avons pas fait. Ça module ce que je disais tout à l'heure, la revue n'est peut être pas suffisamment installée pour que les gens envoient spontanément ».

BF « Et ils n'y pensent pas forcément ».

JW « Oui, on ne sait pas. Et on n'est pas en peine pour avoir des articles. Et on n'est pas le courrier des lecteurs : on reçoit des textes qui malheureusement ne correspondent pas à ce que nous recherchons et on est obligés de dire non à des auteurs, c'est la règle du jeu. Dans un dossier de ce type on ne se voit pas publier toutes les réactions possibles et inimaginables sur le sujet ».

BF « On y avait pensé un peu sur le site et on a abandonné l'idée, c'est difficilement gérable. Il vaut mieux que l'on suscite des réactions écrites sous forme d'article en envoyant aux auteurs auxquels on pense les articles ne question ».

JW « Et c'est aussi u moment de rencontres, on dit "qu'est ce que vous avez publié" "ça m'intéresse". Les articles ont quand même fait l'objet d'une lecture attentive, on a demandé des éclaircissements sur certains points, là où l'expérimentation prenait le pas sur la réflexion de fond, on a dit "quelles sont vos conclusions". Dans une certaine mesure la vigilance critique du comité de rédaction et des lecteurs extérieurs fait que les articles tomberont moins sous le coup de la critique ; et c'est notre rôle : non pas qu'on joue les professeurs à l'intérieur de la communauté, mais c'est notre fonction d'aider en disant "voilà des gens qui essaient d'innover ou qui font ce que d'autres ne font pas", on fait part de nos réactions ou de celles d'autres au lecteur, ça aide à perfectionner, ça "gauchit" leur raisonnement et en même temps ça le réintroduit à l'intérieur d'une discipline et c'est pas parce que c'est dit là que tout le monde doit faire la même chose. Si je prenais ma réaction en tant qu'individu privé, je lis le dossier de Questions de com j'ai les cheveux qui se hérissent sur le crâne car j'ai horreur des tableaux statistiques. C'est pas parce que c'est dans Questions de com que ça devient une vérité à laquelle tout le monde adhère ; le chercheur réagit aussi par rapport à des tropismes. En revanche si je suis amené à travailler sur la question des effets, je vais le lire attentivement et je verrai bien la position qui est la mienne, je serai critique parce qu'il n'y a rien sur les problèmes sociaux de fond, il n'y a pas d'acteurs, c'est la constitution d'échantillons aléatoires et je ne sais pas trop si c'est représentatif... je pourrai tenir un discours critique là-dessus ».

BF « C'est mieux de ne pas publier seulement des articles avec lesquels on est complètement en accord ».

JW « De ce point de vue là c'est un bon dossier, il constituera certainement une avancée dans la réflexion collective.

[...] Par rapport à la revue il y a eu un article en traduction proposé, Witte et Allen, on a mis un petit texte au début de l'article pour expliquer pourquoi il était sélectionné et qu'il ne correspondait pas nécessairement à nos attentes, parce qu'il se finit par des préconisations pour organiser mieux les campagnes de santé de la revue. C'est vraiment pas l'objectif de la revue, en revanche c'est un article américain non-traduit en français, Questions de communication dit "c'est pas notre truc mais voilà l'intérêt de l'affaire". Donc la ligne de la revue apparaît parfois explicitement. Donc dans ce sens nous

estimons que nous jouons un rôle en faisant connaître des travaux peu connus en France sans dire "on reprend tout ça on trouve ça génial", non, on dit dans quel cadre ça a de l'intérêt en même temps voilà la distance que nous prenons ».

*C'est presque un rôle de passeur ?*

JW « Tout à fait ».

## **Annexe 8e. Entretien avec Serge Proulx, Lyon, 19 novembre 2004**

L'entretien est présenté à partir des notes prises lors d'une discussion avec Serge Proulx, à l'occasion du colloque « L'organisation média » (Université Lyon 3, 19-20 nov. 2004).

Serge Proulx raconte les étapes qui l'ont conduit à travailler sur les téléspectateurs, et à diriger l'ouvrage collectif *Accusé de réception* publié en France (1998, Éd. L'Harmattan).

*Comment avez-vous commencé à vous intéresser à la question de la réception télévisuelle ?*

« Dans les années 80, mes travaux portaient sur le domaine de la micro-informatique et l'appropriation des usagers ; mais, j'avais l'impression de ne pas être entendu. Par la suite, l'association nationale de téléspectateurs canadienne (une association qui travaille sur des groupes d'usagers), s'intéressant à la qualité de la télévision (qualité des informations diffusées, des programmes, etc.), me sollicite pour la construction d'un indice de qualité. N'étant pas en accord avec la notion d'indice de qualité, je me suis alors interrogé sur la notion de qualité. Ce "saut sémantique" me conduit à m'intéresser aux études qualitatives. En effet, je constatais que les études sur les téléspectateurs étaient dominées par les codes d'écoute<sup>1</sup>. À ce moment-là, je me suis interrogé sur la littérature sur le sujet ? Je cherchais une alternative aux études d'audience. Selon moi, la réponse se trouvait dans les études qualitatives ».

*Pouvez-vous me décrire vos premiers travaux sur l'objet ?*

« J'ai alors établi des contacts avec le Centre d'études sur les médias à Québec, qui proposait des financements pour l'étude des médias. Je me suis mis à lire les travaux anglo-saxons issus des Cultural Studies, ceux d'Elihu Katz, des travaux français... J'ai porté un intérêt tout particulier aux travaux de James Lull. Aujourd'hui, j'avoue que je ne comprends pas bien ce qui m'intéressait dans les travaux de cet auteur... »

J'ai alors dirigé trois séries de travaux sur les téléspectateurs : d'abord, j'ai demandé à mes étudiants d'observer, l'espace d'une soirée, une famille, en particulier le comportement de chacun des membres en lien avec la télévision. Les résultats de l'enquête sont publiés dans un article des Cahiers de l'INA. J'ai constaté le caractère hétérogène de la réception (qui est en parallèle avec l'hétérogénéité des contenus). Ensuite, dans le cadre d'une recherche financée par le Centre d'étude des médias, je demandais aux étudiants de passer un week-end, avec une famille inconnue. Les résultats ont posé problème car je constatais que l'observation devrait se faire à plus long terme et que la situation est artefactuelle ; en ce sens je m'inscris dans la deuxième génération des travaux sur la réception télévisuelle (en rupture avec la première génération). Ces observations apportent beaucoup d'informations, mais elles sont aussi la source de nombreuses anecdotes. Enfin, la rupture avec la première génération de travaux et les artefacts liés aux situations d'observation ethnographique m'ont conduit à mener une troisième série de travaux : des entretiens non directifs avec des téléspectateurs, sur le mode du récit de vie. Ces lectures sur le récit de vie m'ont amené à distinguer "récit de vie" et "récit de pratiques". J'ai choisi de transférer cette idée à la télévision. Seize familles sont interrogées (à Montréal, à Ottawa) ; deux entretiens individuels d'une durée d'1h30 à 2h sont réalisés avec chaque membre de la famille. L'enquête était annoncée comme une recherche sur la vie quotidienne, afin de parvenir à saisir l'importance de la télévision dans la vie quotidienne. Il s'agissait de ne pas aborder frontalement le thème de la télévision afin de ne pas solliciter un discours sur les pratiques télévisuelles.

La première question posée était : décrivez la famille (à laquelle vous appartenez) et la famille que vous avez fondée. L'idée étant de voir si la télévision apparaissait spontanément dans un récit de vie familiale. Puis la deuxième question : et la télévision dans tout ça ? Par exemple : citez le plus ancien souvenir que vous avez de la télévision. Le matériau recueilli est extraordinaire, mais il n'a pas pu être analysé entièrement en raison d'un manque de subventions : la recherche était financée pour une durée de 3 ans et le financement n'a pas été renouvelé.

En 1993, Florian Sauvageon, directeur du Centre d'études des médias, me sollicite pour organiser un séminaire sur les études de réception, avec la présence de professionnels de l'industrie télévisuelle et de chercheurs universitaires<sup>2</sup>. Ce séminaire s'est poursuivi par la publication de l'ouvrage collectif *Accusé de réception* ».

---

<sup>1</sup> Terminologie canadienne pour les études d'audience.

<sup>2</sup> Serge Proulx précise, de manière anecdotique, que si les chercheurs assistaient et s'intéressaient aux interventions des professionnels, programmées en début séminaire, ceux-ci ne semblaient pas intéresser

*Les échanges entre les professionnels et les chercheurs ont-ils été productifs ?*

« En réalité, si les chercheurs assistaient et s'intéressaient aux interventions des professionnels, programmées en début séminaire, ceux-ci ne semblaient pas intéressés par les recherches académiques et partaient avant la fin de la journée.

Ensuite, dans le cadre d'une étude financée par l'industrie télévisuelle et le ministère, j'ai travaillé sur le thème "Réception et communautés culturelles". Je posais les questions suivantes : Quelle est la perception de la télévision par différentes communautés culturelles ? Je distinguais la télévision anglophone de la télévision francophone : en quoi la télévision participe d'une intégration des différentes communautés ? L'étude a donné lieu à un article dans Réseaux. Derrière cette étude, c'est la question de l'usage des médias qui est posée ».

*Depuis lors, sur quoi portent vos travaux ?*

« J'ai, depuis, rencontré Thierry Bardini, un chercheur français qui a travaillé aux États-Unis sur l'usage des technologies. Nous avons mené ensemble un projet de recherche fondé sur la rencontre entre les études de réception – qui portent sur les médias traditionnels – et les études sur l'interactivité – liées aux nouveaux médias ou NTIC –. Ce projet n'a pas eu les résultats escomptés, mais a donné lieu à une réflexion sur la rencontre entre la télévision et l'internet, et sur les nouvelles figures du téléspectateur : que devient le téléspectateur avec l'arrivée d'internet, de nouveaux médias ? En effet, au moment de l'émergence d'internet, il y avait une sorte d'euphorie : on pensait que l'internet allait révolutionner les modes de communication et les usages médiatiques. Cette étape a marqué la fin de 10 ans de recherches sur la télévision.

J'ai créé le laboratoire d'informatique libre CMO. Aujourd'hui, mes travaux portent sur les usages des nouvelles technologies, autour de 3 perspectives : les usages des logiciels de collaboration dans les entreprises ; dans le cadre d'un réseau canadien, les usages des TIC dans les milieux associatifs, le rapport aux politiques gouvernementales ; les trajectoires d'appropriation de la micro informatique et de l'internet, et la mobilisation de réseaux personnels ; je viens de publier un article sur ce thème dans la revue Information sociale ».

---

par les recherches académiques et partaient avant la fin de la journée (on peut imaginer que les débats qui ont suivis les contributions des chercheurs étaient entre chercheurs).

## **Annexe 8f. Entretien avec Jacques Durand, Paris, 2 février 2005**

« Une remarque préalable : j'ai repensé à quelque chose que j'ai écrit il y a très longtemps, quand je préparais ma thèse. C'était une thèse sur le cinéma, sur le public (il y a des extraits sur mon site internet), qui a été publiée chez Dunod. L'extrait dont je parle était dans un chapitre qui s'appelait "offre et demande de cinéma". À ce moment là je m'étais dit que le cinéma est un produit, c'était une thèse de sciences économiques, le cinéma avait un caractère un peu particulier par rapport aux autres produits : il y a un problème d'adéquation entre une offre et une demande. Dans le cas des produits habituels, il y a une adéquation quantitative entre l'offre et la demande : il y a la même quantité qui est achetée et vendue, c'est classique, ce sont les bases de l'économie politique. Dans le cas du cinéma, ce qu'on offre peut être consommé simultanément par une grande quantité de personnes. Le fait de projeter un film dans une salle ne conditionne rien au niveau de la demande. J'avais pris l'exemple de la radio, on était en 1956, la télévision en était à ses débuts, je me posais la question de savoir pour la radio, en me disant : quand on fait des sondages sur le public, à l'époque ça n'était pas tellement pour mesurer l'audience – ça avait commencé quand même – c'était plutôt pour connaître les préférences du public. On demandait aux gens : aimez-vous le jazz, les variétés, le sport, etc. ? Avec l'idée qu'à partir de ça on allait adapter les programmes à la demande des publics. Je m'étais dit : il n'y a pas d'adéquation quantitative. S'il y a 90% des gens qui veulent plus de musique, cela ne veut pas dire que l'on doit mettre 90% des programmes en musique, parce que tous les gens qui aiment la musique peuvent l'écouter ensemble, en même temps. Je m'étais demandé : à quoi servent les sondages ? Je ne m'étais pas posé la question du point de vue publicitaire. Pour adapter les programmes à la demande des publics, il n'y a pas besoin de faire une adéquation quantitative entre les programmes et le nombre de gens qui viennent. J'avais senti qu'il y avait un paradoxe. À partir du moment où les mesures d'audience ont été utilisées pour mesurer les audiences publicitaires, le problème change complètement, parce qu'il faut que la quantité de public soit conforme à l'offre de publicité. C'est un point de réflexion qui m'est revenu récemment parce que je vais probablement rédiger un petit article sur les sondages en 1956 et je me suis dit qu'à ce moment-là je m'étais posé une question qui aujourd'hui n'a plus de sens. Voilà, je vous écoute à présent ».

*Je travaille sur l'organisation des travaux sur les téléspectateurs en France...*

« Cécile Méadel et Jérôme Bourdon ont fait des travaux... ».

*Votre parcours m'intéresse. Comment s'est-il organisé, au croisement entre milieu universitaire et industrie médiatique ? Vous venez d'évoquer votre thèse, comment est née l'idée d'un travail de recherches sur les publics de cinéma ?*

« 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.

Historiquement j'ai eu deux domaines d'intérêts au début : les mathématiques et particulièrement la statistique, et le cinéma. Dans mon expérience scolaire, au lycée, je réussissais bien en mathématiques, on me conseillait de poursuivre dans cette direction-là. Puis pour des raisons liées à l'adolescence j'ai été séduit par l'idée de me lancer dans le cinéma. C'était le moment où ce qui est maintenant la Fémis, qui était l'institut des hautes études cinématographiques, a été créé et j'avais envie de faire ça. En fait j'ai choisi une voie médiane : des études de droit et d'économie, mais j'ai fait ma thèse sur le cinéma. Cela a un peu surpris mon directeur de thèse qui a dit : "Bon, pourquoi pas, après tout". 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 ciné-clubs, j'avais écouté André Bazin... Il y avait un contexte qui faisait que cela me paraissait intéressant d'étudier les publics de cinéma. À la fin de tout cela, je cherchais à travailler dans l'industrie du cinéma. C'est là que j'ai découvert qu'il y avait un autre secteur professionnel qui s'intéressait à ce genre de travaux, c'était la publicité. Je suis rentré à Publicis, en 1962 je crois. On avait le sentiment que Publicis était un peu dépassé dans la profession à ce moment-là, par des nouvelles techniques menées par leurs concurrents, d'autres agences de publicité françaises qui s'étaient intéressées à la recherche sur le public, sur les médias, mais on n'employait pas encore le terme "médias", c'est venu peu de temps après. Ils se sont dits "on est dépassé, il y a des gens qui...", souvent des gens de profession scientifique, Jean-Michel Agostini, Marcel Marc, des ingénieurs, de Centrale, des choses comme ça, qui avaient créé des solutions nouvelles dans la profession de publicitaire, qui existent encore, c'est le Centre

d'étude des supports de la publicité (CESP) et l'Institut de recherches et d'études publicitaires (IREP). Pour eux, c'était une machine de guerre pour faire des choses que Publicis ne savait pas faire. J'ai vu une annonce dans l'Express pour un poste de chercheur à Publicis, j'ai posé ma candidature et ils ont été intéressés par mon curriculum vitae : j'avais une formation universitaire, j'avais fait une thèse sur le cinéma, je venais de passer quelques années dans les sociétés d'organisation des entreprises. Donc je suis rentré à Publicis pour m'occuper de ce qui est devenu très vite la recherche sur les médias. Là j'ai fait des choses qui m'intéressaient beaucoup, aussi bien quantitatives que qualitatives. Par exemple j'ai écrit un article en 1970 sur les figures de rhétorique dans l'image publicitaire parce qu'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. Aujourd'hui, 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. Cela m'a permis de découvrir qu'il a été traduit en anglais, publié dans une revue de l'université d'Australie, en espagnol aussi, ce sont des gens de l'université de Buenos Aires qui me l'ont signalé, disant qu'ils s'étaient intéressés à mon article : ils m'avaient joint par e-mail pour avoir les images dont je parlais dans l'article.

Pour mon site internet, j'ai conçu un choix de textes un peu comme une publicité. Ce que je souhaitais faire, au début, c'était que ces textes soient publiés dans un ouvrage. Je me disais : pour inciter les éditeurs à les publier, il faut que je les dépose sur internet, mais pas tout, pour qu'ils puissent avoir envie d'accéder au reste. Aujourd'hui avec la diffusion numérique on peut toucher autant qu'avec un livre. J'ai relevé hier : depuis deux ans 2000 personnes environ ont visité mon site, mais avec une durée moyenne de 17 secondes. Maintenant je numérise mes textes anciens : jusqu'à présent, des choses étaient numérisées parce que je les avais écrites sur l'ordinateur, mais ce que je faisais avant, c'est-à-dire des textes écrits à la main puis tapés à la machine ne le sont pas. Je veux arriver à avoir un cd où il y aurait tous ces textes depuis le début, je me dis "tant pis pour les bouquins, je pourrai donner ce disque à qui en a besoin".

Revenons à Publicis. Il y a eu un conflit de personnes à Publicis qui m'a amené à partir. Ensuite j'ai travaillé pendant deux ans dans une société d'études de marchés, la Cofremca. Puis un poste s'est libéré à l'ORTF, pour diriger le service des études d'opinion alors j'ai tout de suite sauté dessus, ça me convenait, avec l'idée de sortir des études empiriques et de faire davantage d'études avec des intérêts généraux. Vous m'avez fait remarquer préalablement que j'avais mené des études universitaires, tout cela s'était fait en parallèle : dès le début de mon activité, en même temps que je faisais mon travail, j'avais le souci de publier des articles. J'ai publié d'abord quelques textes sur le cinéma, notamment dans le domaine de la filmologie il faut dire qu'à l'époque, au début des années 60, beaucoup de chercheurs universitaires étaient centrés sur le cinéma, à la suite des travaux d'Edgar Morin, des gens comme ça ; ce n'est que quelques années après que les gens sont passés à la télévision. En 1960, la télévision n'intéressait pas tellement, il y avait une seule chaîne. Les travaux d'Edgar Morin, sur les stars, etc., c'était très intéressant ».

*Avez-vous envisagé une carrière universitaire à la suite de votre thèse ?*

« Mon patron de thèse me conseillait de faire l'agrégation de sciences économiques. Il me proposait d'aller passer une année aux États-Unis. Il y a eu un incident, j'ai eu une maladie assez grave qui fait que j'ai renoncé à une carrière universitaire. En même temps je me suis soigné physiquement et j'ai commencé une psychanalyse qui a duré presque toutes les années 50 avec quelqu'un qui est très connu aujourd'hui : [inaudible]. C'est un psychanalyste qui a beaucoup travaillé avec Lacan. L'agrégation économie politique, je n'étais pas tout à fait motivé, il me proposait aussi d'entre au cnrs ; comme il se trouve qu'en même temps je suis rentré à Publicis, j'ai trouvé que c'était plus intéressant. Après tout je me dis que j'ai peut être eu tort, encore que l'enseignement dans les universités et tout ça, je ne suis pas sûr que ça m'aurait beaucoup plu... J'aurais peut-être eu le prix Nobel de l'économie... »

*Les séminaires que vous avez suivis à l'École pratique des hautes études se situaient davantage dans le domaine de la sociologie que de l'économie...*

« L'École pratique des hautes études 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. En fait je menais plusieurs choses en parallèle, le côté professionnel pour gagner ma vie, en même temps d'autres aspects m'intéressaient, de façon parfois imprévue. Par exemple, un des premiers articles que j'ai publié porte sur l'attraction pour les nombres ronds, c'est un truc qui m'était apparu lorsque j'avais participé à une étude sur l'organisation d'une

banque : j'avais remarqué un problème de nombres ronds, j'avais réfléchi à ça. À partir d'une expérience professionnelle j'avais fait une petite réflexion personnelle que j'ai exposé dans un cadre universitaire ; par la suite je l'ai publiée dans la Revue française de sociologie, je l'ai exposée au séminaire de linguistique quantitative à la Sorbonne, etc. J'avais l'impression 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 ».

*Était-ce vous qui proposiez vos contributions aux revues scientifiques, ou vous sollicitaient-elles en qualité d'expert par exemple ?*

« Je crois que c'était par l'intermédiaire de Roland Barthes. En fait quand j'ai commencé ma thèse, j'avais vu qu'il y avait beaucoup de travaux sur les médias de masse, 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 "ça 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". Donc j'ai écrit à Edgar Morin qui m'a répondu en me disant : "Je serai au bistrot, au quartier latin, j'aurai L'Humanité et Combat". 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, ça remonte dans les années 50 et quelques. Par ailleurs je suivais un autre séminaire, celui de Georges Guilbaud, un mathématicien. J'ai un peu de mal à démêler tout ça, c'est assez ancien. Souvent, dans mes activités professionnelles je cherchais à dégager l'aspect qui pouvait mériter une recherche et éventuellement une communication. C'était le cas aussi pour l'étude sur les rhétoriques de l'image, c'est parti directement d'un des cours de Roland Barthes ».

