



**HAL**  
open science

**Note de lecture de Brigitte Le Grignou, Du côté du public – Usages et réceptions de la télévision (Paris, *Économica*, 2003).**

Isabelle Charpentier

► **To cite this version:**

Isabelle Charpentier. Note de lecture de Brigitte Le Grignou, Du côté du public – Usages et réceptions de la télévision (Paris, *Économica*, 2003).. 2005, pp.163-168. hal-03696239

**HAL Id: hal-03696239**

**<https://hal-u-picardie.archives-ouvertes.fr/hal-03696239>**

Submitted on 15 Jun 2022

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

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



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - NoDerivatives | 4.0 International License

Note de lecture parue dans : *Politix*, vol. 1, n° 69, mars 2005, pp. 163-168.

LE GRIGNOU (Brigitte). *Du Côté du public - Usages et réceptions de la télévision*, Economica, coll. Etudes Politiques, Paris, 2003, 239 pp. (bibliographie, index)

Par Isabelle CHARPENTIER – Université de Versailles – Saint-Quentin-en-Yvelines - CARPO

---

Par-delà leur généalogie controversée, leurs apories, leurs contradictions et, parfois, leurs impasses, par-delà aussi les polémiques plus ou moins stériles qu'elles continuent de susciter, où en sont aujourd'hui les recherches théoriques et les enquêtes empiriques rassemblées sous le label - faussement homogénéisant - d'"études de réception" ? Quels sont leurs apports ? Quels renouvellements des problématiques en matière de sociologie de la communication, des médias de masse en général - et de la télévision en particulier -, comme de leurs publics, ont-elles permis ? Présentées ainsi, les questions font figure de gageures pour qui connaît le foisonnement des travaux produits dans cette perspective - éclatée - depuis les années 1980, en particulier dans les pays anglophones. C'est pourtant à elles que s'attaque, dans une optique à la fois synthétique et systématique, critique et "militante", l'ouvrage de Brigitte Le Grignou.

Avant lui, quelques autres travaux de synthèse avaient rappelé que la (les) sociologie(s) de la réception renvoie(nt) à des constructions théoriques, des postures épistémologiques, des approches méthodologiques extrêmement diverses, plus ou moins maîtrisées et souvent contradictoires. A leur suite, l'auteure entreprend de rendre compte de la genèse chaotique de ce courant de recherche non unifié, des enjeux théoriques, sociologiques, politiques, commerciaux qu'il recèle, des controverses qui l'animent, mais aussi de ses apports et résultats principaux, en faisant une large place aux plus récents. A ce premier stade, compte tenu de l'abondance et de la diversité des travaux, en particulier dans les pays anglo-saxons, il s'agissait déjà d'un challenge, jusqu'à lors non relevé, au moins dans une perspective aussi large, et, à ce titre, évidemment très utile. Mais B. Le Grignou ne s'en tient pas là : d'abord, parce qu'elle insiste sur la dimension heuristique de l'approche pluridisciplinaire que ces recherches, au-delà de leurs différences, tentent généralement de mettre en œuvre, notamment lorsqu'elles explorent la "*terra incognita*" en aval des procès de communication ; ensuite, parce que l'auteure souligne tout l'intérêt que de telles études présentent *in fine* pour l'analyse des médias *en général*, de leurs appropriations et de leurs usages - si l'on admet avec elle que la masse critique des travaux autorise dorénavant une cumulativité raisonnée et contrôlée par des regards croisés.