*Ensuite il y a eu l'ORTF...*

« Cela m'intéressait moins, mais en même temps je trouvais que c'était une bonne opportunité, il y avait un responsable du service qui prenait sa retraite, il cherchait quelqu'un pour le remplacer. C'est Michel Souchon qui leur a conseillé de s'intéresser à moi, je ne l'ai pas su à l'époque, il m'en a parlé un peu, de façon allusive... J'ai cru comprendre que c'était lui, avec d'autres personnes du service, des psychologues, des sociologues. À ce moment-là j'étais très content de rentrer à l'ORTF, à la fois pour le prestige de l'institution, qui était une chose importante dans les médias à l'époque, et parce que ça me faisait sortir de ces deux années passées dans une société d'études de marché, que j'avais très mal vécues, il y avait un aspect commercial, il fallait trouver des clients, etc. ça ne me convenait pas du tout. Puis ça n'a pas très bien tourné car l'ORTF a disparu deux ans après, c'était devenu le Centre des études d'opinion, le CEO, je rappelle ça dans un numéro qui vient de paraître des Cahiers de l'histoire de la radio.

Les Cahiers de l'histoire de la radio, c'est l'histoire de la radio-diffusion, publiée par le comité d'histoire de la radio, c'est une revue trimestrielle d'un assez bon niveau pour les recherches sur la radio et accessoirement sur la télévision. J'y ai écrit beaucoup d'articles, historiques bien sûr, sur l'histoire des études de l'audience de la radio et de la télévision et j'avais imposé de mettre radio ET télévision parce que la plupart du temps les études sont faites ensemble, je ne pensais pas qu'on pouvait isoler la radio. Il y a beaucoup plus de choses sur la télévision que sur la radio, maintenant c'est internet. Le principe de cette revue c'est 4 numéros par an, un numéro porte sur un sujet variable, les 3 autres sont sur une année, 30 ans avant, 50 ans avant et 70 ans avant. Par exemple, nous sommes en train de préparer 1935, 1955 et 1975. Dans le dernier numéro qui était sur l'année 74, j'ai écrit un article pour raconter ce qui s'était passé pour le service des études d'opinion en 1974 ; j'essaie de décrire avec le plus de détails possibles tout le cheminement qu'il y a eu du point de vue administratif, les contacts, les racontars, etc. Malheureusement cet article n'est pas paru, en raison d'une erreur d'impression il manque 20 pages, donc tout mon article. Ils vont le rééditer dans trois mois.

Le CEO a duré 10 ans, 1975-1985. Le CEO a duré jusqu'au 31 décembre 1985, en fait il y a une société qui l'a remplacé, Médiamétrie, dans le courant de l'année 1985. D'ailleurs Médiamétrie va fêter ses 20 ans prochainement. C'est une période que j'ai mal vécue, enfin ce sont des constations personnelles, je ne sais pas si cela vous intéresse, parce que je me suis mis avec la plupart de mes chargés d'étude en conflit avec le cabinet du ministre, c'était à l'époque [inaudible]. Celui-ci avait le désir de créer un organisme qui serait un observatoire de l'audiovisuel qui regrouperait le CEO et le Service d'observation des programmes (SOP), qui était chargé de vérifier les programmes, la publicité dans les programmes, etc. Cela ne nous plaisait pas trop d'être couplé comme ça, avec un rôle administratif : nous avions fait du

lobbying pendant les vacances pour ne pas arriver à cela et au contraire arriver à une sorte de privatisation, disant : "Nous sommes des chercheurs et avons envie d'être dégagés des contraintes administratives". Nous sommes parvenus à voir Jérôme Clément qui était au cabinet du premier ministre, également [inaudible] dont on a beaucoup parlé récemment qui était au cabinet de François Mitterrand. Nous sommes montés très haut, cela paraît insensé aujourd'hui de les avoir dérangé pour leur parler de nos petites histoires... Le résultat est que nous avons eu gain de cause contre l'administration : ils ont dit "d'accord, on va créer un organisme de droits privés", c'est comme ça que Médiamétrie s'est créée. À partir de ce moment-là, j'ai été mis dans un placard, ce que je n'ai pas du tout apprécié. De même que je n'ai pas apprécié la façon dont j'ai quitté Médiamétrie 10 ans après, mais ça, n'en parlons pas ».

*Lorsque vous travailliez à Médiamétrie, aviez-vous la liberté de conduire des recherches qui vous étaient un peu plus personnelles ?*

« C'est là que c'est intéressant car les gens qui sont au CESP n'ont pas le loisir de faire des études parce qu'il y a un budget à utiliser, etc. Quand on est à Médiamétrie, c'est pareil, je suppose qu'il ne peut y avoir une recherche que s'il y a un client qui appelle. Les 10 ans du CEO étaient une période idéale de ce point de vue en ce sens que nous n'avions pas à nous soucier de trouver des clients, les clients étaient obligatoires, les chaînes... Tout cela est lié à la réforme de 1974 : il avait été décidé par la loi de juillet 1974 que le montant de la redevance serait réparti entre les sociétés de programmes, les 3 télévisions et Radio-France, en tenant compte des données sur l'audience et de la qualité des programmes. Il s'agissait de dire "il ne faut pas que ce soit la course à l'audience", donc le CEO était chargé de faire des études sur la qualité. Pour qui faisait-on ces études ? Pour un organisme public qui s'appelait la commission de répartition de la redevance composée d'une demi douzaine de haut fonctionnaires de la cour des comptes et du conseil d'état qui se réunissaient un fois par an pour répartir les montants entre les sociétés, en tenant compte des résultats de nos enquêtes. On disait "cette année Antenne 2 a fait de bons résultats donc ils vont gagner un peu sur le montant...". Ce n'étaient pas des montants considérables, la variation en pourcentage était assez réduite, mais en valeur absolue c'étaient des montants non négligeables. Notre obligation était de faire des enquêtes continues qui permettaient de dire, une fois par an, "telle chaîne a gagné en audience ou a perdu en qualité, etc.". Curieusement, un point de détail qui va vous amuser, si vous prenez le Quid et que vous y cherchez "télévision – financement", on vous explique : "Le montant de la redevance est réparti entre les sociétés au prorata de leur audience et de la qualité de leurs programmes". C'est une formule qui a duré entre 1975 et 1979 en gros, ils ont écrit cela à l'époque et ça reste.

Des chercheurs avaient conçu un système de recueil d'informations, nous recrutions des gens pour une période définie, c'était d'abord 2, puis 4, puis 6 semaines ; ceux-ci devaient remplir des feuilles chaque jour en indiquant les émissions qu'ils avaient vues, quelle note ils leur donnaient, etc. Nous avions des temps en temps des demandes particulières donc nous avions rajouté des pages où les gens devaient remplir 1 ou 2 fois par semaine sur des sujets très divers. Il se trouve qu'assez souvent, parce qu'une société de programmes le demandait, nous faisons des études sur des sujets peu communs. Ainsi, assez tôt nous avons fait des études sur le câble, le satellite, la télématique, etc. au fur et à mesure que ça apparaissait. Nous avons réalisé environ 1000 études pendant ces 10 ans. Ce sont des études introuvables : en théorie, la collection complète se trouve aux archives nationales à Fontainebleau ; à ma connaissance, il y avait une autre collection complète récupérée par Médiamétrie qui les a envoyés en province où elle était inaccessible, et il se trouve que ce local a brûlé. Malheureusement, c'était un local où se trouvaient les archives du Crédit Lyonnais, des gens ont trouvé commode de faire disparaître certaines choses... Il se peut que les archives du CEO aient brûlé en même temps. J'ai écrit à la présidente de Médiamétrie pour lui demander, elle ne m'a pas répondu, je ne sais pas ce qu'il faut en conclure. Il y a quand même des rapports qui sont stockés par ci par là, mais ils ne sont pas complets. Il y en a un au comité d'histoire de la télévision, à l'Inathèque de France, ma collection personnelle était au CSA et a été transférée à l'INA, il y en a à l'institut français de presse à l'université Paris 2, en général souvent c'est quelques exemplaires, il y en a à Grenoble, à Nancy... ».

*Pouvez-vous me parler de l'Institut de recherche et d'études publicitaires (IREP) et des séminaires organisés dans les années 70-80 ?*

« L'IREP est un organisme professionnel, c'est une association dont les membres sont soit des représentants des médias, soit des publicitaires. Deux organismes ont été créés à la fin des années 50, le CESP et l'IREP. La tâche du CESP était de faire des enquêtes, recueillir des données sur les audiences. L'IREP est un forum pour permettre aux chercheurs en publicité de venir exposer leurs recherches ; au

départ, il s'agissait principalement de recherches menées à partir des données fournies par le CESP et puis ça a évolué, ça existe encore, je crois que c'est 62 rue de la Boétie à Paris ».

*Dans les intitulés des interventions lors de ces séminaires, on trouve déjà des thèmes traités à l'heure actuelle...*

« On a souvent ce sentiment là ».

*Ces recherches étaient-elles accessibles aux chercheurs universitaires ? Les intéressaient-elles ?*

« Pour les professionnels, il y a souvent l'idée d'annoncer quelque chose comme une innovation alors que ça n'est que reprendre des choses qui existaient avant. On a souvent ce genre de choses. Si vous souhaitez consulter les archives de l'IREP vous pouvez aller directement à l'IREP, ou à la bibliothèque nationale ».

*Quel était l'objectif des séminaires de l'IREP ? La publicisation de l'actualité des connaissances dans ce domaine ?*

« Essentiellement c'était un objectif commercial. Les sociétés d'étude voulaient trouver des clients, donc elles faisaient telle ou telle étude. Ce qui était exposé n'était souvent pas assez complet parce qu'ils veulent garder le secret sur leurs méthodes, le média étudié ne voulait pas donner tout le détail des résultats, etc. C'est souvent un peu décevant ce qu'on peut lire... Au CESP c'était différent car tout le monde y avait accès : les chercheurs, les gens des agences qui avaient intérêt à montrer qu'ils avaient de bonnes méthodes, etc. Donc c'était assez ouvert, alors que, dès qu'il s'agit de marketing comme à l'IREP, on ne rentre plus dans le secret ».

*Vos publications académiques, surtout depuis les années 90, vous positionnent en tant qu'expert des mesures de l'audience, de leur histoire. Vous sollicite-t-on spécialement à ce titre ?*

« Oui, on me le demande. J'ai joué un rôle au comité d'histoire de la radio, je peux dire "il y a un truc que j'aimerais bien exposer" et j'écris un papier ; en général, ailleurs, on nous le demande : "Est-ce que vous voulez bien faire un article sur... ?". Cela a été le cas pour Quaderni, Le temps des médias. J'ai fait un article pour le dernier numéro du Temps des médias mais je n'ai pas été très heureux parce que j'avais écrit un article beaucoup plus complet et ils en ont réduit les 3/4, ils ont changé le style... Je me réserve le droit de le publier ailleurs, dans sa version intégrale. Finalement c'est assez rare qu'on me demande d'écrire des choses, Michel Souchon davantage je pense.

Quelqu'un qui veut organiser un numéro sur quelque chose se dit : "Tiens on pourrait demander à untel". Cela marche par petits lieux, petites chapelles. Actuellement je suis branché sur le Comité d'histoire de la radio, sur l'Inathèque, parce que j'ai suivi l'Inathèque depuis pratiquement 10 ans, depuis sa création, participant à des réunions de méthodes pour savoir comment on allait stocker, indexer les programmes, encore que je n'ai pas apporté grand chose à tout ça, j'y étais plus pour rencontrer des gens que pour apporter une expérience ; je suis également le séminaire de Jean-Noël Jeanneney à Science-Po. Je suis aussi branché sur la Société française des sciences de l'information et de la communication (SFSIC), je suis sur leur réseau internet donc je reçois tout ce qui se passe, enfin on en reçoit beaucoup trop, il y a des gens qui envoient des textes interminables. Je suis aussi beaucoup l'université de la communication qui se tient chaque année, organisée par la ligue de l'enseignement : ça se passe à Ourtin près de Bordeaux, c'est organisé par le Crépac, sur le site internet vous trouvez les résumés de tous les exposés des années précédentes. L'orientation des exposés n'est pas tout à fait ce qui vous intéresse, vous ne trouvez pas du tout les gens qu'il y a dans les autres..., c'est plutôt la pédagogie, l'informatique, internet, les télécommunications, c'est moins les médias. J'y vais pour écouter, ça coûte assez cher malheureusement, mais si vous y allez en tant qu'étudiant vous aurez des prix relativement bas, l'endroit est agréable, ça se passe fin août, ce n'est pas très loin de la mer ».

*Lorsque le Cecmas a changé de perspectives, avez-vous participé aux activités d'un autre laboratoire ?*

« Non, j'ai perdu le contact. Pour moi, le Cecmas c'était Friedmann, Barthes, Morin, puis ça a éclaté. Michel Souchon était aussi en contact avec ce groupe, mais il a beaucoup d'activités. Vous savez qu'il est jésuite, en tant que tel il a plusieurs responsabilités : il est responsable d'une paroisse, un ou deux jours par semaine, il doit s'occuper d'une revue, avant c'était Études, maintenant c'est Croire aujourd'hui, il a toujours la nostalgie des médias, surtout la télévision, mais il vous en parlera ».

*Revenons sur la frontière entre les champs académique et professionnel, dont les travaux pourraient être complémentaires. Vous qui avez vécu cela de l'intérieur, qu'en pensez-vous ?*

« Du côté des médias, ils ignorent complètement ce qui se fait à l'université, parce qu'ils pensent que cela n'a pas de valeur : les cogitations d'intellectuels... Eux ont des problèmes précis à résoudre ; ils s'adressent à des consultants, à des gens qui parlent leur langage, le marketing, etc. Quelques personnes parviennent à traverser, comme Jean-Marie Charon, il travaille sur la presse, il est très connu dans ce domaine, on fait appel à lui dans des débats, alors qu'on ne ferait pas appel à Sabine Chalvon par exemple. Cela se fait par réseaux. Inversement les chercheurs universitaires ont l'impression qu'ils ne peuvent pas accéder à ce qui peut se faire dans les médias, dans les agences de publicité. Même dans le domaine universitaire il y a des réseaux, quelquefois il y a des gens qu'on retrouve de l'un à l'autre... après il faut trouver la filière. En général, mais il s'agit de mon expérience personnelle, les choses qui ont marché c'est quand j'envoyais une lettre à quelqu'un spontanément, sans aucune recommandation ni rien du tout, c'était comme ça pour Friedmann, Morin... Seulement après, aller au séminaire de Friedmann ça prenait beaucoup de temps, c'était toutes les semaines ou tous les 15 jours... Par exemple un jour j'ai fait un exposé dans ce séminaire et Friedmann m'a dit après que l'ancienne femme de Léon Blum était venue écouter.

Pour Roland Barthes, je connaissais quelqu'un qui s'appelait Gilbert [inaudible], c'était le premier à introduire le cinéma à la Sorbonne : en 45-46, il avait écrit un bouquin, Philosophie du cinéma je crois, en langage très universitaire ; il y expliquait qu'on pouvait étudier le cinéma et c'était la première fois qu'on entendait ça, car le cinéma était évoqué par les critiques, des gens qui parlaient des films c'est tout et lui voulait ouvrir ça à l'aspect social... C'était la première fois, il a créé la filmologie, ça a duré quelques années, aujourd'hui on l'a complètement oublié. J'avais dû lui écrire en lui disant que je faisais une thèse sur le cinéma et que je souhaitais le rencontrer, et j'ai suivi un temps des exposés sur le cinéma à la Sorbonne. Et curieusement, j'ai lu ça un jour dans L'Express, les gens qui travaillaient avec lui à l'institut de filmologie, qui venaient parler dans le séminaire de Friedmann m'ont dit "on a été étonnés quand on a lu cet article". Dans cet article on expliquait que Gilbert [inaudible] lorsqu'il a créé la filmologie, avait imaginé une méthode qui permettait de conditionner le public, donc à partir du cinéma on pouvait conditionner des foules entières ; il a écrit un dossier là dessus, il est venu le présenter au cabinet du premier ministre en leur expliquant : "J'ai trouvé quelque chose d'extraordinaire qui est extrêmement dangereux, il ne faut surtout pas que ça se sache, si des nazis mettent la main dessus ils vont faire des ravages". Il a ajouté : "Je veux bien mettre la méthode dans un placard, je n'en parle pas mais, en contre partie, il faut que vous me donniez une subvention pour mon institut de filmologie". Alors les gens ont regardé un peu ce que c'était, ils ne comprenaient rien, mais comme le personnage était convaincant ils ont dit "d'accord nous vous donnons une subvention". À l'époque le ministère changeait souvent, à chaque changement l'ancien ministre transmettait le dossier au nouveau en lui disant : "Je ne sais pas ce que c'est, je n'ai pas compris mais il paraît que c'est très important, il faut continuer à donner une subvention". Alors ça a marché comme ça de ministère en ministère, et un jour il paraît qu'il y en a un qui a dit : "Je donne de l'argent, je voudrais bien savoir pourquoi, je vais faire expertiser le document par des spécialistes pour savoir si c'est réellement sérieux". Les spécialistes ont dit que le document était assez connu, Lazarsfeld et tous ces gens-là ont étudié tout ça, il n'y a rien de nouveau, ça n'est pas la peine de donner de l'argent pour ça. À ce moment-là on a supprimé la subvention, donc il n'a plus su quoi faire avec son institut, il est parti à Milan, recréer un institut, il a organisé un ou deux grands congrès internationaux, j'y étais il m'avait invité, et c'est là que j'ai rencontré Roland Barthes et j'ai gardé contact avec lui. À l'époque il n'était pas très connu sauf dans les milieux intellectuels, il avait écrit Mythologies. Quelque temps après il m'a dit : "Je vais faire un cours à l'institut des hautes études", je lui ai répondu que ça m'intéressait, donc nous nous sommes retrouvés, lui, 5-6 personnes venaient écouter, participer, exposer, etc.

Dans ce séminaire j'avais un projet de thèse sur la sémiologie du nombre, j'avais écrit quelques articles là-dessus dans les années 60, finalement ça n'a jamais abouti, j'avais des tas de notes et de coupures de presse... J'ai toujours eu l'idée que c'était le truc important, je me disais que j'y reviendrais plus tard lorsque j'aurais terminé tout ce que j'avais à faire dans les médias. Il y a quelque chose que je cite souvent, je l'ai trouvé quelque part mais je n'ai pas la référence exacte, c'est un philosophe américain qui s'appelle... il était à Concorde... Thoreau, il a passé beaucoup de temps dans les bois, il a vécu un peu une vie d'ermite, il a dit quelque chose qui m'avait beaucoup impressionné, je vous transmets le message ça peut vous donner un enseignement : si on veut faire quelque chose, si on a un projet, la seule façon de le réaliser c'est de commencer tout de suite, ce n'est pas de dire quand je pourrai, quand j'aurai fini ceci

ou cela, parce qu'on ne le fait jamais. Cela a l'air tout simple, mais finalement c'est très difficile de tout faire, on a des contraintes, on a des demandes, ou alors il faut savoir dire non, c'est peut être aussi un truc important, moi j'ai toujours tendance à dire oui. C'est comme quand on est branché sur internet, on se laisse facilement entraîner. J'ai transmis toutes mes archives sur l'audiovisuel à l'Inathèque, ça représente 300 dossiers d'archives, des dossiers de 10 cm, je me dit que c'est idiot, jamais j'aurais dû faire ça, rassembler tous ces documents, découper les journaux, classer, j'y ai passé un temps fou. Le risque est qu'un jour, quelqu'un les consulte et les fasse tomber, c'est le risque avec les coupures de presse ; enfin j'ai eu tort parce que j'y ai passé 10 ans... Mon ancien directeur Philippe [inaudible], j'ai été licencié de Médiamétrie, en 1990, pour une raison qui n'est pas très agréable : j'ai eu un gros problème de santé qui m'a amené à passer en chirurgie, puis en convalescence, pour 6 mois après revenir à Médiamétrie pour apprendre que j'étais licencié, ça n'est pas très gentil. À ce moment-là, l'ancien directeur du CEO – j'ai fait un article sur lui dans les Cahiers de l'histoire de la radio quand il est mort, il y a deux ans à peu près, j'ai également écrit un article pour les Cahiers de l'histoire de la télévision mais il n'est pas encore paru – m'avait dit : "Vous êtes licencié ? Encassez votre indemnité de licenciement et écrivez des bouquins". J'avais 60 ans, je me disais que je n'allais pas arrêter ma vie professionnelle à 60 ans, j'ai envie de travailler encore 10 ans. C'est ce que j'ai fait d'ailleurs, mais cela n'était pas une bonne solution, ça ne m'a servi à rien tout ce que j'ai fait, j'aurais beaucoup mieux fait de me dire "j'ai du temps, j'ai mon salaire, ma retraite, je n'ai qu'à tranquillement écrire des livres", mais je me demandais si écrire des livres était vraiment sérieux... Le problème est qu'aujourd'hui, à 75 ans et plus, je me dis qu'il ne me reste plus beaucoup de temps, parce que je vois les gens de mon âge qui disparaissent, Jacques Derrida, Pierre Bourdieu, Yasser Arafat, ce sont des gens de ma génération qui meurent... ».

## **Annexe 8g. Entretien avec Michel Souchon, Paris, 2 février 2005**

*Michel Souchon, expert de l'audience télévisuelle ?*

« Mon travail à temps complet, les derniers temps, c'était à France 2, qui s'appelait encore Antenne 2 à l'époque. J'ai continué à travailler ensuite mais à temps partiel, à la présidence de France Télévisions et j'ai quitté définitivement, complètement en 1995. Cela fait maintenant 10 ans. Les étudiants trouvent encore mon nom dans les bibliographies, mais dans les milieux professionnels on disparaît de la circulation ».

*Récemment, la revue Le Temps des Médias publiait un entretien avec vous.*

« Oui, c'est une amie, Isabelle Veyrat-Mason, donc voilà... ».

*J'aurais espéré en apprendre davantage sur votre parcours à la lecture de cet entretien...*

« Il y a deux erreurs qui m'embêtent un peu, que j'ai signalées à Isabelle qui ne m'a jamais répondu, peut-être qu'elle n'a pas reçu... Elle me fait dire que Bourges était à l'origine de la chute d'audience de la télévision publique alors que ça n'était pas ça tout. Et elle me fait attribuer à Georges Steiner, qui est un essayiste, un homme d'une culture extraordinaire d'origine autrichienne, professeur à Oxford, il a fait des études de littérature, un homme d'une grande profondeur, un modèle utilisé pour des études faites par le Service de la Recherche de l'ORTF ; or, c'était un type qui s'appelait [inaudible] : ce qui n'a strictement rien à voir, c'était un sociologue américain dans la lignée de Lazarsfeld si vous voyez ce que je veux dire ».