S'éloignant des énoncés des "textes" comme des mesures quantitatives des consommations, résolument orientées "*du côté du public*" "réel", ces études tentent depuis quelques décennies d'appréhender l'activité de réception non seulement comme une forme de consommation ou de pratique interprétative du récepteur, mais aussi comme "*une expérience sociale, structurée par les conditions de production, de circulation, de réception et d'usages des "textes"*" (p. 2). B. Le Grignou rappelle que les enquêtes, souvent menées dans une perspective ethnographique, visent à saisir, à travers les pratiques et les discours, les modalités d'appropriation et de construction du sens de produits culturels divers. Car, et il s'agit sans doute là de l'un des apports comme de l'une des originalités majeurs de l'ouvrage, contrairement à ce que le sous-titre "*Usages et réceptions de la télévision*" laisse - trop - suggérer, l'auteure est loin d'en rester à ce que les diverses théories de la réception ont fait de ce média particulier : bien au contraire, elle valorise le décloisonnement des approches mises en œuvre dans l'étude -encore trop souvent privilégiée - des modalités d'appropriations de chaque média considéré individuellement, et souligne avec force les gains de connaissance qu'a d'ores et déjà permis l'importation de grilles d'analyses appliquées à d'autres produits symboliques (les livres, la peinture, le cinéma, les images religieuses...) dans l'étude des usages de la télévision... et vice-versa. Ce faisant, B. Le Grignou n'opère pas qu'un simple bilan critique des travaux menés sur les réceptions de la télévision, mais balaie un champ de recherches beaucoup plus large, embrassant les études portant sur bien d'autres supports, et plaidant pour la fécondité des passerelles et des emprunts.

Cette posture singulière commande le plan de l'ouvrage : d'une part, il articule les ruptures épistémologiques (*i.e.* indissociablement théoriques et méthodologiques) et les enjeux marquant l'histoire des études de réception ; d'autre part, le livre mêle systématiquement, dans chacune de ses trois parties, les apports d'études théoriques et d'enquêtes empiriques menées sur les appropriations de la télévision avec ceux de recherches prenant les usages d'autres médias pour objets.

La première partie, intitulée "Des publics", présente la genèse et les conditions d'émergence des différentes traditions de recherche sur le public et des "théories de la réception". Soulignant l'inscription pluridisciplinaire des études de réception et des publics (diversement qualifiés : téléspectateurs, lecteurs, usagers, "pratiquants" - des cultures populaires -, consommateurs...), B. Le Grignou commence par