*Vous avez de nombreuses publications à votre actif, vous avez exercé différentes responsabilités à l'ORTF, au sein de chaînes de télévision, votre thèse constitue une des premières enquêtes empiriques sur les téléspectateurs, etc. Pouvez-vous me décrire la manière dont votre parcours s'est organisé, entre la recherche académique, à travers des publications régulières, etc., et l'industrie médiatique ?*

« Oui, c'est à peu près contemporain de l'enquête dont je vous parlais qui a été réalisée par Michel Crozier, un sociologue, Annette Suffert, des gens comme ça au service de la Recherche, qui se sont inspirés des 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. Friedmann était à la fois le fondateur, le patriarche, le mandarin, au sens le plus anté-68 du terme du groupe du Centre d'études des communications de masse (Cecmas). Il avait comme spécificité d'introduire la sociologie quantitative, mais dans ce qu'elle a de vraiment important et intelligent. Dans ce milieu où j'ai travaillé en arrivant à Paris, le Cecmas... En fait j'avais été nommé dans une revue jésuite qui s'appelle Études, j'avais un travail de secrétaire de rédaction et j'ai eu envie d'avoir un domaine de recherches personnel, sur lequel je puisse dire des choses et pas seulement corriger et commenter les articles des autres, mais avoir de temps en temps des choses à dire personnellement.

C'était le moment où la télévision explosait, au milieu des années 60 ; j'ai choisi de travailler sur la télévision, et le Cecmas venait de se créer 2 ou 3 ans avant. Le Cecmas publiait la revue Communications, un de ses représentants importants était Edgar Morin qui venait de publier L'Esprit du Temps. Je me suis dit : "C'est là qu'il faut que j'aie". Je suis parti du milieu académique, mais 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. À ce moment-là j'ai travaillé en relation avec l'ORTF, de manière très indépendante quand même ; une fois la thèse passée, j'ai eu envie de continuer à suivre les séminaires du Cecmas encore quelques années et je voulais 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 où on pouvait relativement facilement rentrer à l'ORTF. 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, ça n'est pas très facile parce que l'idéologie académique, en particulier après 68, avec 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. Un des slogans de mai 68 c'était : "Ouvrez les yeux fermez la télévision" ».

*Ce sont des thèses qui ont été relayées en France par Pierre Bourdieu ?*

« C'est plus subtil que ça parce que le champ de Bourdieu c'était l'éducation, la reproduction ; c'est beaucoup plus tard qu'il a fait ce petit livre qui à mon avis n'est pas ce qu'il a fait de mieux... Donc c'était relayé par Baudrillard, La société du spectacle, mais sous une autre forme. Baudrillard a, du reste, fréquenté le Cecmas, pas beaucoup mais un peu ».

*Lorsque vous avez intégré le Cecmas, y avait-il un intérêt particulier pour les publics de télévision ?*

« Non. Il faut se souvenir que la personne qui était dominante c'était Barthes. Il donnait des instruments pour l'analyse de contenu des médias, donc l'analyse de contenu était le domaine noble des études sur les médias. Des gens s'enfermaient, si je puis dire, mais je ne veux pas caricaturer, avec des piles de Paris-Match et faisaient des travaux sur l'enterrement de Churchill et avec Paris Match vous aviez de quoi nourrir votre sujet et faire quelque chose sur l'esprit du temps. Même Edgar Morin était un peu... Edgar Morin est inclassable, mais enfin, même Violette Morin, la femme d'Edgar à ce moment-là, était très dans cette ligne-là. Il y avait une autre tendance qui était représentée par un type merveilleux, Claude [inaudible] qui faisait l'analyse du récit ; il a été l'un des principaux introducteurs avec des gens comme Todorov, de la narratologie, etc. Tout ce monde là donnait des instruments d'analyse de contenu et le public... Quand on délaisse un terrain, ça veut dire qu'on pense que ça n'est pas très important. Les gens avaient un peu tendance à penser qu'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, qui étaient les lecteurs, auditeurs, téléspectateurs des médias ».

*Mais ce n'était pas ce que vous pensiez ?*

« Non, absolument pas : c'est la distance qui m'a intéressé. Pourquoi ? Peut-être que Bourdieu a joué un rôle, parce qu'il montrait comment l'éducation, que l'on pensait susceptible d'atteindre tout le monde dans une sorte de démocratie éducative et culturelle était reçue très différemment selon que l'on appartenait aux classes cultivées ou non, etc. Donc je pense que cela a joué. D'autre part, 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.

Je n'étais pas très encouragé dans ce sens-là ; j'avais à ce moment-là un bon ami qui était un sulpicien, vous voyez ce qu'est un sulpicien ? Un Monsieur de la Compagnie de Saint Sulpice, c'est un groupe de prêtres fondé au XVII<sup>e</sup> siècle pour s'occuper des séminaires... Ce sont des gens à qui on dit "Monsieur" et non pas "Mon Père, Monsieur l'Abbé, Monsieur le Curé". Quand j'ai été le voir pour la première fois, on m'avait dit "je vous confie aux bons soins de Monsieur Gritti". Jules Gritti a écrit beaucoup de livres tout à fait intéressants. Il avait connu Jean XXIII, sa famille était originaire du même patelin près de Bergame, cette origine commune avait fait que pendant la période où le cardinal [inaudible] était nonce à Paris, Jules Gritti allait souvent manger chez lui, il lui parlait de la France, de l'Italie... Au moment de la mort de Jean XXIII, il se disait qu'il fallait qu'il fasse une thèse sur la mort de Jean XXIII dans les médias. Donc il a recueilli la presse, etc. mais il n'a pas eu la patience, le temps de faire une thèse académique solennelle, il l'a ficelée trop vite ; Friedmann était désolé que Gritti ne suive pas une carrière académique. Pourquoi je vous raconte tout ça ? Pour vous expliquer qu'au Cecmas les gens ne s'intéressaient pas beaucoup à cela. Mais quand même, Edgar Morin aimait bien aller sur les terrains. Si un jour vous voulez vous amuser, lisez la préface de son livre sur son village de Bretagne, il a écrit un livre sympa et merveilleux sur les transformations culturelles, où il dit que l'idéal c'est d'aller dans les

bistrots, de partager des repas, etc. Malheureusement, le cnrs n'accepte pas les notes de frais, il ne reconnaît pas les méthodes essentielles de la sociologie... C'est un homme merveilleux, je ne l'ai pas revu depuis des années, il est extraordinairement sympathique. Il est allé sur le terrain pour étudier la rumeur d'Orléans, son petit village, il publiait des choses très amusantes ; la méthode qualitative d'enquête lui était étrangère.

Dans ma thèse, 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, beaucoup trop ; lorsque j'ai publié ma thèse, au lieu de supprimer cet appareillage technique trop encombrant je l'ai gardé parce que je trouvais que cela faisait chic, et lorsque j'ai soutenu, Morin m'a dit avoir été très intéressé par la deuxième partie qui portait sur l'intelligence de la narration, les manières dont les gens recevaient les émissions narratives, mais il m'a dit "pourquoi avez-vous utilisé le vieux canon de 75 ? ". Il méprisait beaucoup ce genre de travaux. Quand il m'a dit cela, il y avait dans le jury, un type qui s'appelait Alain Girard, un sociologue qui travaillait à l'INED (Institut d'études démographiques) : j'ai pris la défense des méthodes qualitatives, par questionnaires, sondages, etc. en disant il y a une espèce d'honnêteté fondamentale qui s'exprime assez bien dans un vers de La Fontaine : "J'étais là, quelque chose m'advint". J'ai développé cette idée qui consiste à dire j'étais à tel endroit, j'ai vu des gens dans telle ou telle condition, je leur ai posé telle question, voilà la réponse qu'il m'ont donnée et je ne prétends pas à partir de là construire un univers mais j'ai des données qui me semblent intéressantes, qui permettent de comparer les réactions de tel groupe social avec un autre, tel niveau d'âge avec tel autre, etc. Une fois cette thèse terminée, je suis rentré à l'ORTF et j'ai tout de suite été pris dans le domaine des études d'audience – on disait souvent à l'époque études de marché, déjà, ou sondage d'étude d'opinion ».

*Il semble que l'utilisation du terme « audience » était assez rare à ce moment-là ?*

« Non, je crois qu'on l'utilisait déjà. Mais il y avait toujours cette ambiguïté entre le terme audience utilisé en français et dans les pays anglo-saxons. Je n'ai jamais beaucoup eu de mal à utiliser le terme d'audience, en précisant que cela me paraissait important d'étudier le public de la télévision et donc de faire des études d'audience. Quand je rencontrais les collègues qui travaillaient à la BBC, à l'ARD, les émissions allemandes, italiennes, anglaises, etc. tout se caractérisait par l'audience research ; c'est le petit groupe qu'a présidé pendant un temps Jacques Durand, dont j'ai fait parti pendant plusieurs années, il s'appelait l'European audience researchers. L'audience ne me faisait pas peur ; lorsque l'audience est entendue comme la recherche du nombre de gens et s'accompagne de préoccupations d'utiliser les recherches en question pour maximiser le nombre de téléspectateurs sur telle chaîne, telle émission, il est évident que cela prend une autre allure. Mais si vous prenez le terme au sens anglo-saxon, cela paraîtrait invraisemblable que les télévisions et les autres médias ne se préoccupent pas de faire des études d'audience. Il y a une espèce d'ambiguïté constante.

À partir du moment où j'ai été à la télévision, j'ai travaillé dans ce secteur qu'on appelait le service d'études d'opinion, dirigé dans un premier temps par Oulif, quand il est parti, je suis rentré en 1970, Oulif a dû prendre sa retraite en 71 ou 72, à ce moment-là, Jacques Durand a pris la succession. Dans un premier temps j'étais assez mêlé à la politique de programmes parce que très vite après mon arrivée on m'a demandé de servir de correspondant du service auprès de la deuxième chaîne de télévision, qui était dirigée par Pierre Sabbagh. Donc j'ai bien connu Pierre Sabbagh, j'étais aux réunions, régulièrement on parlait de ces questions d'audience, ce qu'il fallait faire, etc. Sabbagh était un type d'un commerce extrêmement agréable, il était très critiqué parce qu'on estimait qu'il faisait des émissions médiocres, l'émission symbole de la politique démagogique c'était Au théâtre ce soir : c'était une émission qui rassemblait beaucoup de monde parce que c'était un répertoire du théâtre de boulevard, moi je ne trouvais pas scandaleux qu'on fasse du théâtre de boulevard... Là j'ai eu pendant quelque temps des relations avec le milieu professionnel ; je n'étais pas seulement dans un bureau en train de diriger, analyser les résultats des études. On a fait à ce moment-là au service de la recherche des enquêtes de type un peu qualitatif : on avait été dans des écoles de la région parisienne, dans des endroits divers, demander à des enfants de faire des dessins de la télévision et on analysait tout ça. C'était une période très intéressante, pendant laquelle je n'ai pas fait que du chiffre ».

*Tout en exerçant cette profession, aviez-vous la liberté de mener d'autres réflexions moins en rapport avec les attentes du Service de la Recherche ?*

« Bien entendu, on regardait ce qui se publiait à droite à gauche, à l'étranger, etc. Il y avait un important travail d'analyse des travaux ».

*Quels étaient ces travaux ?*

« La revue Communications, des choses qui paraissaient en Angleterre, les travaux sur les enfants menés par [inaudible], les travaux menés en Amérique, une étude sur la télévision et les enfants, Herta Herzog qui avait fait des travaux passionnants sur la réception des feuillets radiodiffusés dans les années 40, tout cela était un peu vieux, mais en France c'était des choses nouvelles et intéressantes.

Entre-temps est arrivé l'éclatement de l'ORTF et j'ai souhaité à ce moment-là ne pas suivre le gros de la troupe dirigée par Jacques Durand qui s'en allait dans les services du premier ministre, qui devait calculer les chiffres qui intervenaient dans l'équation de répartition de la redevance. J'ai demandé à mes amis du service de la recherche avec lesquels j'avais travaillé un peu de me recueillir ; comme ce n'était pas un endroit très recherché, 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, 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. Les chaînes de télévision me tenaient dans le mépris le plus total : elles considéraient que nous étions des gens budgetivores, qu'il n'aurait pas fallu inventer l'INA et qu'à partir du moment où l'INA existait il fallait être le plus distant possible. Mes anciens petits camarades qui s'étaient retrouvés dans les chaînes de télévision participaient de cet esprit et considéraient que je pouvais faire tout ce que je voulais mais qu'il ne fallait pas venir les ennuyer ; sauf un ami, Michel Demaison, il y a longtemps que je ne l'ai pas revu mais c'est un homme qui m'a assez bien accueilli pour des travaux à Antenne 2.

Pendant 10 ans, c'était assez tranquille, il suffisait qu'il y ait de temps en temps un article dans les journaux pour dire que ces travaux avaient de l'intérêt, à partir de ce moment-là on me fichait la paix ; je ne peux pas dire non plus que les gens s'intéressaient beaucoup à ce que je fabriquais mais à partir du moment où on me laissait faire mon travail je considérais que cela devait intéresser la France entière... Donc je faisais cela sans aucune mauvaise conscience. J'ai publié des travaux, un livre, Petit écran, grand public, au début des années 80, qui faisait le résumé de tous ces travaux, de ma vie, mon entrée à l'ORTF et à l'INA ; je participais à des choses qui nous étaient demandées, selon les évolutions politiques : il y a eu un moment où j'ai eu beaucoup de mal à faire mes travaux parce qu'on nous demandait d'aller nous occuper du câble à travers la France, il fallait faire de la prédication, dire aux gens que c'était une chose merveilleuse, etc. On a fait des travaux avec les Télécom... tout cela n'était pas dénué d'intérêt mais cela m'écartait beaucoup...

Puis, un beau jour, Hervé Bourges est arrivé à TF1. Il a pris comme collaborateur, ça n'est pas son titre exact, disons secrétaire général – je ne crois pas qu'il était directeur général – Antoine [inaudible] qui était un type que j'avais connu à l'INA. Bourges a voulu créer une commission pour réfléchir à ce qu'il fallait faire à TF1 pour redresser l'audience, qui avait beaucoup baissé, était passé derrière Antenne 2 – ce qui était scandaleux, la première chaîne derrière la deuxième. Ils ont créé une commission présidée par Sabbagh, Bourges m'a demandé d'être le rapporteur de cette commission. Je le connaissais par ailleurs, mais je crois que c'est [inaudible] qui a donné mon nom. À ce moment-là je partais en vacances, je lui ai dit "je suis désolé, je pars en vacances, on peut en reparler au retour". Au retour des vacances ils m'ont dit "non seulement tu participes à ce groupe (il était pratiquement terminé) mais on voudrait que tu rentres à TF1". Cela a pris un peu de temps parce que le président de l'INA a subitement découvert que je pouvais intéresser des gens, il s'est dit "peut être que ses travaux sont intéressants", il a voulu que je fasse un préavis de 3 mois... Bref c'était un peu grotesque mais assez rapidement je suis passé à TF1, où je suis arrivé au début de 75 [1985]. Évidemment le climat était complètement différent, il s'agissait de faire des travaux sur les chiffres d'audience, de donner des conseils sur la programmation : autant j'avais une liberté totale dans le choix de mes sujets et je pouvais faire les travaux les plus inutiles qui soient ; mais ce n'était pas inutile, à mon avis ça aurait été bien que les gens s'en servent ; le fait qu'ils ne s'en servaient pas ce n'est pas très grave. Arrivé à TF1 c'était l'inverse, je n'avais plus aucune liberté, il fallait me coltiner des analyses très opératoires et donner des conseils. Pendant les premiers temps de l'arrivée de Bourges à TF1, il a été conseillé par une agence de publicité qui s'appelait [inaudible] ; le responsable de la régie publicitaire à TF1 est un homme charmant qui s'appelait [inaudible], qui reste un bon ami, il

avait dit à Bourges "si le marché était libre, vous n'auriez pas la publicité dont vous avez besoin. Vous pouvez avoir la publicité parce qu'il y a un marché très étroit, donc les gens sont bien contents de venir même chez vous, et s'ils le pouvaient ils iraient sur Antenne 2 et ailleurs". Bourges était impressionné non pas parce qu'il craignait de manquer d'argent, il avait les ressources de la redevance, il se disait une chaîne est faite pour avoir des spectateurs et une chaîne qui n'a pas de spectateurs ou des spectateurs en petit nombre n'est pas une bonne chaîne publique : qu'est ce que c'est qu'une audience significative ? Il fallait donner des conseils, il y avait les conseils de l'agence, mais je crois qu'ils ont été mécontents quand ils ont vu que mes conseils avaient porté leurs fruits, etc., mais ils ont été bien contents de prendre leurs distances avec l'agence, parce que cela faisait mauvais effet que la chaîne soit dirigée en sous main par des publicitaires.

J'ai travaillé pendant 3 ans jusqu'à l'arrivée des gens de Bouygues : de nouveau la question de l'audience s'est posée de manière lancinante. L'audience avait remonté assez nettement, on était passé en tête, champagne, etc. mais tout cela était fragile et lorsque Bouygues est arrivé la question de l'audience était capitale : il avait payé très cher, pour quoi ? Pas pour un stock de programmes, cela valait peut être un peu d'argent mais..., les locaux, nous étions locataires, il n'y avait pas grand chose, Cognacq Jay... tout ça ne valait pas un milliard et demi. Il avait acheté avec ce milliard et demi – « le plus gros chèque jamais signé par un auvergnat » disait Bouygues dans un entretien quelques mois après – 40 % de part d'audience. C'est le trésor de guerre. Le jour même où se fait la passation de pouvoir, la responsable des variétés rencontre Bouygues pour lui expliquer qu'elle s'en va sur la 5 avec Sabatier, Sébastien et Collaro, qui étaient les animateurs de variétés qui faisaient parti de l'audience de TF1 en ces temps. Donc, Bouygues est atterré, Le Lay aussi, ils voient ce qu'ils ont acheté si cher leur filer entre les doigts. Pendant cet été 77 [1987] l'obsession c'est 40 % de part d'audience. À ce moment-là ce qu'on me demande c'est de veiller au grain, faire des tableaux où je mets l'audience-objectif correspondant à 40 % et l'audience réalisée et mettre du vert là où l'audience réalisée est supérieure à l'objectif et du rouge lorsque la situation est inversée, donc une lecture simple à déchiffrer. Dans le même temps, ils demandent aux financiers de compter, un peu à la louche, combien a coûté telle émission et combien elle a rapporté en ressources publicitaires. Je ne sais pas s'ils mettaient des stabilos rouge et vert... Ils avaient ainsi deux tableaux de bord. Évidemment tout cela représentait une utilisation un peu brutale que je n'avais quand même pas connue à ce degré là, beaucoup se rendaient compte que l'audience ce n'était pas que ce critère là. Mais les gens de Bouygues, c'était amusant parce qu'ils avaient répondu à l'appel d'offres lancé par les pouvoirs publics qui recherchaient le mieux-disant culturel. C'était François Léotard qui avait dit "la chaîne sera donnée au mieux-disant culturel". Alors Bouygues a fait un beau document, auquel avait collaboré entre parenthèses le bras droit de Bourges que j'aime bien et continue à voir de temps en temps, Pascal Joseph, qui avait été bien formé par la [inaudible]; donc ils obtiennent la chaîne, après quoi, 15 jours, un mois, Bouygues dit "on fait de l'audience, pas de la culture". À ce moment-là la réaction inverse est de dire au service public "on ne vous demande pas de faire de l'audience on vous demande de faire de la culture" Il y a donc une distribution des rôles tout à fait merveilleuse pour les télévisions commerciales qui consiste à dire à vous la culture à nous l'audience. Là j'ai commencé à m'indigner en disant "c'est aberrant". J'ai dû travailler encore quelques mois à TF1 privatisée et puis j'ai eu la chance d'être demandé par Antenne 2, le responsable des études, Michel Demaison, qui y était pratiquement depuis l'origine de la chaîne et l'éclatement de l'ORTF souhaitait rejoindre une société, on lui faisait un pont d'or pour faire des travaux qui l'intéressaient, il était très technicien de l'informatique – je ne sais pas s'il a pris sa retraite maintenant mais il a longtemps travaillé ensuite à la régie publicitaire de TF1, un très bon type, il n'a pas beaucoup écrit, mais c'est peut être quelqu'un que vous auriez intérêt à voir, il a travaillé un moment à Médiamétrie, à l'ORTF dans les dernières années, ensuite à Antenne 2, puis dans une société dirigée par Benguigui, finalement il a rejoint TF1 et je n'ai pas de nouvelles depuis, peut être qu'il y est encore. Donc il cherchait à s'en aller, les gens d'Antenne 2 cherchaient quelqu'un pour le remplacer ; évidemment j'étais trop heureux de rejoindre le service public qui était davantage ma culture.

J'ai rejoins Antenne 2 à une époque calamiteuse : au lieu que l'audience de TF1 s'effondre à la suite du départ des animateurs, elle s'est renforcée de manière considérable. Durant l'été 1987, Mougeotte disait à qui voulait l'entendre, en particuliers à Bouygues et Le Lay : si à Noël on a 35 % d'audience, partant de 40, ce sera un succès. À Noël ils en avaient 45, avec quelques grandes recettes simples : au début ils sont arrivés avec l'idée que la télévision se faisait avec une enveloppe fermée, il y a le budget voté par l'État, il y a la publicité ça fait tant, Antenne 2 fonctionnait, comme TF1, avec 3 milliards par an ou 6 milliards je ne me souviens plus. Je me souviens d'un jour où Le Lay a expliqué dans une réunion de direction "si on veut se payer la finale de la coupe de France qui va nous coûter tant de millions, il faut faire beaucoup d'heures à 50 000 francs" ; en particulier grâce à une émission lancée pendant l'été pour remplacer les émissions de Collaro, Sébastien et Sabatier, dirigée par Jean-Pierre Foucault qui a décidé de tirer au sort

un numéro, si c'était votre date de naissance, vous touchiez 100 000 francs : un pactole jamais distribué par la télévision publique. L'audience de *Sacrée soirée* à explosé : tout le monde regardait et en plus c'était une émission plutôt bien réussie je crois, on ne peut pas dire que j'ai des souvenirs impérissables, j'adore Jean-Pierre Foucault mais bon. Je me souviens d'un jour où Le Lay regarde sa feuille et s'aperçoit que les émissions qui lui coûtent 50 000 francs rapportent 5 millions de publicité, on peut donner 100 000 francs, c'est peu par rapport aux gains publicitaires. Avec quelques règles simples comme celle-ci, en plus ils étaient conseillés par un type qui s'appelle Pierre [inaudible] qui avait été longtemps directeur de la programmation à France 2, un bon stratège de la programmation et du programme, Mougeotte est arrivé, c'est un type raisonnable, tout le staff a été renouvelé et ils ont réussi très bien. En plus, à l'époque, France 2 souffrait d'une crise grave, il y a eu toutes sortes de péripéties, je passe sur les détails, avec Christine Ockrent, qui avait été gérée de façon épouvantable ; une grève à l'heure où tout le matériel était parti pour les Jeux Olympiques de Séoul, dont Antenne 2 avait l'exclusivité pour la France, ils ont revendu les droits à TF1 qui a été trop heureux de pouvoir dire "la télévision commerciale vous offre ce que le service public refuse de vous donner". C'était une période épouvantable, j'ai un peu souffert mais en même temps je participais à la bataille contre TF1. Est arrivée la 5 qui a connu beaucoup de difficultés... ».

*En parallèle vous continuiez de publier les résultats de vos travaux dans des revues scientifiques ?*

« De temps en temps ».

*Soumettiez-vous des articles ou est-ce qu'on vous sollicitait ?*

« On me demandait. J'ai publié des articles un peu plus tard à l'époque où... j'étais rentré à Antenne 2 à l'automne 1987 et à l'automne 89 mes supérieurs jésuites m'ont demandé d'aller travailler à la revue *Études* ; j'étais absolument désolé mais fils d'obéissance je suis allé travailler à *Études* tout en demandant de garder un pied dans l'audiovisuel. J'ai alors travaillé à la présidence de France Télévisions jusqu'en 1995. À la fin de cette période-là, c'était la période Elkabbach, celui-ci ne me demandait plus rien, il avait un groupe de conseillers absolument dément, il y avait [inaudible] qui était venu de chez Berlusconi, qui était passé à la 5 et faisait une entrée fracassante à la télévision publique, un type amusant, il y avait Dominique Wolton, qui était un peu égaré là parce qu'il avait participé à la commission qui était chargée de mettre en accusation la télévision publique dirigée par Bourges, ce qu'ils n'ont pas fait du reste... Quand j'ai dit à Elkabbach "je vais peut être m'en aller maintenant", j'arrivais à 65 ans, il m'a dit "restez 1 an". Pendant cette dernière année, je n'avais vraiment rien d'autre à faire que d'écrire des articles. C'est à ce moment-là que j'ai écrit « Plaidoyer pour la notion d'heures téléspectateurs », « Audience cumulée, audience en entier, audience moyenne », des choses comme ça qui précisaient un peu de méthode. Je faisais ça, à temps très partiel ».

*Quelles étaient les personnes qui vous ont sollicité pour publier ces articles ?*

« Pour Médiaspouvoirs je l'avais proposé à un type qui s'appelle Jean-Marie Charon que je connaissais, parce que c'est un petit monde le monde des sociologues des médias, il m'avait demandé plusieurs fois de faire des interventions auprès de ses étudiants à l'Institut français de presse. Wolton m'a demandé des choses pour le numéro de la revue *Hermès* [11-12], cet article sur le vieux canon de 75, qui a été glorieusement repris dans le book de Daniel Bounoux, c'était un peu comme entrer au Panthéon ».

*Et Dominique Wolton, vous le connaissiez de France Télévisions ?*

« Tout le monde connaît Wolton. C'est un de ces types à la fois exaspérant mais, c'est [inaudible] qui disait "on ne pouvait me voir sans m'aimer". Wolton a un côté aimable. Ceux qui travaillent avec lui souvent se lassent mais pendant un certain temps... Donc à ce moment-là, j'ai fait un certain nombre de travaux, pendant un temps pour Arte, avant que ce soit Arte c'était la 7, diffusé sur France 3 le samedi, des gens m'avaient dit "est-ce que tu pourrais nous aider à comprendre ce qui se passe, l'audience, etc. ". Donc j'allais rencontrer les gens d'Arte, j'ai travaillé un peu aussi pour TV5 mais c'est compliqué : pour travailler sur le public de TV5 il faut se lever de bon matin, c'est diffusé par le câble, donc ce sont des chiffres difficiles à mesurer ; ce qu'on peut essayer de faire c'est calculer des durées d'écoute par auditeur qui sont des chiffres intéressants, non négligeables. En revanche l'audience moyenne est très faible et la part d'audience, calculée sur les durées d'écoute de l'ensemble des téléspectateurs, ça fait des chiffres très faibles, donc il faut réfléchir sur comment procéder, etc. ».

*Que pensez-vous des rapports entre les recherches menées par les praticiens des médias et celles menées au sein du champ académique ? Les universitaires ont parfois l'impression de ne pas pouvoir accéder aux enquêtes professionnelles...*

« C'est aussi par grande ignorance sur la manière dont ces chiffres sont obtenus et encore plus sur la manière de les lire. Si je résume en un mot, tout mon travail a consisté à essayer de compliquer la lecture de ces chiffres, de dire qu'il y a beaucoup de choses que l'on peut en tirer au-delà de la considération de la part d'audience à la Bouygues, si je suis en dessous de l'objectif d'audience l'émission n'a plus sa place dans la grille. On peut réfléchir à d'autres façons et j'essaie de l'expliquer dans un article écrit pour une conférence qui m'avait été demandée par des professionnels des télévisions publiques d'Europe : « Qu'est ce qu'une audience significative ? » ; j'essayais de dire que la part d'audience doit être prise en considération parce qu'en deçà d'un certain seuil votre audience devient insignifiante, mais il est évident que seul ce chiffre ne peut pas asseoir la considération sur une audience de telle émission de service public, donc comment voir à travers ces chiffres toutes sortes d'autres choses ; c'est comme ça que j'ai essayé de réfléchir sur la notion de l'audience en entier, la comparaison des choses sur lesquelles je suis revenu 100 fois, c'était de dire que l'audience moyenne a de l'intérêt, indéniablement même si c'est un indicateur un peu brutal, il faut évidemment le prendre en considération. Ceci dit, l'audience moyenne est un chiffre qui trompe parce qu'on a l'impression, quand on dit que les français regardent la télévision trois heures et demi par jour, tous les gens sont plus ou moins proches de cette moyenne, or c'est tout à fait faux ; j'avais fait un certain nombre de travaux justement dans ces derniers temps où j'étais à la présidence de France Télévisions, qui montraient qu'on pouvait établir une loi sous le signe du 1/3 égal 2/3 : 1/3 des téléspectateurs assurent les 2/3 des heures téléspectateurs ou du temps passé par l'ensemble des gens devant la télévision. Du point de vue de la politique des programmes qui est une politique de service public, il me semble capital de ne pas s'adresser aux gens qui regardent très peu la télévision : si vous regardez très peu la télévision alors vous avez des audiences qui deviennent dérisoires. Et pourquoi ne pas s'adresser à ces gens qui regardent beaucoup la télévision, ce ne sont pas des abrutis a priori, ce sont des gens qui ont moins d'équipements culturels, moins de possibilités de lire, d'écouter des disques, d'aller au cinéma, etc. moins de moyens d'informations, ils comptent sur la télévision pour leur donner un programme très ouvert ; s'adresser à ces gens-là ne signifie pas ne répondre qu'au besoin de divertissement. Si vous faites des émissions, entre guillemets, culturelles, qui répondent aux curiosités, intérêts et désirs de ces gens qui regardent beaucoup la télévision, vous pouvez faire des émissions culturelles qui obtiennent de l'audience. C'est pour ça que cette espèce de partage brutal entre l'audience d'un côté, la culture de l'autre, est une chose scandaleuse, qui montre une ignorance de la manière dont la télévision et la réception fonctionnent. Il y a là quelque chose à défendre de manière forte ».

*Est-ce assez défendu par les gens qui travaillent sur les publics de télévision, que ce soit à l'université où à la télévision ?*

« Je pense que ce sont des choses relativement connues et j'espère que les gens qui travaillent sur les questions de l'audience en télévision sont capables d'expliquer des choses de ce genre ». Il est évident que l'utilisation très forte par les télévisions, les régies publicitaires et les annonceurs des travaux de Médiamétrie font que les recherches plus pointues, fines ne peuvent être que des sous produits. Mais j'estime que ces sous produits sont tout à fait importants et intéressants. Ils permettent de ne pas tomber dans la fameuse dictature de l'audimat. Quand vous êtes responsable d'une chaîne de télévision il est évident que vous allez vous dire, par exemple, "je vais donner davantage d'argent aux émissions qui passent aux heures de grande écoute ; aux heures de grande écoute je ne peux pas mettre des émissions trop difficiles, sauf si je m'appelle Arte" – encore que les émissions d'Arte ne sont pas toujours difficiles, elles sont dans beaucoup de cas passionnantes pour le grand public, et j'appelle grand public les gros téléspectateurs, les heavy viewers comme disent les anglo-saxons. Les émissions d'Arte peuvent faire des résultats d'audience importants. Il est évident que lorsque vous faites des émissions sur la musique contemporaine, les gens qui regardent beaucoup la télévision ne s'intéressent pas à la musique contemporaine et les gens qui s'intéressent à la musique contemporaine ne regardent pas la télévision : à partir de ce moment là vous êtes voué à l'audience confidentielle ».

*Avez-vous eu envie de poursuivre une carrière universitaire ?*

« Lorsque j'ai terminé la thèse, j'y ai pensé. Mais c'était l'époque juste après 68, j'ai soutenu ma thèse en 68 : je devais la soutenir en mai 68, un jury avait été réuni, dans lequel figurait Lazarsfeld, qui était de passage à Paris, il y avait Edgar Morin, Georges Friedmann naturellement [Georges Friedmann a dirigé la thèse de Michel Souchon], Alain Girard. Quand on m'a convoqué il y avait les policiers qui bloquaient la

Sorbonne : c'était la débâcle. La seconde convocation, qui m'a été envoyée par pneumatique, les étudiants qui occupaient la Sorbonne et mes amis m'ont dit... et puis moi par réaction immédiate je ne me voyais pas soutenant ma thèse au milieu de cette espèce d'effervescence. Donc je n'ai pas passé la thèse en mai 68 mais plusieurs mois après. À la rentrée je n'osais pas demander à Georges Friedmann de soutenir la thèse et lui, il était très opposé à mai 68, ne comprenait pas que j'ai refusé d'aller soutenir ma thèse dans un petit local, il m'a fait attendre, et finalement en décembre j'ai soutenu. À ce moment-là je me suis dit comment faire pour continuer car tous les postes avaient été récupérés en 68, c'est une grande victoire de 68 : l'entrée de gens qui étaient devant la porte du Cnrs et idem pour les postes d'université, tous les assistants sont devenus maîtres-assistants, les maîtres-assistants sont devenus maîtres de conférence et les maîtres de conférence sont devenus professeurs. Je me suis dit "où aller ?". Je suis allé voir Jacques Antoine qui dirigeait alors la Sofres et puis finalement je me suis dit pourquoi pas l'ORTF, c'était très intéressant, on y rentrait sans trop de difficultés. Il y a eu un peu des problèmes à un moment où un type [inaudible]... On avait été rattaché aux affaires commerciales et subitement il s'était dit on va appeler ça les études de marché, ça n'a pas duré, il s'est dit un jésuite, qu'est ce qu'on va dire, donc j'ai piétiné pendant quelques jours, finalement je suis rentré et je trouve ça pas mal, je ne regrette rien. J'ai donné des cours de ci de là, pendant un certain temps à Sciences Po., dans le secteur dirigé par Cayrol, j'étais maître de conférences à Science Po pendant 4-5 ans, c'était lorsque j'étais à Études, je n'étais plus qu'à temps très partiel à la télévision.

## **Annexe 8h. Entretien téléphonique avec Dominique Boullier, 3 mars 2005**

Dans le cadre de mes travaux de recherches sur l'organisation des travaux académiques sur les téléspectateurs en France, je souhaite vous interroger en tant qu'acteur de ce domaine de recherches : vous avez travaillé sur les conversations télé. D'une manière générale, il me semble que vos recherches portent sur les usages des nouvelles technologies ?

« Elles ont toujours porté là-dessus, la télévision en faisait partie, ça n'est pas un point annexe, c'est un point particulier ; je suis d'abord un sociologue des usages des nouvelles technologies, c'est mon champ de références. Les nouvelles technologies étant directement reliées aux médias, j'ai été amené à travailler sur les questions médiatiques, puis comme ce sont des sujets qui peuvent combiner des approches anthropologiques ou sociologiques et des études de manipulation, de comportement hommes/machines, on s'inspire aussi de l'ergonomie d'un côté. De l'autre côté, comme ce sont des activités sémiotiques et interprétatives, cela suppose de s'intéresser directement aux contenus, donc une approche aussi sémiotique à ce niveau. J'ai toujours travaillé en ayant au moins 3 approches combinées au carrefour de ces questions là. 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 – et je continue à travailler dessus dans le domaine du web – : comment la communication ordinaire, pour reprendre les termes de Michel de Certeau, mobilise-t-elle des intermédiaires et produit-elle de la connaissance et un certain nombre de ressources ? Les conversations télé étaient un cas particulier dans ce domaine ».

*Pouvez-vous me raconter la genèse de ces travaux sur les conversations télé ?*

« C'était dans le cadre d'un appel d'offres "Communication" lancé par le CNRS en 1986, quelque chose comme ça, piloté par Dominique Wolton ; l'appel d'offres était assez important, beaucoup de monde a répondu. C'était une époque où on pouvait penser, et Dominique Wolton a été un acteur clef dans ce domaine là, qu'il allait se structurer un champ sur la communication et sur les médias en particulier, assez fort grâce à des opérations assez lourdes, encouragées par le ministère et le cnrs. À l'époque, courant des années 80, le paradigme de la communication était assez dominant, enfin émergent mais qui pouvait prétendre dominer, avec des gens comme Morin, etc. Maintenant ce n'est plus le cas, dans les années 90 c'est la cognition. La communication a eu son heure de gloire, mais c'est fini ».

*Pouvez-vous m'expliquer davantage ?*

« La communication est un thème transversal par définition, ce qui supposait une vision institutionnelle et politique très forte et une volonté forte d'un groupe... Il aurait fallu quelque chose de très structuré dans ce domaine, or les initiatives qui ont été prises du côté de la SFSIC, du côté de la communication politique, institutionnelle, sur la stratégie des acteurs, le champ média représenté par Wolton et les gens autour de lui et enfin tout ce qui est lié à l'informatique, qui étaient les sciences de l'information, de l'informatique émergente aux questions de bibliométrie, d'indexation, ces 3 domaines-là, qui auraient gagné à fédérer, qui constituent le socle des sciences de l'information et de la communication au CNU, sont restées séparées en réalité. Elles n'ont pas été capables de mener une stratégie commune, ça s'est traduit notamment par le fait qu'il n'y ait pas eu de section "communication" au CNRS. Dès qu'il n'y avait pas de section CNRS, cela a été un gros échec. Après ce sont des responsabilités personnelles, des gens qui n'ont pas forcément un sens politique, des capacités à créer des compromis, à faire jouer les leviers institutionnels qui conviennent... ».

*Selon vous, Dominique Wolton a joué un rôle clef dans ce domaine*

« À l'époque, à la fin des années 80, c'est le laboratoire Communication et Politique, qui était le laboratoire – il n'y en a pas beaucoup quand même – du cnrs, il présentait une attraction très forte ; mais il était centré sur les médias et toutes les autres activités de communication étaient éparpillées. Mon opération sur les conversations télé était liée à ça ».

*La thématique de la réception était-elle au cœur de ces problématiques émergentes ?*

« Oui, tout à fait. À l'époque, si je me souviens bien, dans l'appel d'offres, j'étais un de ceux qui... il n'y en avait pas tant de réponses qui traitaient vraiment la question de la réception, nous n'étions pas nombreux. Mon approche, c'est pour cela qu'elle a été retenue, était radicalement originale, ça avait plu

et je pense que les résultats ont été un peu à la hauteur... Mais il y avait très peu de gens à travailler vraiment sur la question de la réception ».

*Quelle était votre approche ?*

« Dans les années 80, il y avait des enjeux théoriques plus généraux : toute la domination d'une vision structuraliste non pas au sens levistraussien mais plutôt bourdieusien, de la société, de la sociologie critique... C'était ça qui dominait, mais on était en train de basculer. J'étais, et je suis toujours, depuis que j'ai commencé à faire de la recherche avant les années 80, sur une posture que l'on pourrait qualifier de pragmatiste. Il se trouvait que j'avais déjà travaillé avec des gens comme Louis Quéré, j'étais allé aux États-Unis, je connaissais tous les gens du courant interactionniste, des gens avec une forte composante empirique et de fortes exigences de restitution des activités des acteurs. J'ai travaillé avec Cicourel, normalement je devais aller chez lui aux États-Unis, finalement c'est vers [inaudible] et Gumperz que je suis allé ; c'était la possibilité de mener une approche par la production du sens par les acteurs : des choses assez basiques sur le plan pragmatique, mais tout à fait ignorées ou sous estimées en France. C'était une posture épistémologique différente ».

*Vous avez donc eu accès à tous ces travaux menés aux États-Unis ?*

« J'ai baigné là-dedans et je continue à y baigner, c'était la littérature américaine et pas seulement, parce qu'il y avait aussi des gens d'Europe du Nord qui avaient cette approche là ; mais cela n'est pas spécifique au champ de la communication, ni à celui de la télé ou de la réception des médias, c'est valable pour toutes les sciences humaines en France dans les années 80 : par exemple dans mon jury de thèse il y avait Isaac Joseph, Luc Boltanski... en plus une formation d'anthropologue... Ce sont nécessairement des choses qui créent des décalages vis-à-vis de modèles de théorie critique de la société à la mode de ce que faisait Miège et tous ces collègues là-dessus, sur les structures sociales, les acteurs, les stratégies, la domination, etc. qui sont des choses que j'ai radicalement contesté mais que je n'ai pas passé mon temps à contester : j'ai fait autre chose ».

*Êtes vous parti aux États-Unis en raison de ces approches théoriques contre lesquelles vous vous positionnez ?*

« Non, c'était une obligation pour moi, j'étais déjà dans ces postures là, ça n'est pas un hasard si j'ai suivi les séminaires de Gumperz, si je visais à aller chez Garfinkel ou chez Cicourel, ces gens-là m'intéressaient, j'avais déjà fait des ruptures assez radicales avec la vision d'origine marxiste de la sociologie.

J'ai commencé à faire des recherches sur les nouvelles technologies à partir de 1980, à Rennes, sur le minitel. C'était l'opportunité de travailler sur les technologies de communication, qui est mon champ de départ et ma thèse porte sur les processus de communication, puisqu'en anthropologie urbaine on travaillait aussi sur des processus de communication mais internes à des espaces bâtis, en l'occurrence sur des grandes cités de banlieue. J'avais travaillé sur les groupes adolescents, les relations entre générations. [inaudible] avait quelques modèles communicationnels à ce niveau-là, non négligeables. Étant à Rennes, pour des activités contractuelles j'ai été amené à travailler sur le minitel, les premières études d'usage du minitel démarraient ; c'est à partir de là qu'on a créé tout un tas d'axes dans le domaine des usages des nouvelles technologies. Dans un premier rapport écrit en 1982 – « Autres outils, autres communications » – j'ai publié des articles à partir de là, un des thèmes était : comment la structuration de l'information officielle à partir du minitel correspondait à la logique, à des modèles du comportement ordinaire d'échange d'informations et comment il s'en décalait. 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, même si eux s'étaient limités à la communication politique. Je connaissais ces travaux lorsque j'ai commencé à travailler sur le minitel à Nantes (le terrain était à Nantes). C'était aussi ce que faisait De Certeau dans *L'invention du quotidien*. De Certeau était au carrefour de la sociologie urbaine et de la communication, et son ouvrage sur la communication ordinaire en est un bon exemple même si c'est très modeste, en réalité c'était une bonne piste de travail de ce point de vue là ».

*Comment s'est effectué votre passage de l'anthropologie aux sciences de l'information et de la communication ?*

« En anthropologie, mon directeur de thèse était [inaudible]. C'était quelqu'un qui avait développé tout un modèle pour expliquer comment les rapports sociaux dans des grands ensembles étaient maintenus par des principes de communication, c'est-à-dire un certain nombre de répertoires de classement des gens, des formules d'accusation, des choses très communicationnelles de ce point de vue là. Il se trouve que comme mon objet est devenu les technologies de communication, puisque après le minitel j'ai travaillé sur le câble et d'autres expérimentations, sur les messageries qui émergeaient sur le minitel, puis sur les messageries vocales, la télé-convivialité, j'ai fait tout ce qui suivait comme innovation derrière. Donc c'est le terrain lui-même qui m'obligeait à mobiliser l'ensemble des éléments issus des sciences de l'information et de la communication ».