rappeler qu'elles se (dé)marquent toutes en s'opposant au paradigme dominant jusque dans les années 60, celui de la "massmédiologie", qui oublie précisément les expériences des publics concrets, plus imaginés qu'étudiés. En effet, sous-tendue par des paradigmes divers (de la théorie critique de T.W. Adorno, au courant des "usages et gratifications" - W. Schramm, E. Katz... -, en passant par les impératifs de la "recherche administrative", soupçonnée d'inféodation à des intérêts purement commerciaux - P. Lazarsfeld), "la recherche sur les médias de masse a, longtemps et paradoxalement, contribué à reléguer le public à une place secondaire, assignée et circonscrite par l'intention des producteurs, des exégètes ou/et par la structure du message" (p. 13). C'est ce paradoxe que l'auteure éclaire de manière synthétique en revenant, dans une approche critique, sur les principales conclusions de ces différentes approches, inspiratrices ambiguës de certaines des premières enquêtes de réception, depuis lors largement contestées (chapitre 1). Dans un second temps, B. Le Grignou consacre trois chapitres à des traditions ultérieures de recherches, qui ont imprimé une marque sans doute plus profonde et durable sur les études de réception. Issus d'autres champs disciplinaires que la sociologie des médias et de la communication (sociologie des oeuvres littéraires et artistiques, histoire culturelle et des mentalités, sémiologie...), de nombreux chercheurs (essentiellement européens) commencent ainsi, à partir de la fin des années 70, à étudier d'autres pratiques culturelles et d'autres publics que celles et ceux de la télévision. S'intéressant d'abord aux "lecteurs", l'auteure résume dans un premier temps les apports d'une critique littéraire allemande renouvelée par les travaux d'H.-R. Jauss et de W. Iser : cette "Ecole de Constance" élabore une "esthétique de la réception", qui sera par la suite "opérationnalisée" sociologiquement ; B. Le Grignou rappelle ensuite l'intérêt de l'approche sémiologique développée par U. Eco, avant de souligner les multiples apports, l'originalité et la pertinence heuristique de "l'histoire du livre et du lire", inaugurée en France par les nombreux travaux de R. Chartier (chapitre 2). Du côté du public considéré cette fois comme "usager", l'auteure retient d'abord la première approche sociologique initiée dans les années 60 par P. Bourdieu, à propos des usages sociaux de la photographie (*Un Art moyen - Essai sur les usages sociaux de la photographie*, Minuit, 1965) ou encore de la fréquentation des musées (avec A. Darbel, *L'Amour de l'art - Les musées d'art européens et leur public*, Minuit, 1969), avant d'insister sur l'originalité de l'étude de l'historien d'art britannique M. Baxandall concernant cette fois *L'usage de la peinture dans l'Italie de la Renaissance (L'Oeil du Quattrocento*, Gallimard, 1985) ; elle revient ensuite sur le caractère pionnier des recherches menées par M. de Certeau, qui ont mis en évidence les "stratégies", "tactiques" et autres "braconnages" déployés par les usagers "ordinaires" dans la vie quotidienne, avant de s'intéresser aux recherches plus récentes - en particulier celles de J. Jouet - prenant pour objet les modalités différenciées d'appropriation et les usages de ces "machines à communiquer" que constituent les Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication (N.T.I.C.) (chapitre 3). Enfin, complétant la récente synthèse d'A. Mattelart et E. Neveu (*Introduction aux Cultural Studies*, La Découverte, coll. Repères, 2003), le quatrième chapitre mérite une attention particulière : il opère en effet un retour sur l'apport du courant britannique si controversé des "Cultural studies" nées au Center for Contemporary Cultural Studies de Birmingham, pionnier dans l'étude des cultures populaires. B. Le Grignou met en perspective les enquêtes ethnographiques, d'inspiration critique, prenant pour objet la culture de masse, cette "culture du pauvre" dont R. Hoggart (Minuit, 1970) a si bien su décrire l'attention "oblique", distanciée et filtrante, voire les résistances, qu'elle ne manque pas de susciter auprès des consommateurs issus des catégories populaires. Soulignant tous les enjeux (théoriques, méthodologiques, idéologiques) liés au fait que ces premiers travaux, dans leur majorité, "portent sur le public de télévision, soit un groupe social et un objet sociologique méprisés" (p. 1), l'auteure revient enfin sur l'apport du modèle théorique du "codage/décodage" élaboré par S. Hall, ainsi que sur les interprétations (quelquefois "sauvages") dont il a été l'objet. Parfois "trahi", souvent "dénaturé" - notamment lors des exportations -, le courant des *Cultural Studies* britannique a néanmoins sans nul doute ouvert la voie à une réflexion sur les conditions culturelles de la réception et, ainsi, à la mise en place progressive (et chaotique) d'une véritable "sociologie de la réception", notamment des produits télévisés (grâce aux travaux de D. Morley par exemple).

La seconde partie, particulièrement dense, porte plus spécifiquement sur "les téléspectateurs", de plus en plus volages, longtemps sondés, segmentés, mesurés, mais toutefois demeurés largement méconnus dans leurs pratiques et usages concrets du média. Soulignant la "quantophrénie", empreinte de préoccupations commerciales, qui domine dans un premier temps les études menées pour les "connaître" et surtout les cibler, B. Le Grignou pointe en effet la suprématie objective - et les limites heuristiques d'un point de vue sociologique - des techniques d'enquêtes quantitatives de mesures d'audience (chapitre 5). Elle spécifie ensuite le contexte d'émergence de méthodologies plus qualitatives visant à rompre avec la conception - dominante - de téléspectateurs-consommateurs, trop souvent réduits à un agrégat statistique et à des "parts de marché" ; l'auteure souligne ici les apports des études ethnographiques (elles-mêmes non exemptes de biais) visant à saisir la réalité des pratiques télévisuelles, les déterminants des goûts et des motivations des téléspectateurs, le(s) sens qu'ils confèrent à leurs pratiques, en un mot les