*C'est donc dans cette perspective que vous avez choisi d'aller écouter la voix des téléspectateurs dans d'autres moments que celui de la réception télévisuelle à proprement parler ?*

« Il y avait deux éléments : il y a l'aspect, car il y avait tout un courant critique des mass media, classique, tout à fait bourdivin de ce point de vue là, que tous les gens d'information et de communication développaient, sauf Wolton. C'est cela qui était intéressant car il faisait l'éloge du grand public, c'était déjà une rupture, mais il n'allait pas forcément voir sur le plan empirique ; ma différence est que j'étais plutôt sur cette position là en disant "arrêtons de prendre les usagers pour des imbéciles, voyons ce qu'ils en font et allons y voir, très concrètement". C'était une façon assez basique et un peu naïve de contrebalancer les théories de la domination, en disant "les gens font des choses". C'est un peu naïf dit comme ça, mais, en réalité ça s'inscrivait dans des principes de pragmatique qui consistent à dire que le sens de ce qui se passe se construit dans la situation avec des activités interprétatives partagées. Il est clair que ma tradition anthropologique fait qu'il fallait que je cherche des terrains où je puisse voir ce travail en cours ; cette exigence empirique est toujours extrêmement forte pour moi. À partir de ce moment là il y avait des problèmes méthodologiques sérieux ; toute ma démonstration consiste à dire : "La réception ne se passe pas devant le récepteur de télévision" ; la vision de la réception frontale, dans la situation où on reçoit le message qui percute, c'est une vision qui n'a pas grand sens, car ce sont des choses beaucoup plus construites préalablement, qui se prolongent par ailleurs, donc c'est une chaîne d'interprétations,. Cela rejoint des grandes traditions sémiotiques, à l'époque je me suis mis à lire aussi Greimas, Eco, etc., ce sont des gens qui avaient pensé l'activité du récepteur d'une part, et d'autre part, tous les problèmes d'intertextualité d'interprétation. C'est un autre courant qui peut rejoindre l'herméneutique par certains côtés, mais qui était possible à partir de là ».

*Vous évoquez aussi la construction de communautés télévisuelles via ces conversations télé, une idée plutôt nouvelle à la fin des années 80, que l'on retrouve dans les travaux de Daniel Dayan et Elihu Katz sur les cérémonies télévisuelles*

« J'ai évité d'employer le mot "communauté" que je n'aime pas, vous ne le trouverez sans doute pas sous ma plume, parce que, en effet, c'est Katz et Dayan qui l'ont formalisé par la suite avec les communautés d'interprétation. Je ne l'ai pas employé délibérément puisque je travaillais plutôt sur la constitution de l'opinion publique. Mon point de vue était de dire qu'il y a de la construction de l'opinion publique. Pourquoi ? D'un côté on avait complètement fractionné le récepteur en le mettant comme individu – c'est le cas de la mesure d'audience aussi – face à son écran, on n'avait plus rien, on n'avait plus que le message tout puissant, mais on avait ce que j'appelle réifié la situation de réception. En réalité ça n'est pas aussi positif que ça : j'ai toujours été en rupture avec toute sociologie positiviste, les phénomènes ne sont pas ce qui nous est donné par les sens, il y a un travail à faire et les acteurs eux-mêmes le font. De l'autre côté, ils ont dit, comme certains travaux que Katz a fait sur Dallas, "la réception c'est les communautés juives américaines, etc.", on les identifie par des propriétés en disant "c'est parce qu'ils sont de cette communauté là qu'ils en disent quelque chose". Là non plus je ne suis pas du tout persuadé que l'on ait gagné quelque chose. On a réifié autre chose, c'est-à-dire l'idée de communauté, mais je ne m'en rendais pas compte ; c'est seulement depuis quelques années que je me rends compte que ce que j'ai fait c'est du Tarde ; mais, je ne savais pas ce que je faisais parce qu'à l'époque tout le monde crachait sur Tarde, sauf Isaac Joseph et sans doute grâce à lui j'ai pu comprendre le lien parce que lui au moins avait compris quelque chose avec Tarde. L'idée est que ce n'est pas en passant à des paradigmes de la communauté qu'on change grand chose, puisqu'on fige les frontières de la communauté, on ne comprend pas comment se construisent les communautés elles-mêmes et comment elles communiquent entre elles.

Je connaissais les travaux de Simmel sur l'ensemble des cercles sociaux, il me semble que c'était une bonne référence, ce sont des travaux que je connaissais plus à l'époque, Tarde c'était presque interdit de le lire. Ce genre de choses est assez significatif de modes intellectuelles qui évoluent aussi, ou de clivages dans lesquels on est, et on ne se rend pas compte forcément qu'on est en train de refaire des choses qui ont été faites. Mais l'idée c'était bien pour moi, par rapport à la communauté, de dire "ça circule dans des groupes qui sont hétérogènes" : précisément, ce que je montre dans mes travaux, c'est que la communauté se définit tout le temps ; ils sont ensemble, pour des raisons qui font que leur statut, leur métier les obligent à être ensemble. Hiérarchiquement ils sont déjà éventuellement dans des statuts différents, politiquement, culturellement il y a des hétérogénéités, ils vont travailler à construire ça tout le temps, ils vont construire ce qu'on appelle plus classiquement un monde commun provisoire, qui en réalité constitue des portes d'entrée pour faire la circulation avec d'autres milieux, mais qu'on ne connaît pas. Ils ne sont pas fermés dans leur communauté, au contraire ils vont ensuite en retrouver d'autres, comme un des gars que je cite, un amateur de vieilles voitures : il va être dans sa communauté de vieilles voitures, il va avoir une reformulation, un autre travail, ce qu'il aura fait dans son travail d'élaboration, d'interprétation de messages télévisuels dans son autre groupe professionnel va contribuer à avoir déplacé sa façon de voir le problème, le contenu de l'émission télé dont il va reparler ailleurs. Donc c'est plutôt dans ce chaînage des situations collectives que se constitue l'opinion publique que dans un renvoi à des idées de communauté positive. Il n'y a ni une situation positivée de réception individuelle, ni des situations positivées de communautés qui seraient prédéterminées, dont on pourrait faire le tour, à propriétés constantes, etc. Ce sont des visions trop simplistes du fonctionnement social ».

*Cette perspective de recherche a-t-elle été suivie dans d'autres travaux ?*

« Non. C'est un peu ça le problème. C'est un des grands regrets : le seul auteur qui ait un peu travaillé dans mon sens c'est James Lull, qui lui était allé voir chez les gens directement. Je n'étais pas d'accord avec cette méthode là, mais bon, pourquoi pas, il fallait expérimenter des choses aussi. Le problème est que je suis persuadé – et je l'ai dit à Wolton, on était d'accord là-dessus, mais on n'a rien fait pour – il aurait fallu refaire ces études là dans des environnements différents, avec des méthodes assez voisines, en les adaptant aux circonstances éventuellement, et je suis persuadé, encore maintenant qu'on en retirerait plein de choses. Je viens d'écrire un article qui va être publié dans *Communications et Langages* sur les questions des previews, etc. où je réaffirme qu'il y a d'autres pistes pour appréhender ce qui se passe dans la réception, qui ne sont pas seulement le fait d'observer des gens face à leur poste ».

*Pourquoi l'étude n'a-t-elle pas pu être reconduite ?*

« D'une part je n'ai pas poursuivi activement dans cet axe là, j'ai fait d'autres travaux sur la télé, plus classiques sur le plan de la méthode : on interviewait des gens, on les mettait en situation de répondre, mais on travaillait sur les formes de leur discours, c'est publié dans l'ouvrage *La télévision telle qu'on la parle*. Après je n'ai plus rien fait pendant 7-8 ans parce que j'étais sur d'autres thèmes, j'ai repris les travaux sur les questions d'étude de réception, à partir des méthodes des previews, la façon dont on formalise le récepteur dans un certain nombre de dispositifs, en travaillant aussi sur les méthodes d'audience et en travaillant aussi sur les méthodes de calcul, centrées sur le web cette fois. Mais, les problématiques sont les mêmes méthodologiquement. Donc j'ai laissé ça en friche pendant un moment et j'ai beaucoup regretté, ce sont des choses qui m'auraient passionné, mais il n'y a pas eu d'efforts dans ce sens-là, sur les médias après vous savez il n'a pas eu beaucoup d'initiatives. Il a fallu que je me batte quand j'étais à la direction STIC du CNRS pour le programme qui s'appelait... communication... et dans lequel il y a eu en 2000 un débat pour dire "comment on va réintroduire les médias". Tout le monde académique fuyait les médias : les gens ne considèrent pas que c'est un objet noble de ce point de vue là. Le CNRS considère ça comme zéro. Heureusement, il y a quand même des gens qui ont de la notoriété, des gens comme Jost, sur la télévision ça devient un peu incontournable, ils disent quelque chose qui tient la route, mais au CNRS ça n'a pas d'existence, nulle part. 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. De plus, Wolton a réussi à se faire des ennemis partout personnellement, même quand on le soutient, c'est ça qui est grave, il s'est complètement isolé, son labo est en perte de vitesse complète donc le seul appui de travail sérieux sur les médias a disparu, il n'y a plus que des individus qui travaillent dans leur coin, qui essaient de faire des choses. Institutionnellement c'est un gros échec, c'est vraiment très dommage. Il faut bien voir que le point d'appui central de la stratégie pour instituer la communication et en particulier

les médias c'était le labo. de Wolton, et quand ce labo est allé à la dérive, ça signifiait clairement qu'il y avait un gros échec : le gros échec était de ne pas avoir réussi à créer une commission au CNRS. 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, mais le CNU, il y a des sections sciences de l'éducation qui sont aussi ridiculisées par le milieu académique, etc. et les SIC tombent dans le même truc, elles sont dévaluées hiérarchiquement par l'ensemble de la communauté ».

*Les travaux menés par les sociologues des médias ne pourraient-ils pas dynamiser ce domaine de recherches ?*

« C'est un domaine qui a fait regagner de la légitimité, je pense notamment aux travaux d'histoire qu'a fait Cécile Méadel. Ce sont des travaux qui eux sont dans un autre courant, carrément hors du champ des SIC, qui ont d'autres paradigmes et qui ont des paradigmes forts, c'est ça qui est intéressant puisque c'est au centre de sociologie de l'innovation, ce sont des choses très fortes qui apportent carrément autre chose. Il y a tous les aspects liés à des gens comme Jost, qui sont dans la tradition sémiotique issue du cinéma avec Christian Metz, toute cette filiation a gardé quand même... Elle est en marge parce qu'elle est plus proche des études littéraires par certains côtés, mais ces gens là sont des cas par cas, ils n'ont pas réussi à faire des écoles, par contre ils ont des paradigmes forts sur les questions de sémiotique du cinéma, sur les questions de médiations, autour des médias, à travers ce que fait justement Méadel, là il y a des choses qui ont gardé un peu de visibilité ».

*Vous parlez des travaux menés par François Jost, mais ce ne sont pas vraiment des enquêtes empiriques de réception ?*

« Oui, mais ça n'est pas très grave de s'obséder sur la réception. Il n'y a pas de vrai travail, à part ce que fait Dayan, bien entendu, effectivement ce sont des choses très très sérieuses, c'est ce qui se fait de mieux certainement en France dans ce domaine. En dehors de ça vous avez très peu de gens qui vont faire des approches théoriquement fondées, ils ont tendance à dire "on va aller voir les récepteurs". Or, il faut bien voir que ce champ est tout de suite parasité par le fait qu'il y a des mesures d'audience, des cabinets, qui étudient ce que les gens regardent, pourquoi ils regardent. Paradoxalement, c'est un monde archi balisé sur le plan des études opérationnelles. Donc, on a du mal quelquefois à s'en distinguer sur le plan académique parce que, très vite, si vous entrez dans une logique d'analyse de la réception, on va vous dire que vous venez alimenter les études d'audience. Donc avoir un point de vue qui soit théoriquement original, une méthodologie rusée et adaptée à ce point de vue théorique, qui pourtant prenne le point de vue du récepteur mais qui ne soit pas... Cela fait beaucoup de conditions, dans un milieu qui dans l'ensemble est un peu sinistré sur le plan institutionnel. L'état du champ sur les médias est un ratage de la communauté, à mon avis. On voit qu'un paradigme proche comme celui de la cognition, il y a eu des gens derrière qui ont su inonder l'ensemble du marché académique si j'ose dire, et prendre des positions de force sur le plan institutionnel, avec des instituts, des diplômes, des référents, ils ont profité de cette vague là pour prendre des positions institutionnelles très fortes. La communication n'a pas su le faire dans son ensemble, et en particulier les médias ».

*Vous disiez avoir laissé ce terrain de recherches sur les conversations télé en friches pendant quelques années, puis y revenir depuis peu : la publication de l'ouvrage *La télévision telle qu'on la parle* en 2003 s'inscrit-elle dans cette dynamique ?*

« Oui. 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 ; à ce moment, j'ai repris ces études, sommairement, avec une introduction un peu plus musclée et j'ai écrit quelques articles dérivés, par exemple dans Réseaux ; il se trouve aussi que j'avais repris une étude sur la question de la réception pour France Télécom, sur l'analyse des méthodes de prise en compte du récepteur, c'est à cette occasion que j'ai remis le chantier sur la table. C'est très lié à ma vision de la problématique des usages des technologies de l'information, nécessairement il fallait que j'ai un volet réception suffisamment solide. Celui-ci est en train de se monter théoriquement parce que ça continue à avancer un petit peu, et surtout je prolonge les travaux sémiotiques, des projets de narratologie, etc. ça commence à prendre forme. De l'autre côté, ça se monte institutionnellement : je suis en train de pousser dans mon laboratoire des usages à la Cité des Sciences à une extension avec un partenariat avec Médiamétrie sur les questions d'étude de réception, avec des méthodes dont celle que vous évoquez avec les boîtiers, etc., couplées à d'autres technologies : toutes ces méthodes vont être mises en place sur une grande échelle. Mon idée est de monter une plate-

forme technique qui soit une forme d'attraction de certains chercheurs et notamment d'étudiants qui pourront mener des travaux avec les outils qui conviennent et qui rendent visibles ce travail, parce que paradoxalement pour que ça existe dans la tête des décideurs et du champ académique il faut qu'il y ait des choses qui se voient ».

*Précisément, de quoi s'agit-il ?*

« Il va falloir du matériel, des professionnels... Le projet existe déjà en l'état puisque nous faisons de la sémiotique, de l'étude de contenu de certains éléments de télévision interactive mais c'est beaucoup plus centré ergonomie que sémiotique, on garde des volets sémiotiques mais on n'est pas assez costaud pour le moment. En revanche la question de la réception des contenus est absolument indispensable à traiter dans les produits sur lesquels on travaille. Donc, j'ai déposé un projet dans le cadre du pôle de compétitivité Ile-de-France qui sera l'UTAXL, "extra large", qui comporte un seul volet énorme sur la question de l'analyse de la réception. Médiamétrie, Canal + et l'INA sont partenaires dans cette affaire. Le projet est déposé, il faut attendre le résultat des courses fin juin ; ceci dit, même si je ne l'obtiens pas dans ce cadre, je ferai vivre le projet autrement, j'ai d'autres pistes pour le faire financer. Ce projet pourrait être en place fin 2006 au plus tôt.

Il y a des thèmes légitimes, classiques que tout le monde revisite en permanence, qui ne produisent pas forcément grand-chose. Pour faire émerger des nouveaux thèmes, les légitimer, ceux qui ont des postures méthodologiques particulières, il faut faire ce que j'appelle cet effet plate-forme, c'est-à-dire créer des effets de visibilité qui sont méthodologiquement justifiés. On est en train de devoir passer à des sciences humaines équipées : les technologies informatiques permettent maintenant de faire des traitements, de valider les énoncés qu'on prononce à un niveau qui n'était pas du tout celui qu'on avait auparavant. Par exemple, si je devais récupérer mes entretiens sur les conversations télé, je mettrais en place des outils de traitement de contenu, qui existent et sont opérationnels, d'un autre niveau et qui me permettraient de valider mes énoncés et l'ensemble de mes interprétations, et sur des échelles quantitatives qui permettent de traiter de grandes quantités de choses, à condition d'avoir toujours la théorie forte derrière. S'il n'y a pas de théorie forte, les résultats seront minables. Mais si vous avez une théorie forte et que vous n'avez pas derrière les outils de validation, si vous vous contentez de faire un peu de littérature et de broder sur quelques exemples, ça reste peu crédible pour les professionnels du secteur mais surtout dans le domaine académique. Il faut s'obliger à passer au quantitatif, à des modes de validation qui ne soient pas seulement quantitatifs mais aussi formalisés à partir de données et d'indicateurs très précis, cela nécessite des outils de traitement, de mise en forme, de captation des données, d'écriture, de codage, etc. Donc il faut une grosse puissance informatique, modélisatrice qui ne perde pas, je dis ça d'un point de vue d'anthropologue, le côté qualitatif ».

## **Annexe 8i. Entretien téléphonique avec Brigitte Le Grignou, 12 septembre 2006**

*Pouvez-vous restituer vos premières incursions dans le domaine des études de réception télévisuelle ?*

« J'ai réfléchi, j'ai essayé de ne pas céder à la tentation de réécrire l'histoire, de produire une cohérence biographique à tout prix. Dans le premier travail qui aborde un peu cette question de la réception, le papier que nous avons écrit avec Érik Neveu sur Questions à domicile, on abordait cette question sans l'avoir formalisée, sans l'avoir explicitée. On faisait comme Monsieur Jourdain : de la réception, sans le savoir. Notre point de départ c'était de travailler sur l'émission ; nous ne voulions pas nous contenter des intentions des animateurs, des journalistes, des producteurs. Nous avons été amenés à nous interroger sur les conditions de création de ce type d'émission ; nous nous sommes aperçus que, même si les animateurs, les producteurs, les émetteurs en savaient peu sur leur public, ils travaillaient toujours avec en référence ce qu'ils imaginaient du public et de ses attentes. D'où cette idée de préméditation des réceptions. C'était plus une préméditation du succès ou de l'échec de l'émission. Mais, c'est comme ça que la question de la réception est venue. 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 pris en compte pour parler d'une émission, a fortiori de ses échecs. Pratiquement tous les travaux sur les émissions de télévision, a fortiori les émissions politiques, la politique télévisée au sens très large (information ou émissions), s'intéressent aux effets. Aux effets des campagnes électorales, des émissions politiques, de l'information... que ce soit explicité ou non dans le projet. Il y a toujours un postulat ou un présupposé des effets. On imagine, on présuppose toujours que ça a des effets importants sur les électeurs, les citoyens, que ça va contribuer à les déstabiliser, etc. Je crois que ce postulat des effets est un des points de départ de mon intérêt pour la réception. Sans faire une enquête en réception, on n'a pas fait d'enquête sur la réception par des citoyens ordinaires de cette émission, on s'est aperçus, tout simplement en lisant des articles dans les journaux, qui rendaient compte de cette émission, qu'il y avait déjà des lectures différenciées possibles, par des journalistes, par des citoyens ordinaires. Ce, en faisant de petites enquêtes complètement informelles, très rapides, autour de nous. On s'apercevait que cette émission n'était pas perçue de la même manière par nos collègues de l'université, par des amis qui s'intéressent beaucoup moins à la politique, ou par des gens qui ne s'y intéressent pas du tout. Par exemple, les murs couverts de livres chez les Rocard : nous, évidemment, par une forme d'ethnocentrisme de classe, nous l'avions interprété comme une volonté de faire "cultivés" ; en fait, ces murs couverts de livres pouvaient très bien être vus, lus comme un appartement très désordonné : "Il y a des livres partout". C'est le travail sur l'émission qui nous a amené à nous interroger sur les réceptions différenciées, sans faire d'enquête. Ce sont aussi les échecs, le fait que cette émission n'a pas réussi à atteindre véritablement le public visé, qui était un public plutôt cultivé, compétent sur le plan politique ; en fait, cette émission a atteint un public de personnes âgées dont on peut faire l'hypothèse qu'elle n'a pas un fort capital culturel. Cet échec du public visé nous a fait nous interroger sur les réceptions différenciées, puis sur les conditions de réception, en fonction des groupes sociaux. C'est ça la première sensibilisation à la question de la réception.

À cette première sensibilisation il y en a eue une autre, peut-être plus floue encore... Là je restitue l'histoire donc cela paraît clair et cohérent ; mais, à l'époque, dans ma tête, c'était beaucoup moins précis que cela. La deuxième sensibilisation est une forme d'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" ».

*Ces idées étaient encore très présentes dans les esprits des années 80 ?*

« Oui et non. De façon moins explicite que dans les années 40 ; il n'y a plus trop de titres du type Le viol des foules par la propagande. Mais, en même temps, c'est peut être une idée encore plus efficace parce qu'elle reste non-dite : elle est sous-jacente. Quand on parle des effets néfastes de la télévision, de ses dangers, il y a toujours cette idée que la télévision produit des effets très puissants le chewing-gum des yeux, les effets, la propagande... Cela repose toujours sur cette idée présupposée que la télévision produit des effets puissants, durables massifs et uniformes : les mêmes effets sur tout le monde. C'est ce qu'on avait appelé en plaisant avec Neveu l'effet bronzage : on est exposé et hop on est bronzé ! Vous me demandez si cette idée est toujours prégnante, encore une fois, ça n'est pas la forme caricaturale, mais, elle sous-tend toujours un certain nombre de travaux ou, pire encore, de réflexions sur la télévision. Les groupes les plus critiques des médias aujourd'hui, par exemple Acrimed, reposent sur cette idée-là. Deux

choses me posent problème dans cette idée : 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. C'est pour moi un des grands apports de la perspective de la réception, qui par ailleurs est critiquable sur certains points, c'est le fait d'avoir exigé de travailler sur les publics réels et la façon dont ils reçoivent avant de parler des effets supposés. Cette perspective des effets puissants, massifs, uniformes me dérange pour une deuxième raison : ce sont des effets qui s'exercent plutôt sur les autres. On retrouve une forme de regard ethnocentrique : 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, des personnes qui... Par exemple, une enquête sur le Téléthon a montré que des personnes qui avaient téléphoné pour promettre un don prenaient toujours énormément de distance par rapport à l'émission quand elles étaient invitées à restituer la genèse de cette décision : "C'est pas parce que j'ai regardé l'émission que j'ai décidé de donner, je l'avais décidé depuis bien longtemps ; quand j'ai téléphoné je n'étais pas en train de la regarder". En revanche, ces mêmes personnes estiment que c'est une émission importante parce qu'elle peut inciter à donner. C'est un effet qu'un chercheur américain avait repéré sous le nom d'effet de troisième personne : l'effet des médias de masse s'exerce sur les autres, sur les tiers, et pas sur soi-même. Cet agacement par rapport aux idées sur les effets m'a sensibilisée aux travaux sur la réception ».

*Quel sont les ouvrages ou les chercheurs qui ont pu vous influencer sur ces questions à ce moment-là ?*

« Je n'arrive pas bien à me souvenir précisément des dates. J'ai été impressionnée par deux textes en français ; je ne sais plus dans quel ordre je les ai lus. Il y a le texte de Dayan dans *Le Débat*, mais vous me faisiez remarquer qu'il date de 92. Ce texte m'a fait beaucoup réfléchir car j'ai compris combien ce que j'avais pu repérer pouvait faire système. Je voyais qu'il y avait une sorte de courant, peut être pas encore bien constitué, mais il y avait une cohérence, des travaux importants du côté des Cultural Studies, etc. Il y a un autre texte qui m'avait beaucoup frappée à l'époque, c'est le livre de De Certeau. J'y ai trouvé des références théoriques très solides. Je n'étais pas complètement convaincue par son mode d'écriture poétique, utilisant beaucoup de métaphores, mais j'ai trouvé ça très fin, très puissant, très nouveau. J'avais été très impressionnée ».

*Est-ce que vous participiez aux activités du Groupe de Recherche « Communication » du CNRS, dont les membres diffusaient un certain nombre de travaux sur la réception ?*

« Non. J'ai participé, mais il me semble que c'est plus tard, à un groupe de réflexion et de recherche sur les publics, animé à l'EHESS par Daniel Dayan, Dominique Pasquier, Sabine Chalvon-Demersay, Dominique Mehl. Mais je pense que c'est plus tard ».

*Dans quel cadre institutionnel l'enquête sur Questions à domicile a-t-elle été menée ?*

« En fait c'étaient des intérêts personnels. J'étais à Rennes à l'époque, donc nous étions collègues avec Érik Neveu. On travaillait ensemble en science politique, on avait des approches relativement proches. Donc on a décidé de réfléchir ensemble sur des émissions politiques : un travail universitaire, classique, non financé ».

*Avez-vous poursuivi ces travaux ? Quel est le lien avec l'écriture de l'ouvrage Du côté du public plusieurs années après ?*

« D'une certaine façon, j'ai continué un peu toujours, mais pas forcément de façon très systématique. J'ai commencé à lire les enquêtes des anglais, j'ai commencé à m'intéresser aux travaux de Chartier sur la lecture. Je voyais là aussi une façon de faire fonctionner cette étude de la réception, en sortant des médias.

Ensuite j'étais dans un groupe de recherche avec des gens d'information et de communication : le Gram. Je participais à leurs réunions et à leurs travaux. Je viens de science politique, il n'y a pas beaucoup de gens en science politique qui travaillent sur la communication et sur les médias, à l'époque en tout cas. Donc cela m'intéressait d'avoir des contacts avec des gens dont c'était la spécialité. On m'avait demandé de faire un point sur ces travaux sur la réception. Et je me suis aperçue en faisant ce point, c'est peut être aussi en rapport avec les premiers travaux assez critiques que j'ai lu... De façon assez paradoxale, la première véritable réflexion que j'ai publiée sur les études de la réception est une sorte de bilan des

critiques qui ont pu leur être adressées. En revanche, le texte « La réception des médias, un mauvais objet ? » est moins critique : je m'interroge sur la force et la pertinence de cet objet mais je finis par conclure à sa pertinence. C'est à la suite de ces réflexions et aussi à la suite – mais je crois que c'est le lot de beaucoup d'ouvrages universitaires – d'un séminaire que j'ai enseigné pendant plusieurs années à Dauphine, puis à Paris 1 dans le cadre du DEA de communication de Lucien Sfez. Cela m'intéressait de nourrir ce séminaire avec des approches nouvelles : j'essayais de rompre avec l'attendu qui existe quand on parle de communication politique, cette sorte d'attente des étudiants sur la manipulation, etc. J'ai voulu partir de travaux qui en prennent un peu le contre-pied. Je voulais voir les apports de ces travaux, les limites, ce qu'on peut en faire, comment on peut travailler sur d'autres objets. Donc c'était un séminaire sur les publics : le public sollicité, mobilisé, mis en scène, actif ».

*Cet ouvrage est pour moi le seul en France qui traite aussi directement de la réception télévisuelle, a fortiori sous forme de bilan : il semble répondre à une attente dans le champ académique français*

« Cet état des lieux et cette transposition à d'autres objets aurait pu ou du être fait par Daniel Dayan. Je pense que Daniel Dayan est un personnage central, parce que c'est lui qui a introduit en France et commenté les travaux anglais. Il avait une connaissance de ces travaux, qu'il a toujours, très importante, qui n'est pas du tout la mienne. Son approche m'a beaucoup aidée. Daniel Dayan a écrit des articles mais pas d'ouvrage : il n'y a pas eu l'effet de masse que peut produire un ouvrage ».

*Pour quelle raison selon vous ?*

« Je ne sais pas très bien. Il faudrait lui demander. Ce que j'ai pu apporter de spécifique ou de différent par rapport à Dayan ou par rapport à des chercheurs de formation de communication qui a priori étaient plus proches que moi de cet objet, c'est la transposition à d'autres objets. Ce qui m'intéressait était de faire travailler les mécanismes et les concepts. En particulier, je suis intéressée par l'idée de transposer cette perspective de la réception des médias ou de la télévision à la politique par exemple, pour déboucher sur un « nouvel objet », entre guillemets car ce n'est ni un objet ni nouveau, qui serait la politique par le bas. C'est une perspective sur laquelle je voudrais travailler maintenant. Ce qui permet de penser les approches hétérodoxes, de s'intéresser aux désintérets, de voir ce qu'il y a derrière la distance, les personnes qui affichent une distance avec la politique, les codes qui confèrent du sens à des pratiques qui apparemment en sont dénuées ».

*C'est une forme de réception qui n'est pas seulement médiatique ?*

« Voilà, avec une approche beaucoup plus ethnographique, avec une prise de distance par rapport aux seuls énoncés, une attention aux formes, aux pratiques. Dans le sillage de Chartier, notamment de son ouvrage *Les origines culturelles de la Révolution française* qui m'a beaucoup inspiré, plus largement ses travaux sur la lecture, très stimulantes intellectuellement. Pour moi, c'est une sorte de modèle ».

*Je fais un retour sur les travaux menés avec Érik Neveu et publiés à plusieurs reprises dans Réseaux. La revue vous avait sollicitée pour publier ces résultats ?*

« Je ne me souviens pas bien. Je crois que pour la publication dans le recueil *Sociologie de la communication* on nous avait demandé une actualisation. Il y avait des références un peu datées. Mais je ne pourrais pas vous en dire plus. Je me demande, en vous parlant, mais je n'en suis pas sûre, si notre papier n'avait pas été intégré dans le chapitre sur la réception justement parce qu'il n'y en avait pas beaucoup. En fait, c'est vrai qu'en France à l'époque, et toujours maintenant, il n'y a pas beaucoup de travaux théoriques, a fortiori d'enquêtes empiriques dans cette perspective de la réception. Je pense que cela peut être une explication ».

*Pour finir, que pensez-vous de l'avenir des études de réception ?*

« À la fin des années 90 et au début des années 2000, il y a un double mouvement un peu paradoxal. À la fois une critique sur la réception, sur son avenir ; par exemple le papier de Quéré se demandant s'il faut abandonner les études de réception ; de même le papier introductif de Pasquier dans le *Sociologie de la communication de Réseaux* s'interroge un peu sur leur avenir. En même temps, on assiste à la publication de travaux, à l'affirmation d'intérêts pour la réception : je pense, outre mon livre, au « *Repères* » d'Esquenazi, *Sociologie du public*, qui ne s'intitule pas « réception » mais qui est dans une perspective proche (intérêt pour les pratiques des publics). Il y a aussi le colloque transdisciplinaire

organisé à Versailles Saint Quentin par une politiste, Isabelle Charpentier. Les actes du colloque ont été publiés récemment, je l'ai sous les yeux : Comment sont reçues les œuvres. Il y a des travaux de théoriciens de la littérature ; une des pistes vivantes de la réception aujourd'hui c'est la réception des œuvres littéraires. Il y a des travaux de sociologues de la lecture. Je pense à l'ouvrage de Mogé Polliac Pudal Histoire des lecteurs, à l'enquête de Coloival et Neveu sur le roman noir. Ce sont des enquêtes intéressantes car elles sont dans une perspective sociologique qui s'inspirent complètement de la perspective de la réception. Ce sont très beaux travaux Toute cette direction, sociologie de la lecture, sociologie de la réception des œuvres me paraît très intéressante. En ce qui concerne la réception des œuvres télévisuelles, il y a toujours des chercheurs, en l'occurrence des chercheuses qui s'intéressent à ça et sont susceptibles de réactiver des travaux, mais je ne connais pas vraiment leurs projets, c'est Dominique Pasquier et Sabine Chalvon-Demersay. Dans une perspective d'une analyse des débats à la télévision, il faut suivre ce que fait Dominique Mehl. Il y a un autre courant, mais là je suis en train d'inventer ou de fantasmer l'histoire à venir, qui m'intéresse vraiment personnellement, ce sont les transpositions à la politique. L'avenir de la réception ? Je crois que ce qui a été fait en France c'est moins la consolidation ou l'imposition d'un courant homogène qui pourrait prétendre au titre de sociologie de la réception, que une sensibilité à une perspective, la nécessité de s'intéresser aux pratiques, aux publics, à des lectures pas forcément orthodoxes. C'est un intérêt qui vient de chercheurs d'information et communication, de gens qui s'intéressent à la télévision, au cinéma ou à la radio, de sociologues qui s'intéressent à la lecture, de politistes. Cela vient aussi sans doute d'historiens dans le sillage de Roger Chartier. C'est approprié par des chercheurs différents, pour des objets différents. C'est plus un regard, une perspective, un point de vue que quelque chose de véritablement cohérent ».

## **Annexe 8j. Entretien téléphonique avec Patrice Flichy, 20 septembre 2006**

*Pouvez-vous me raconter la genèse du Groupe de recherche Communication et le rôle que vous avez joué dans sa création et son animation ? Quels étaient les liens avec le Cnet et avec la revue Réseaux ?*

« Je n'ai pas les dates sous les yeux... Je suis rentré au Cnet à la fin de l'année 1982, pour y créer un laboratoire de sociologie. Il nous est apparu au bout de quelques années, je dirais que ça devait être vers 86-87, que 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. Vingt ans après ça peut paraître étrange, les travaux académiques portaient sur le cinéma, très peu sur la télévision, a fortiori pas du tout sur le téléphone. 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 pense à Pierre Chambat par exemple ».

*Appartenaient-ils tous à votre réseau de connaissances préalable ?*

« Oui. La revue Réseaux est créée vers 1983, à l'époque c'était une sorte de bulletin associé à un séminaire. Pendant les quinze-vingt premiers numéros, les articles n'étaient pas originaux, c'était la reprise d'articles publiés ailleurs. Ce séminaire était un lieu de rencontre pour un certain nombre de chercheurs travaillant à Paris sur ces questions de la communication. Cela pouvait être des théoriciens : au démarrage, les premières années, Michel de Certeau venait assez régulièrement. On s'est dit qu'il était important de créer une structure, pouvant aussi mobiliser le CNRS, car le CNRS était tout à fait absent dans ces domaines, donc on a réuni des chercheurs avec lesquels on avait déjà l'habitude de travailler dans ces séminaires ».

*Est-ce que cette initiative a croisé les programmes de recherche « Communication » du CNRS piloté au même moment par Dominique Wolton ?*

« Non, pas du tout. Aucun rapport. Je dirais qu'il y a très peu de chercheurs CNRS travaillant sur la communication : la plupart d'entre eux ont rejoint le GDR. L'initiative de Wolton est beaucoup plus générale, peu présente et mobilisant très peu la dizaine de chercheurs CNRS travaillant dans ces domaines ».

*Quels étaient les axes de recherche privilégiés par les membres du GDR ?*

« Je vous ai décrit les trois axes sur lesquels on travaillait : axe plus théorique, axe sociologie des médias et axe sociologie des télécoms et de l'informatique. Les principales activités du GDR ont été de reprendre Réseaux. C'est le moment où Réseaux, qui était une initiative du Cnet, devient l'initiative d'une communauté plus large, avec des liens assez étroits entre le GDR et la revue ; le GDR organisait une université d'été annuelle, qui a parfois donné lieu à des numéros de Réseaux. Par exemple le numéro 60, sur les médiations, est la reprise d'une université d'été, le numéro double "Sociologie de la télévision en Europe" qui est la reprise d'un colloque que nous avons organisé à Paris ».

*Le Cnet a également co-financé des recherches sur la réception télévisuelle, comme celle sur le zapping menée par Chantal de Gournay, du Cnet, Gisèle Bertrand, de l'Ina et Pierre-Alain Mercier. Deux d'entre eux étaient membres du GDR : cet axe de recherche a-t-il eu une place importante à ce moment-là ?*

« C'était l'un des axes, d'autant plus que le laboratoire du Cnet s'appelait "Sociologie des télécommunications", donc on s'intéressait à la question des usages, notamment en rapport avec la télévision par câble qui était balbutiante. Également, il y a le travail de Dominique Boullier financé par le Cnet-Rennes. 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 ».

*Le GDR n'existe plus à l'heure actuelle...*

« Non. 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. Quand on a abandonné, il y avait un projet de création d'un laboratoire commun entre le Cnet et le CNRS mais il n'a pas abouti. Quelques chercheurs CNRS sont venus travailler au Cnet, mais la création d'un laboratoire commun n'a pas pu se faire. Par ailleurs, il y a depuis cinq ans le GDR « Tic et société », animé par Frédéric Moati, donc le Cnet est également membre. Christian Licoppe, mon successeur au Cnet, fait parti du bureau de ce GDR ».

*Je reviens sur la revue Réseaux : elle apparaît comme celle qui a publié le plus d'articles sur les téléspectateurs en France. S'agit-il de l'effet d'une politique éditoriale ?*

« 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. La recherche universitaire étant plus diversifiée. Incontestablement il y a eu un moment fort : de nouveaux travaux sur la télévision qui se sont intéressés à la question de la réception. Si on fait l'histoire des travaux sur le public de télévision, il y a eu une première époque qui est celle des années 70, celle des travaux sur l'audience ; le travail de référence est celui de Michel Souchon sur l'audience, à l'Ina – je vous indique, si vous ne le savez pas – que j'ai travaillé pendant cinq ans à l'Ina, avant d'être au Cnet, on travaillait ensemble avec Michel Souchon. Puis, il y a un certain nombre de travaux plus monographiques qui démarrent vers le milieu des années 80. Les deux chercheurs les plus importants dans ce domaine-là ont été Dominique Pasquier et Sabine Chalvon. Ces gens-là faisaient parti du noyau fort du GDR ; il y a toujours eu des liens très forts entre le labo du Cnet et le Centre des mouvements sociaux, naturellement ce sont des travaux qu'on connaissait, qu'on suivait, ce qui nous a amené évidemment à les publier. 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. 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, et par ailleurs est classée onzième ou douzième des revues généralistes, de sociologie et de science politique. Tout à fait normalement, Réseaux a publié ce type de travaux ».

*Réseaux a également joué un rôle important dans l'importation de textes étrangers, par exemple celui de Stuart Hall. Également, presque dans chaque livraison de la revue on trouve un texte sur la réception.*

« Oui. Comment fonctionne une revue ? Elle affiche des thématiques, les trois que je vous ai indiquées ; en fonction de ces thématiques les dossiers de composent. Réseaux, contrairement à d'autres revues en sciences sociales a la caractéristique de fonctionner avec des numéros thématiques ; mais, nous avons toujours publié, sous différentes appellations, deux-trois papiers non-thématiques, où la on publie en fonction de ce qu'on reçoit ».

*S'agit-il alors de propositions d'auteurs ou de commandes de la revue ?*

« Il n'y a commande, commande partielle d'ailleurs, que sur les dossiers. 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. Nous ne décidons de faire un numéro que quand nous avons l'impression, même la quasi certitude que sur ce thème il y a suffisamment de production scientifique pour faire un numéro. Ce qui explique qu'on ait fait des numéros directement sur cette thématique de la réception. De même, comme le papier de Stuart Hall avait été commandé, on a reçu un certain nombre de papiers sur ce thème. Pour le colloque que je vous avais indiqué sur le thème « Sociologie de la télévision en Europe », qui donne lieu au numéro 44-45, il y a aussi des travaux sur la réception ».

## ANNEXE 9. CITATIONS EN REFERENCE A DANIEL DAYAN DANS LA LITTERATURE ACADEMIQUE

---

### Annexe 9a. Daniel Dayan : bibliographie<sup>7</sup>

Dayan D., 1983, *Western Graffiti : jeux d'images et programmation du spectateur dans La chevauchée fantastique de John Ford*, Paris, Clancier-Guénau.

— 1984, « Le spectateur performé », *Hors Cadre*, 2.

— 1989, « Télévision interruptive, entre spectacle et communication », *Hermès*, 4.

— 1989, « À propos de la théorie des effets limités », *Hermès*, 4.

— 1992, « Les mystères de la réception », *Le Débat*, 71, pp. 146-162.

— dir., 1993, « À la recherche du public. Réception, Télévision, Médias », *Hermès*, 11-12.

— 1998, « Le double corps du spectateur », pp. 234-246, in : Bourdon J., Jost F., dirs, *Penser la télévision*, Cerisy, Nathan/INA.

— 1998, « 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.

— 1999, « Médias and diasporas », pp. 18-33, in : Gripsrud J., dir., *Television and Common Knowledge*, London, Routledge.

— 2000, « Télévision. Le silence des publics », pp. 38-58, in : Huchet B., Payen E., eds, *Figures de l'événement. Médias et représentations du monde*, Paris, Centre Georges Pompidou.

— 2000, « Télévision : le presque-public », *Réseaux*, 100, pp. 427-456.

— 2000, « Les grands événements médiatiques au miroir du rituel », pp. 245-265, in : Bréchon P., Willaime J.-P., dirs, *Médias et religion en miroir*, Paris, Presses universitaires de France.

— 2002, « 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, CREAPHIS.

— 2002, « Les médias visuels et leurs publics », *Les cahiers du Collège iconique*, XIV, INA.

— 2002, « Le casting hagiographique : télévision en direct et communautés imaginées », in : Simonin J., dir., *Les médias dans les îles de l'océan Indien. Communautés périphériques et espaces publics émergents*, Paris, Éd. L'Harmattan.

— 2003, « 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.

— 2003, « Sociologie des médias : le détour par l'ethnographie », pp. 445-465, in : Moscovici P., Buschini F., dirs, *Les méthodes des sciences humaines*, Paris, Presses universitaires de France.

— 2003, « Télévision, le silence des publics », in : Sfel L., dir., *Science politique et interdisciplinarité*, Paris, Presses universitaires de la Sorbonne.

— 2004, « Événements expressifs, télévision cérémonielle et performance des publics », *Revue d'histoire politique*.

**Dayan D., Katz E. Télévision d'intervention et spectacle politique: agir par le rituel, *Hermès* 17-18, 1995**

— 1996, *La télévision cérémonielle*, Paris, Presses universitaires de France (titre original *Media events*).

---

<sup>7</sup> Seules les publications au sein du champ académique français sont répertoriées. Celles en gras figurent dans notre corpus.

— 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 Françaises.

Lecomte J., 1998, « Entretien avec Daniel Dayan. Le sens des cérémonie télévisées », pp. 339-342, in : Cabin Ph., *La communication. État des savoirs*, Paris, Éd. Sciences Humaines.

## Annexe 9b. Citations dans des ouvrages et manuels

Page	Thème sur lequel porte la référence	Introduction de la référence	Objet de la référence
<b>Lochard H., Boyer, 1995, <i>Notre écran quotidien</i>, Paris, Dunod. Chapitre 4 « Des clients insaisissables »</b>			
Aucune référence à D. Dayan relevée.			
<b>Beaud P., Flichy P., Pasquier D., Quéré L., dirs, 1997, <i>Sociologie de la communication</i>, Paris, Cnet : chapitre 6, D. Pasquier, « Les travaux sur la réception »</b>			
737	Réception des travaux en France	Comme le souligne Daniel Dayan	A
738	Histoire des travaux	« explorateurs » pour reprendre les termes de Daniel Dayan	A
744	Grands événements télévisés	Le travail de Daniel Dayan et Elihu Katz...	F
822	Artefact méthodologique	Note de bas de page	A
887	Événements télévisuels	Voir Dayan et Katz	F
<b>Lochard G., Soulages J.-Cl., 1998, <i>La communication télévisuelle</i>, Paris, Éd. A. Colin. Chapitres 13 « De la consommation... » et 14 « ...À l'interprétation des messages »</b>			
207	Les nouvelles approches de la réception	Comme le relève Daniel Dayan	A
214	Les « dérives mythologiques » des études de réception	Comme le souligne toujours Dayan	A
216	Etude de la notion de public	Dayan propose de...	A
<b>Proulx S., dir., 1998, <i>Accusé de réception</i>, Paris, Éd. L'Harmattan (introduction)</b>			
12	Réflexion théorique	la question épistémologique ultime pouvant se formuler ainsi : « Les publics de télévision existent-ils ? » (Dayan)	
<b>Rieffel R., 2001, <i>Sociologie des médias</i>, Paris, Éd. Ellipses. Chapitre 6 « Audience et public(s) des médias »</b>			
132	Modèle texte-lecteur	Tel qu'il a été synthétisé par Daniel Dayan	A, B
141	Analyse des événements médiatiques dans l'espace public	Dayan et Katz, initiateurs de ce genre d'études	F
142	Étude des cérémonies	NBP	D
145	Public réel	NBP	A
145	Idée de presque public	Comme le fait remarquer Daniel Dayan	E
<b>Breton P., Proulx S., 2002, <i>L'explosion de la communication – à l'aube du XXIème siècle</i>, Paris, Éd. La Découverte</b>			
225	Artefacts méthodologiques : fiction de public	(Dayan, 2000)	E
238-239	Histoire des travaux	Nous appuyant sur les travaux de Daniel Dayan	A
240	Insuffisances épistémologiques, artefacts méthodologiques	(Dayan, 1992)	A
245	Fiction de public, communauté imaginée de téléspectateur	(Dayan, 1998) ; Daniel Dayan a réalisé un important travail de déconstruction de la notion de public... « on ne peut être spectateur sans référence à un public »	C, E
245	Télévision cérémonielle	Dans leur travail sur la <i>télévision cérémonielle</i> , Dayan et Katz...	F
246	Théorie du public	Dayan introduit ici la problématique du « public »... « Premièrement...ratifications de l'appartenance »	E
<b>Esquenazi J.-P., 2003, <i>Sociologie des publics</i>, Paris, Éd. La Découverte.</b>			
80	Réception secondaire	Ce que Daniel Dayan appelle...	C
82	Artefact méthodologique (la ventriloquie)	Ce que Daniel Dayan nomme	A
82	Cérémonie télévisuelle	Hypothèse défendue par Dayan et Katz	F
82	Fiction de public	Ce que suggère Dayan	C

95	Télévision cérémonielle	Dayan et Katz	F
<b>Le Grignou B., 2003, <i>Du côté du public. Usages et réceptions de la télévision</i>, Paris, Éd. Economica</b>			
2	Bilan en France des travaux sur la réception Réception des travaux des <i>Cultural Studies</i>	Voir Dayan	A, B
3		... écrit l'anthropologue Daniel Dayan... un des premiers importateurs et traducteurs des travaux de langue anglaise en France	
27	Modèle texte-lecteur	« Du seul texte, on entend ainsi déduire [...] structure d'énonciation » (Dayan, 1992, 149)	A
45	La télévision cérémonielle	Piste empruntée par Dayan et Katz	F
58	La télévision cérémonielle	(Dayan, Katz, 1996)	F
73-74	Fiction de public	« explorateurs » ; « diasporique » ; « une ethnographie des modes d'auto-reconnaissance [...] publics eux-mêmes »	C
89	Contexte de réception	« [les programmes] ont le statut particulier d'avoir toujours été déjà reçus par d'autres »	A
117	Réception secondaire	« [les programmes] ont le statut particulier d'avoir toujours été déjà reçus par d'autres »	C
120	Communauté de public	La perspective de Dayan et Katz	F
<b>Maigret É., 2003, <i>Sociologie de la communication et des médias</i>, Paris, A. Colin</b>			
156	Débats sur la volatilité des publics	On consultera Daniel Dayan	A
158	Travail de passeur	L'indispensable travail de passeur de Daniel Dayan permet le rétablissement de la circulation des textes	
238	Le rituel dans les cérémonies télévisées	Daniel Dayan et Elihu Katz	F
243	Déconstruction de l'idée de public	« presque public »...selon le constat de [...] Daniel Dayan	E

[A] Dayan D., 1992, « Les mystères de la réception », *Le Débat*, 71, pp. 146-162.

[B] Dayan D., dir., 1993, « À la recherche du public », *Hermès*, 11-12.

[C] Dayan D., 1998, « Le double corps du spectateur », pp. 175-189, in : Proulx S., *Accusé de réception*, Éd. L'Harmattan.

[D] Dayan D., 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.

[E] Dayan D., 2000, « Télévision : le presque-public », *Réseaux*, 100, pp. 427-456.

[F] Dayan D., Katz E., 1996, *La télévision cérémonielle*, Paris, Presses universitaires de France.

### Annexe 9c. Citations dans 114 textes sur les téléspectateurs (tableau)

Texte parcouru	Réf. à D.D.*
Allard L., 1994, « Dire la réception : culture de masse, expérience esthétique et communication », <i>Réseaux</i> , 68.	-
Allard L., 1996, « Y a-t-il encore un spectateur dans le salon ? », <i>Quaderni</i> , 31.	-
Amiel V., 1998, « Y a-t-il un téléspectateur devant l'écran ? », <i>Champs Visuels</i> , 8, pp. 84-89.	-
Amigo Latorre B., 2004, « Le genre comme outil d'interprétation en réception : le cas des téléseries chiliennes », <i>Belphégor</i> , 3-1.	-
Appé O., Mauduit J., 2003, « Câble et satellite : il était une fois MédiaCabSat », <i>Hermès</i> , 37, pp. 95-103.	-
Baillargeon J.-P., 1998, « Statistiques culturelles : méthodes, usages, critiques », pp.67-77, in : Proulx S., dir., <i>Accusé de réception</i> , Paris, Éd. L'Harmattan.	-
Baton-Hervé É., 1999, « Les enfants téléspectateurs. Prégnance des représentations médiatiques et amnésie de la recherche », <i>Réseaux</i> , 92-93, pp. 203-217.	-
Belanger P., Proulx S., Voisin J., 1995, « Les usages de la télévision conjugués au féminin et au masculin », <i>Quaderni</i> , 26, pp. 11-31.	-
Benoit S., 2003, « Une direction des études dans une chaîne de télévision publique », <i>Hermès</i> , 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 », <i>Réseaux</i> , 108, pp. 155-178.	-
Bertrand G., 1999, « Pratiques télévisuelles dans la famille et processus de décision », <i>Réseaux</i> , 92-93, pp. 315-342.	-
Beylot P., 2002, « Modèles pragmatiques de réception des séries policières », pp. 361-380, in : Beylot P., Sellier G., dirs, <i>Les séries policières</i> , Paris, Éd. L'Harmattan.	1992, 1998
Bommert H., 2003, « La recherche selon la personnalité des téléspectateurs », trad. de l'allemand par Ph. Viallon et S. Glaubitz, pp. 213-230, in : Albert P., Koch U., Rieffel R., Schröter D., Viallon P., dirs, <i>Les médias et leurs publics en France et en Allemagne</i> , Paris, Éd. Panthéon Assas.	-
Boullier D., 2002, « La télé est en vous ! », pp. 165-176, in : Delarge A., Spire J., <i>La télé au logis. Usages de la télévision</i> , Paris, Éd. CREAPHIS.	-
Boullier D., 2003, « Du téléspectateur consommateur au téléspectateur citoyen », <i>Hermès</i> , 37, pp. 175-184.	-
Boullier D., 2004, « La fabrique de l'opinion publique dans les conversations télé », <i>Réseaux</i> , 126, pp. 57-87.s	-
Bourdon J., 1998, « À la recherche du public ou vers l'indice exterminateur ? Une histoire de la mesure d'audience à la télévision française », <i>Quaderni</i> , 35, pp. 107-128.	-
Bourdon J., 2004, « La triple invention : comment faire l'histoire du public ? », <i>Le temps des médias</i> , 3.	1992, 1996
Bourgeois I., 2003, « Entre le foot et la dictée. Une réflexion interculturelle sur les goûts des publics français et allemands », pp. 325-337, in : Albert P., Koch U., Rieffel R., Schröter D., Viallon P., dirs, <i>Les médias et leurs publics en France et en Allemagne</i> , Paris, Éd. Panthéon Assas.	-
Calbo S., 1998, « Les manifestations de l'affectivité en situation de réception télévisuelle », <i>Réseaux</i> , 90, pp. 119-136.	1992
Calbo S., 2000, « Football et télévision : le rôle de l'affectivité dans la production de la collectivité », <i>Les Cahiers du CIRCAV</i> , 12, pp. 195-215	-
Calbo S., 2002, « La réception domestique du film : une activité socialement organisée », pp. 161-173, in : Creton L., dir., <i>Le cinéma à l'épreuve du système télévisuel</i> , Éd. CNRS.	-
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, <i>Les sens du public. Publics politiques, publics médiatiques</i> , Paris, Presses universitaires de France.	1998, 2000
Chalvon-Demersay S., 1999, « La confusion des conditions. Une enquête sur la série télévisée <i>Urgences</i> », <i>Réseaux</i> , 95, pp. 235-283.	1993
Chalvon-Demersay S., 2002, « Des métiers comme on aimerait », pp. 107-114, in : Delarge	-

A., Spire J., dirs, <i>La télé au logis. Usages de la télévision</i> , Paris, Éd. CREAPHIS.	
Chalvon-Demersay S., 2002, « Fiction policière et identité sociale virtuelle », pp. , in : Beylot P., Sellier G., dirs, <i>Les séries policières</i> ,	-
Chalvon-Demersay S., 2003, « Enquête sur des publics particulièrement concernés », pp. 503-519, in : Cefaï D., Pasquier D., dirs, <i>Les sens du public</i> , Paris, Presses universitaires de France.	-
Chalvon-Demersay S., Rosental P.-A., 1998, « Une démographie des comportements volatils ? L'émergence de la micro-analyse dans la mesure d'audience », <i>Quaderni</i> , 35, pp. 129-148.	1996
Chalvon-Demersay S., Rosental P.-A., 2003, « Vers une démographie de l'audience ? », pp. 231-254, in : Albert P., Koch U., Rieffel R., Schröter D., Viallon P., dirs, <i>Les médias et leurs publics en France et en Allemagne</i> , Paris, Éd. Panthéon Assas.	-
Champagne P., 1994, « La loi des grands nombres. Mesure de l'audience et représentation politique du public », <i>Actes de la recherche en sciences sociales</i> , 101-102.	-
Champagne P., 2003, « L'audimétrie : une censure politique cachée », <i>Hermès</i> , 37, pp. 137-142.	-
Chaniac R., 1998, « Public du cinéma et public de la télévision », pp. 71-91, in : Chaniac R., Jézéquel J.-P., dirs, <i>Télévision et cinéma, le désenchantement</i> , Paris, Nathan.	-
Chaniac R., 2003, « Le public de la fiction télévisée. Quelques remarques à partir d'"Eurofiction" », pp. 349-361, in : Albert P., Koch U., Rieffel R., Schröter D., Viallon P., dirs, <i>Les médias et leurs publics en France et en Allemagne</i> , Paris, Éd. Panthéon Assas.	-
Chaniac R., 2003, « Télévision : l'adoption laborieuse d'une référence unique », <i>Hermès</i> , 37, pp. 81-94.	-
Château D., 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., <i>Penser la télévision</i> , Cérisy, Nathan/INA.	-
Combessie Ph., 2002, « Grilles et chaînes : liberté ou asservissement », pp. 75-82, in : Delarge A., Spire J., dirs, <i>La télé au logis. Usages de la télévision</i> , Paris, Éd. CREAPHIS.	-
Cottet J.-P., 2003, « Entretien. Il n'y a pas de service public sans public », Propos recueillis par R. Chaniac et J.-P. Jézéquel, <i>Hermès</i> , 37, pp. 117-125.	-
Coulomb-Gully M., 1997, « Bébête show et Guignols de l'info : de l'émission à la réception, parcours comiques et portraits de rieurs », <i>Réseaux</i> , 84.	-
Coutas É., 2002, « Tout et rien c'est ce qu'on fait de la télé », pp. 187-201, in : Delarge A., Spire J., <i>La télé au logis. Usages de la télévision</i> , Paris, Éd. CREAPHIS.	-
Darkow M., 2003, « Pléthore de l'offre de programmes versus usage différencié : le comportement des téléspectateurs en Allemagne », trad. de l'allemand par Ph. Viallon et S. Glaubitz, pp. 255-270, in : Albert P., Koch U., Rieffel R., Schröter D., Viallon P., dirs, <i>Les médias et leurs publics en France et en Allemagne</i> , Paris, Éd. Panthéon Assas.	-
Derèze G., 2002, « La télévision volontaire. Un objet captivant à maîtriser, pour le plaisir de tous », pp. 83-90, in : Delarge A., Spire J., dirs, <i>La télé au logis. Usages de la télévision</i> , Paris, Éd. CREAPHIS.	-
Derèze G., 2002, « Le sport, la mise en spectacle et l'argent », pp. 91-98, in : Delarge A., Spire J., dirs, <i>La télé au logis. Usages de la télévision</i> , Paris, Éd. CREAPHIS.	-
Derville G., 1995, « Les différents rôles du Bébête show auprès de ses téléspectateurs », <i>Réseaux</i> , 74.	-
Durand J., 1998, « Les études sur l'audience de la radio-télévision en France », <i>Quaderni</i> , 35, pp. 79-92.	-
Esquenazi J.-P., 2001, « Foules, masses, anonymes », in : Lambert F., dir., <i>Figures de l'anonymat</i>	-
Esquenazi JP., 2002, « Les non-publics de la télévision », <i>Réseaux</i> , 112-113, pp. 315-344.	1998
Esquenazi J.-P., 2002, « Friends, une communauté télévisuelle », pp. 233-262, in : Le Guern P., dir., <i>Les cultes médiatiques. Culture fan et œuvres cultes</i> , Rennes, Presses universitaires de Rennes.	1998
Fraisse É., 2003, « Que mesure-t-on quand on mesure l'audience ? », <i>Hermès</i> , 37, pp. 51-62.	-
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, <i>Les séries policières</i> , Paris, Éd. L'Harmattan.	-
Georget P., 2004, « Effets des stratégies publicitaires. Personnalité, contexte et attentes contractuelles », <i>Questions de communication</i> , 5, pp. 69-82.	-

Girandola F., 2004, « Violence dans les médias : quels effets sur les comportements ? », <i>Questions de communication</i> , 5, pp. 55-68.	-
Glevarec H., 2003, « Les médias dans les pratiques culturelles », pp. 43-49, in : Maigret É., dir., <i>Communication et médias</i> , Paris, La Documentation française.	-
Grisprud J., 2002, « Fan, viewers and television theory », in : Le Guern Ph., dir., <i>Les cultes médiatiques. Culture fan et œuvres cultes</i> , Rennes, Presses universitaires de Rennes.	-
Guicheney G., 2002, « Le médiateur : entre émetteur et récepteur », pp. 45-55, in : Delarge A., Spire J., dirs, <i>La télé au logis. Usages de la télévision</i> , Paris, Éd. CREAPHIS.	-
Hasebrink U., 2003, « Existe-t-il un public européen des médias et donc un marché européen des médias ? », pp. 305-324, in : Albert P., Koch U., Rieffel R., Schröter D., Viallon P., dirs, <i>Les médias et leurs publics en France et en Allemagne</i> , Paris, Éd. Panthéon Assas.	-
Hurard F., 2003, « Mesure et connaissance du public des médias audiovisuels en France : éléments de problématique », pp. 193-212, in : Albert P., Koch U., Rieffel R., Schröter D., Viallon P., dirs, <i>Les médias et leurs publics en France et en Allemagne</i> , Paris, Éd. Panthéon Assas.	-
Jeanneret Y., Patrin-Leclère V., 2003, « Loft Story 1 ou la critique prise au piège de l'audience », <i>Hermès</i> , 37, pp. 143-154.	-
Jost F., 2002, « La télévision crée-t-elle le monde ? », pp. 177-186, in : Delarge A., Spire J., <i>La télé au logis. Usages de la télévision</i> , Paris, Éd. CREAPHIS.	-
Krotz F., 2003, « Les médias dans la vie quotidienne des enfants et des adolescents en Allemagne et en France », pp. 381-391, in : Albert P., Koch U., Rieffel R., Schröter D., Viallon P., dirs, <i>Les médias et leurs publics en France et en Allemagne</i> , Paris, Éd. Panthéon Assas.	-
Le Diberder A., 2003, « La mesure d'audience des nouveaux médias : une bonne réponse mais quelle est la question ? », <i>Hermès</i> , 37	-
Le Goaziou V., 1999, « Le corps des téléspectateurs », <i>Réseaux</i> , 92-93, pp. 293-314.	-
Le Grignou B., 2001, « La réception des médias : un mauvais objet ? », pp. 179-194, in : Georgakakis D., Utard J.-M., dirs, <i>Sciences des médias. Jalons pour une histoire politique</i> , Paris, Éd. L'Harmattan.	1998
Liebes T., 1994, « À propos de la participation des téléspectateurs », trad. de l'anglais par É. Zeitlin et D. Pasquier, <i>Réseaux</i> , 64.	1996
Livingstone S., 2004, « Du rapport entre audiences et publics », <i>Réseaux</i> , 126.	2001
Lochard G., Soulages J.-C., 2004, « Une interdisciplinarité autonome est-elle possible ? Interrogations sur la réception des discours médiatiques », <i>Questions de communication</i> , 5, pp. 19-30.	2000
Macé É., 2000, « Qu'est ce qu'une sociologie de la télévision (1) ? Esquisse d'une théorie des rapports sociaux médiatisés », <i>Réseaux</i> , 104, pp. 247-283.	1992, 1998
Macé É., 2001, « Qu'est ce qu'une sociologie de la télévision (2) ? Esquisse d'une théorie des rapports sociaux médiatisés », <i>Réseaux</i> , 105, pp. 199-242.	1992, 1998
Macé É., 2003, « Le conformisme provisoire de la programmation », <i>Hermès</i> , 37, pp. 127-135.	-
Maigret É., 2002, « Du mythe au culte... ou de charybide en scylla ? Le problème de l'importation des concepts religieux dans l'étude des publics des médias », pp. 97-110, in : Le Guern Ph., dir., <i>Les cultes médiatiques. Culture fan et œuvres cultes</i> , Rennes, Presses universitaires de Rennes.	-
Maigret É., 2003, « Existe-t-il des effets des médias de masse ? », pp. 32-36, in : Maigret É., dir., <i>Communication et médias</i> , Paris, La Documentation française.	-
Maigret É., 2003, « Les publics : sociologie de la réception et <i>Cultural Studies</i> », pp. 50-54, in : Maigret É., dir., <i>Communication et médias</i> , Paris, La Documentation française.	1992
Malo G., Giroux L., 1998, « La mesure industrielle des auditoires », pp. 15-46, in : Proulx S., dir., <i>Accusé de réception</i> , Paris, Éd. L'Harmattan.	-
Méadel C., 1998, « De l'émergence d'un outil de quantification », <i>Quaderni</i> , 35, pp. 63-78.	-
Méadel C., 2001, « Naissance d'une science de l'audience : premiers travaux sur les téléspectateurs », pp. 123-132, in : Georgakakis D., Utard J.-M., dirs, <i>Sciences des médias. Jalons pour une histoire politique</i> , Paris, Éd. L'Harmattan.	-
Méadel C., 2004, « L'audimat ou la conquête du monopole », <i>Le Temps des Médias</i> , 3, pp. 151-159.	-
Méadel C., Proulx S., 1998, « Usagers en chiffres, usagers en actes », pp. 79-94, in : Proulx S., dir., <i>Accusé de réception</i> , Paris, Éd. L'Harmattan.	1992

Mehl D., 1998, « La parole profane », pp. 205-215, in : Bourdon J., Jost F., dirs., <i>Penser la télévision</i> , Cerisy, Nathan/INA.	-
Mehl D., 2002, « Télévision de l'intimité et espace public », pp. 49-64, in : Baudry P., Sorbets C., Vitalis A., dirs, <i>La vie privée à l'heure des médias</i> , Bordeaux, Presses universitaires de Bordeaux.	-
Mehl D., 2003, « Le témoin, figure emblématique de l'espace public/privé », pp. 489-502, in : Cefaï D., Pasquier D., dirs, <i>Les sens du public. Publics politiques, publics médiatiques</i> , Paris, Presses universitaires de France.	1992
Mehl D., 2004, « Un téléspectateur civique », <i>Réseaux</i> , 126, pp. 143-173.	-
Mercier P.-A., 2002, « Du zapping au surfing : l'art de la glisse », pp. 115-121, in : Delarge A., Spire J., <i>La télé au logis. Usages de la télévision</i> , Paris, Éd. CREAPHIS.	-
Meslet V., 1998, « Accepter la diversité des publics », <i>Quaderni</i> , 35, pp. 149-158.	-
Mougeotte É., 2003, « Entretien. La loi d'airain du Médiamat », Propos recueillis par R. Chaniac et J.-P. Jézéquel, <i>Hermès</i> , 37, pp. 107-115.	-
Paplorey C., 2003, « À la recherche du téléspectateur de TV5 », pp. 271-278, in : Albert P., Koch U., Rieffel R., Schröter D., Viallon P., dirs, <i>Les médias et leurs publics en France et en Allemagne</i> , Paris, Éd. Panthéon Assas.	-
Pasquier D., 1997, « Télévision et apprentissages sociaux : les séries pour adolescents », pp. 811-830, in : Beaud P., Flichy P., Pasquier D., Quéré L., dirs, <i>Sociologie de la communication</i> , Paris, Cnet.	1992
Pasquier D., 1998a, « Lecture des personnages de série », pp. 216-233, in : Bourdon J., Jost F., dirs., <i>Penser la télévision</i> , Cerisy, Nathan/INA.	1996
Pasquier D., 2002, « Une nouvelle amie. Le héros télévisuel comme promesse d'amour », pp. 219-232, in : Le Guern P., dir., <i>Les cultes médiatiques. Culture fan et œuvres cultes</i> , Rennes, Presses universitaires de Rennes.	-
Pasquier D., 2002, « La télévision des adolescents : usage des séries dans la société juvénile », pp. 99-106, in : Delarge A., Spire J., <i>La télé au logis. Usages de la télévision</i> , Paris, Éd. CREAPHIS.	-
Pasquier D., 2003, « Des audiences aux publics : le rôle de la sociabilité dans les pratiques culturelles », pp. 109-118, in : Donnat O., Tolila P., dirs, <i>Le(s) public(s) de la culture</i> , vol. 2 (cd-rom), Paris, Presses de la fondation nationale des sciences politiques.	2000
Proulx S., 1995, « Les perspectives d'analyse des médias : des effets aux usages », <i>Les cahiers de la sécurité intérieure</i> , 20, pp. 60-69.	-
Proulx S., 1999, « Paradoxes de la réception médiatique au temps de la mondialisation », pp. 141-162, in : Proulx S., Vitalis A., dirs, <i>Vers une citoyenneté simulée</i> , Paris, Éd. Apogée.	1992
Proulx S., Laberge M.-F., 1995, « Vie quotidienne, culture télévisuelle et construction de l'identité familiale », <i>Réseaux</i> , 70.	-
Proulx S., Maillet D., 1998, « La construction ethnographique des publics de télévision », pp. 121-162, in : Proulx S., dir., <i>Accusé de réception</i> , Paris, Éd. L'Harmattan.	1992
Proulx S., Belanger D., 2001, « La représentation des communautés immigrantes à la télévision francophone du Québec », <i>Réseaux</i> , 107, pp. 117-145.	-
Quéré L., 1996, « Faut-il abandonner l'étude de la réception ? », <i>Réseaux</i> , 79.	-
Raboy M., 1998, « Le public fantôme : un acteur équivoque qui hante les débats sur les médias », pp. 96-120, in : Proulx S., dir., <i>Accusé de réception</i> , Paris, Éd. L'Harmattan.	-
Relieu M., 1999, « La réalisation et la réception du produit télévisuel comme accomplissements », pp. 35-61, in : Desgoutte J.-P., dir., <i>La mise en scène du discours audiovisuel</i> , Paris, Éd. L'Harmattan.	-
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, <i>Réseaux</i> , 107, pp. 19-39.	-
Roux A., 2002, « Télévision : relations entre technique et public », pp. 15-28, in : Delarge A., Spire J., dirs, <i>La télé au logis. Usages de la télévision</i> , Paris, Éd. CREAPHIS.	-
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, <i>Sociologie de la communication</i> , Paris, Cnet.	1996
Schenk M., 2003, « Le public oublié : le groupe des 50 ans et plus », trad. de l'allemand par Ph. Viallon et S. Glaubitz, pp. 279-301, in : Albert P., Koch U., Rieffel R., Schröter D., Viallon P., dirs, <i>Les médias et leurs publics en France et en Allemagne</i> , Paris, Éd. Panthéon Assas.	-
Souchon M., 1995, « Télévision et culture. Jalons et anecdotes pour servir à l'histoire d'un	-

malentendu », <i>Revue de l'Institut de sociologie</i> , Université libre de Bruxelles, pp. 155-170.	
Souchon M., 1995, « Qu'est-ce qu'une audience "significative" pour une télévision de service public ? », <i>Les cahiers de l'audiovisuel</i> , 5, pp. 71-78.	-
Souchon M., 1998, « Histoire des indicateurs de l'audience », <i>Quaderni</i> , 35, pp. 93-106.	-
Souchon M., 1998, « Les recherches sur l'audience au service de la programmation », pp. 47-66, in : Proulx S., dir., <i>Accusé de réception</i> , Paris, Éd. L'Harmattan.	-
Souchon M., 2003, « Pour une utilisation complète de l'audimétrie », <i>Hermès</i> , 37, pp. 157-166.	-
Soulez G., 2002, « Se dire téléspectateur », pp. 205-216, in : Delarge A, Spire J, dirs, <i>La télé au logis. Usages de la télévision</i> , Paris, Éd. CREAPHIS.	-
Soulez G., 2004, « "Nous sommes le public". Apports de la rhétorique à l'analyse des publics », <i>Réseaux</i> , 126.	1992, 1996, 1998, 2000
Spire J., 2002, « Les Français devant l'écran : enquêtes nationales et sondages à Fresnes », pp. 29-44, in : Delarge A., Spire J., dirs, <i>La télé au logis. Usages de la télévision</i> , Paris, Éd. CREAPHIS.	-
Taranger M.-C., 2002, « Ados, séries : regards croisés », pp. 329-344, in : Beylot P., Sellier G., dirs, <i>Les séries policières</i> , Paris, Éd. L'Harmattan.	-
Tessier M., 2003, « Entretien. Le téléspectateur, au cœur de la télévision publique », Propos recueillis par R. Chaniac, <i>Hermès</i> , 37, pp. 1985-190.	-
Tisseron S., 2001, « Le spectateur en quête d'auteur : les nouvelles figures de l'anonymat », in : Lambert F., <i>Figures de l'anonymat</i>	-
Wilson B. J., 1995, « Les recherches sur médias et violence : agressivité, désensibilisation, peur », <i>Les cahiers de la sécurité intérieure</i> , 20, pp. 21-37.	-
Winterhoff-Spurk P., 1995, « Spectateur ou acteur ? Une approche psychologique », <i>Les cahiers de la sécurité intérieure</i> , 20, pp. 50-59.	-

\* Les textes auxquels il est fait référence sont signalés par leur année de publication. Il s'agit des textes suivants :

Dayan D., 1992, « Les mystères de la réception », *Le Débat*, 71, pp. 146-162.

Dayan D., dir., 1993, « À la recherche du public », *Hermès*, 11-12, pp. 11-326.

Dayan D., 1998, « Le double corps du spectateur », pp. 234-246, in : Bourdon J., Jost F., dirs, *Penser la télévision*, Cerisy, Nathan/INA, et in : Proulx S., dir., *Accusé de réception*, Paris, Éd. L'Harmattan.

Dayan D., 2000, « Télévision : le presque-public », *Réseaux*, 100, pp. 427-456.

Dayan D., Katz E., 1996, *La télévision cérémonielle*, Paris, Presses universitaires de France.

#### Annexe 9d. Quantités de citations en référence par année

Année de citation	Publication de Daniel Dayan citée en référence				
	1992 « Les mystères... »	1993 « À la recherche du public »	1996, <i>Le télévision cérémonielle</i>	1998 « Le double corps... »	2000 « Le presque public... »
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

## ANNEXE 10. PUBLICATIONS SCIENTIFIQUES DE JACQUES DURAND ET MICHEL SOUCHON

### Annexe 10a. Jacques Durand (1978-2004) (tableau, 24 éléments)

Année	Articles dans une revue scientifique	Contributions à un ouvrage collectif	Ouvrage
1978	- « L'étude par panel du public de la radio-télévision française », <i>Revue française du marketing</i>		
1980	- « La consommation audiovisuelle en Europe », <i>Com'7</i> - « L'évolution de l'audience à la télévision », <i>Revue française de communication</i>		
1981	- « La mesure automatique de l'audience de la télévision : le système AUDIMAT », <i>Revue française du marketing</i> , 87 - « La consommation audiovisuelle en Europe », <i>Sonovision</i>		
1983	- « La consommation des médias : recherche d'un modèle », <i>Les cahiers de la communication</i>		
1984	- « Communication et effets », <i>Les cahiers de l'INSIC</i>		
1986	- « Le rôle des sondages dans le domaine de l'audiovisuel », <i>Communication et langages</i> , 67		
1987	- « Vers une mesure internationale de l'audience de la télévision », <i>Mediaspouvoirs</i> , 8		
1988	- « Vers une mesure de l'audience au niveau européen », <i>Les dossiers de l'audiovisuel</i> , 22		
1989	- « Les audimètres à boutons-poussoirs en Europe », <i>Revue française du marketing</i> , 122 - Avec A. Le Diberder, « Des publics inséparables », <i>Mediaspouvoirs</i> , 14	- « Méthodologie des études d'audience. Inventaire des recherches en langue française », <i>in</i> : Institut de recherche et d'études publicitaires, <i>L'audience et les médias</i> - « Historique des informations à la radio et à la télévision : l'évolution des audiences », <i>in</i> : Comités d'histoire de la Radiodiffusion et de la Télévision, <i>Histoire des informations à la radio et à la télévision</i>	
1990		- « Le concept d'audience en question », <i>in</i> : Institut de recherche et d'études publicitaires, <i>Les médias, la publicité, la recherche</i>	- Avec D. Bahu-Leyser et H. Chavenon, <i>Audience des médias. Guide France-Europe</i> , Éd. Eyrolles
1991	- « L'évolution des audiences de la radio et de la télévision au cours des quarante dernières années », <i>Mediaspouvoirs</i> ,		

	21		
1992	- « Segmentation des audiences », <i>Communication et langages</i> , 94 - « La qualité des programmes de télévision. Concepts et mesures », <i>Les dossiers de l'audiovisuel</i> , 43		
1993	- « Mesurer l'audience : le cas de la télévision », <i>Hermès</i> , 11-12 - « Les jugements des téléspectateurs. L'évaluation des programmes de télévision », <i>Hermès</i> , 11-12 - « Mesurer l'audience : le cas de la télévision », <i>Les dossiers de l'audiovisuel</i> , 51	- « Audience – Définition et méthodes de mesure », in : Sfez L., dir., <i>Dictionnaire critique de la communication. Tome 2</i> , Paris, Presses universitaires de France	
1998	- « Les études sur l'audience de la radio-télévision en France », <i>Quaderni</i> , 35		

**Annexe 10b. Michel Souchon (1969-2003) (tableau, 26 éléments).**

Année	Article dans une revue scientifique	Contribution à un ouvrage collectif	Ouvrage	Direction d'un ouvrage collectif
1969			- <i>La télévision des adolescents</i> , Paris, Éd. Ouvrières	
1973				- <i>Anatomie d'un feuilleton : François Gaillard</i> , Paris, Téma éditions
1978			- <i>La télévision et son public 1974-1977</i> , Paris, La Documentation française	
1980			- <i>Petit écran, grand public</i> , Paris, La Documentation française	
1985	- « Petit écran, grand public : des nouvelles récentes », <i>Réseaux</i> , 11	- « La réception des émissions culturelles », in : <i>L'économie du spectacle vivant et l'audiovisuel</i> (colloque international, Nice, 15-16 octobre 1984)		
1989	- « Des publics inséparables », <i>Médiaspouvoirs</i> , 14			
1990	- « Un public ou des publics ? », <i>Communications</i> , 51 - « Les programmeurs et leurs représentations du public », <i>Réseaux</i> , 39			
1991	- « L'audience de la télévision », <i>Réseaux</i> , 49 - « Où va la télévision française ? », <i>Médiaspouvoirs</i> , 21 - « Audience cumulée, audience moyenne, audience totale », <i>Médiaspouvoirs</i> , 21			- <i>L'enfant devant la télévision</i> , Paris, Casterman
1992	- « La télévision dans l'espace des loisirs », <i>Projet</i> , 229			
1993	- « "Le vieux canon de 75". L'apport des méthodes quantitatives à la connaissance du public de la	- « "Le vieux canon de 75". L'apport des méthodes quantitatives à la connaissance du public de la		

	<p>télévision », <i>Hermès</i>, 11-12</p> <p>- « La connaissance du public par les méthodes quantitatives », <i>Les dossiers de l'audiovisuel</i>, 51</p>	<p>télévision », <i>in</i> : Bounoux D., dir., <i>Sciences de l'information et de la communication. Textes essentiels</i></p> <p>- « Public/publics de la télévision », <i>in</i> : Sfez L., dir., <i>Dictionnaire critique de la communication. Tome 2</i></p>		
1994	<p>- « L'audience de la télévision. Plaidoyer pour la notion d'heures-spectateurs », <i>Médiaspouvoirs</i></p>			
1995	<p>- « Qu'est-ce qu'une audience "significative" pour une télévision de service public ? », <i>Les cahiers de l'audiovisuel</i>, 5</p> <p>- « Télévision et culture. Jalons et anecdotes pour servir à l'histoire d'un malentendu », <i>Revue de l'institut de sociologie</i></p>			
1997	-	<p>- « L'audience de la télévision », <i>in</i> : Beaud P., Flichy P., Pasquier D., Quéré L., dirs, <i>Sociologie de la communication</i>,</p>		
1998	<p>- « Histoire des indicateurs de l'audience », <i>Quaderni</i>, 35</p>	<p>- « Les recherches sur l'audience au service de la programmation », <i>in</i> : Proulx S., dir., <i>Accusé de réception</i></p>		
2001	<p>- « Vous avez dit passifs ? », <i>Les Dossiers de l'audiovisuel</i>, 100</p>			
2003	<p>- « Pour une utilisation complète de l'audimétrie », <i>Hermès</i>, 37</p>			

**ANNEXE 11. PUBLICISATIONS D'ENQUETES DANS LE CHAMP ACADEMIQUE  
FRANÇAIS**

---

**Annexe 11a. Publicisation de l'enquête sur les « conversations télé », entre 1987 et 2004**

1. Boullier D., 1987, *La conversation télé*, Rennes, LARES.
2. Boullier D., 1988, « Les styles de relation à la télévision », *Réseaux*, 32, pp. 7-44.
3. Boullier D., 1988, « Espace hertzien et espace public », *Espaces et sociétés*.
4. Boullier D., 1991, « Savez-vous parler télé ? », *Mediaspouvoirs*, 21, pp. 173-186.
5. Boullier D., 1993, « Quand le téléspectateur cause », in : Belisle Cl., dir., *Communication et nouvelles technologies*, Lyon, PPSH.
6. Boullier D., 1993, « Savez-vous parler télé ? », *Les dossiers de l'audiovisuel*, 51, pp. 51-52.
7. Boullier D., 1993, « Les styles de relation à la télévision », *Les dossiers de l'audiovisuel*, 51, pp. 48-51.
8. Boullier D., 1994, « Construire le téléspectateur : récepteur, consommateur ou citoyen ? », pp. 63-74, in : Vitalis A., dir., *Médias et nouvelles technologies. Pour une socio-politique des usages*, Rennes, Éd. Apogée.
9. Boullier D., 2001, « Un public présumé paresseux ? », *Les Dossiers de l'audiovisuel*, 100.
10. Boullier D., 2002, « La télé est en vous ! », pp. 165-176, in : Delarge A., Spire J., *La télé au logis. Usages de la télévision*, Paris, Éd. CREAPHIS.
11. Boullier D., 2003, *La télévision telle qu'on la parle*, Paris, Éd. L'Harmattan.
12. Boullier D., 2003, « Du téléspectateur consommateur au téléspectateur citoyen », *Hermès*, 37, pp. 175-184.
13. Boullier D., 2004, « La fabrique de l'opinion publique dans les conversations télé », *Réseaux*, 126, pp. 57-87.

**Annexe 11b. Publicisation de l'enquête sur les « fans d'Hélène et les garçons », entre 1995 et 2004**

1. Pasquier D., 1995, « "Chère Hélène". Les usages sociaux des séries collège », *Réseaux*, 70.
2. Pasquier D., 1997, « 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.
3. Pasquier D., 1998a, « Lecture des personnages de série », pp. 216-233, in : Bourdon J., Jost F., dirs., *Penser la télévision*, Cerisy, Nathan/INA.
4. Pasquier D., 1998, « Identification au héros et communautés de téléspectateurs : la réception d'"Hélène et les garçons" », *Hermès*, 22.
5. Pasquier D., 1999, *La culture des sentiments. L'expérience télévisuelle des adolescents*, Paris, Éd. de la Maison des sciences de l'homme.
6. Pasquier D., 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.
7. Pasquier D., 2002, « La télévision des adolescents : usage des séries dans la société juvénile », pp. 99-106, in : Delarge A., Spire J., *La télé au logis. Usages de la télévision*, Paris, Éd. CREAPHIS.
8. Pasquier D., 2003, « 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.

**Annexe 11c. Publicisation de l'enquête sur « Réception télévisuelle et affectivité », entre 1998 et 2002**

1. Calbo S., 1998, « Les manifestations de l'affectivité en situation de réception télévisuelle », *Réseaux*, 90, pp. 119-136.
2. Calbo S., 1998, *Réception télévisuelle et affectivité : une approche ethnographique sur la réception des programmes sériels*, Paris, Éd. L'Harmattan.
3. Calbo S., 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.
4. Calbo S., 2000, « Football et télévision : le rôle de l'affectivité dans la production de la collectivité », *Les Cahiers du CIRCAV*, 12, pp. 195-215
5. Calbo S., 2000, « Activité de réception et production du sentiment d'appartenance », *in* : Gabaston P., Leconte B., dirs, *Sports et télévision*, Paris, Éd. L'Harmattan.
6. Calbo S., 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.

## ANNEXE 12. ENQUETE SUR LA REVUE *RESEAUX*

**Annexe 12a. Articles sur les téléspectateurs publiés dans *Réseaux* (1985-2004)  
(tableau, 53 éléments)**

Année	N°	Auteur	Titre de l'article
1985	11	M. Souchon	Petit écran, grand public : nouvelles récentes
1988	32	G. Bertrand, Ch. De Gournay, P.-A. Mercier	Le programme global
		D. Boullier	Les styles de relation à la télévision
		B. Le Grignou, E. Neveu	Émettre la réception : préméditations et réceptions de la politique télévisée
1990	39	J. Bianchi	La promesse du feuilleton
		F. Carmagnat	Lu dans la presse : un système passif de mesure d'audience
		T. Gitlin	Prévoir l'imprévisible
		C. Méadel	De la formation des comportements et des goûts...
		D. Pasquier	Une télévision sur mesure : les données d'audience dans le système américain
	M. Souchon	Les programmeurs et leurs représentations du public	
	44-45	R. de Berti, A. Negri, P. Signorelli	Scènes de la vie quotidienne
1991	49	P. Dahlgren	Les actualités télévisées. À chacun son interprétation
		K.-C. Schroder	Vers une convergence de traditions antagonistes ?...
		M. Souchon	L'audience de la télévision
1992	51	P. Perin	Le zapping
1993	57	R. Bouillin-Dartevelle	Modes de perception et stratégies d'appropriation des messages sportifs
	60	N. Arnal, A. Busson	Les possesseurs de magnétoscopes : vers de nouvelles pratiques audiovisuelles
1994	63	S. Livingstone, P. Lunt	Un public actif, un téléspectateur critique
		É. Macé	La programmation des contenus...
		D. Mehl	La télévision compassionnelle
	64	T. Liebes	À propos de la participation des téléspectateurs
	68	L. Allard	Dire la réception...
		S. Hall	Codage/Décodage
		J. Leenhardt	Théorie de la communication et théorie de la réception
E. Pedler		En quête de réception : le deuxième cercle	
1995	70	D. Pasquier	Chère Hélène. Les usages sociaux des séries collège
		S. Proulx, M.-F. Laberge	Vie quotidienne, culture télévisuelle et construction de l'identité familiale
	74	G. Derville	Les différents rôles du Bébête Show auprès de ses téléspectateurs
1996	75	Y. Rocheron	Le téléspectateur en Grande Bretagne et en France...
	77	L. D'Haenens	Réalisation, réception et recherche
	78	B. Mostefaoui	La télévision des autres...
	79	J. Corner	Sens, genre et contexte...
		L. Quéré	Faut-il abandonner l'étude de la réception ?
1997	81	F. Jost	La promesse des genres
	84	M. Coulomb-Gully	Bébête Show et Guignols de l'info : de l'émission à la réception...
1998	88-89	B. Mostefaoui	Algérie l'espace du débat médiatique...
	90	S. Calbo	Les manifestations de l'affectivité en situation de réception télévisuelle
1999	92-93	É. Baton-Hervé	Les enfants téléspectateurs...
		G. Bertrand	Pratiques télévisuelles dans la famille et processus de décision

		V. Le Goaziou	Le corps des téléspectateurs
	95	S. Chalvon-Demersay	La confusion des conditions. Une enquête sur la série télévisée <i>Urgences</i>
<b>2000</b>	100	D. Dayan	Télévision. Le presque public
	104	É. Macé	Qu'est ce qu'une sociologie de la télévision (1)...
	105	É. Macé	Qu'est ce qu'une sociologie de la télévision (2)...
<b>2001</b>	107	S. Proulx, D. Bélanger	La représentation des communautés immigrantes à la télévision...
		K. Robins	Au-delà de la communauté imaginée...
	108	K. Berthelot-Guiet, C. Ollivier-Yanis	Tu t'es vu quand t'écoutes l'État...
<b>2002</b>	112-113	J.-P. Esquenazi	Les non publics de la télévision
<b>2004</b>	126	D. Boullier	La fabrique de l'opinion publique dans les conversations télé
		S. Livingstone	Du rapport entre audiences et publics
		D. Mehl	Un téléspectateur civique
		G. Soulez	« Nous sommes le public ». Apports de la rhétorique à l'analyse des publics

## Annexe 12b. Trajectoires de publication des auteurs de *Réseaux*

Auteur	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14
L. Allard	R	Qua												
N. Arnal	R													
E. Baton-Hervé	R	O												
K. Berthelot-Guiet...	R													
R. de Berti...	R													
G. Bertrand...	R	O	DA	RC	R									
J. Bianchi	Qua	R	O											
R. Bouillin-Dartevelle	R													
D. Boullier	O	R	MP	DA	OC	DA	OC	O	He	R				
S. Calbo	R	O	OC											
F. Carmagnat	R													
S. Chalvon-Demersay	Qua	R	OC											
J. Corner	He	R	He											
M. Coulomb-Gully	R													
P. Dahlgren	R	He												
D. Dayan	O	He	LD	He	OC	Qua	R	OC						
G. Derville	R													
J.-P. Esquenazi	OC	R	OC	O										
T. Gitlin	R													
S. Hall	R													
F. Jost	R													
V. Le Goaziou	R													
B. Le Grignou	R													
T. Liebes	He	R												
S. Livingstone	He	R												
E. Macé	DA	He	R	He										
C. Méadel	R	Qua	OC	TM										
D. Mehl	R	OC	R											
B. Mostefaoui	R													
D. Pasquier	R	OC	He	O	OC									
P. Perin	R													
S. Proulx	DA	OC	R	OC	R	OC								
L. Quéré	R													
K. Robins	R													
Y. Rocheron	R													
K.-C. Schroder	R	He												
M. Souchon	O	R	Com	R	MP	O	DA	He	OC	MP	Qua	OC	DA	He
G. Soulez	OC	DA	R											

P1 : Première publication

P2 : Deuxième publication, etc.

Com : *Communication et langages* ; DA : *Les dossiers de l'audiovisuel* ; He : *Hermès* ; LD : *Le débat* ;

MP : *Médiaspouvoirs* ; Qua : *Quaderni* ; R : *Réseaux* ; TM : *Le temps des médias*

O : ouvrage ; OC : ouvrage collectif

## ANNEXE 13. UN RESEAU DE CHERCHEURS ENTRE LES CHAMPS PROFESSIONNEL ET ACADEMIQUE