réceptions et usages concrets qu'ils font de la télévision (chapitre 6). B. Le Grignou rappelle ensuite que la figure d'un téléspectateur actif, co-producteur de sens, ainsi que l'attention portée aux modalités plurielles - et évolutives - d'exposition et d'appropriation des "textes" par les récepteurs, constituent les deux topiques essentielles de recherches par ailleurs très diverses. Elle présente les principaux résultats des enquêtes menées sur les réceptions de la télévision, qui s'orientent dans plusieurs directions : certaines s'intéressent à l'activité interprétative du téléspectateur, en prenant par exemple pour objets les feuilletons ou les informations politiques (chapitres 7 et 10) ; d'autres sont centrées sur les pratiques télévisuelles inscrites dans la sphère domestique quotidienne, à l'instar des travaux pionniers de D. Morley ou D. Hobson et, plus tard, de ceux de J. Lull, L. Spigel ou S. Moores - (chapitre 8). Toutes ces recherches mettent en lumière des pratiques et des appropriations différenciées, variables en fonction du genre, de l'âge, de la classe sociale, des origines ethniques, et qui apparaissent structurées par les contextes et sphères de réception, les genres télévisuels, les communautés socioculturelles d'appartenance, etc... D'autres enquêtes mettent plus spécifiquement l'accent sur les usages sociaux polymorphes du média et des programmes qu'il propose, utilisés comme ressources plurielles : conversationnelle - cf. les travaux de D. Boullier -, opérateurs de construction identitaire pour les adolescents - comme le montrent notamment les travaux de D. Pasquier - ou pour les femmes - cf. par exemple les travaux de M.E. Brown ou, plus récemment, ceux de J. Radway ou de L. Thomas -, ou encore vecteurs d'engagements, qu'ils soient "*compassionnels*", comme l'ont mis en évidence D. Mehl ou D. Cardon et J.-P. Heurtin à propos du Téléthon, ou "*civiques*", "*discursifs*" dans les analyses de S. Livingstone et de P. Lunt (chapitre 9). Se démarquant vigoureusement de la vision d'un spectateur passif et atomisé, le réhabilitant - parfois non sans équivoque - comme acteur social, n'évitant pas, dans quelques cas, les dérives aboutissant à sur-estimer son autonomie, ce courant de recherches, éclaté même s'il partage un certain nombre d'hypothèses, a réactivé et, dans une certaine mesure, revisité le vieux débat sur les effets, limités ou non, des médias.

Enfin, la troisième partie ("Des profanes") revient plus généralement sur les enjeux épistémologiques soulevés par la problématique de la réception et sur les pistes potentielles de recherche qu'elle ouvre, à au moins deux niveaux distincts :

- D'une part, les études de réception offrent la possibilité de renouveler les questionnements rebattus quant au "pouvoir" des médias de masse : en effet, sans prétendre apporter de réponses définitives, elles permettent de relativiser très fortement la pertinence sociologique de simples mesures d'audience pour saisir les pratiques concrètes des téléspectateurs ; ce faisant et de surcroît, elles infirment un certain nombre de fantasmes sociaux et autres idées reçues quant aux effets puissants, directs et univoques des médias de masse d'un côté, ou à leurs effets intrinsèquement limités de l'autre, en invitant à complexifier et à contextualiser les analyses.
- D'autre part, et peut-être plus fondamentalement, les études de réception engagent à penser d'autres types de pratiques, qu'elles soient culturelles ou politiques, lettrées ou ordinaires, "conformes" ou hétérodoxes, moins comme des formes de consommations plus ou moins "passives", que comme des expériences, indissociablement individuelles et sociales. Quelques champs disciplinaires (sociologie de la culture, de la lecture, de l'art - chapitre 11 -, histoire "du livre et du lire" - chapitre 13 -...) ont déjà commencé à mobiliser de manière féconde cette problématique. D'autres s'en désintéressent encore... Suivant B. Le Grignou, il paraît en effet fort utile d'insister sur tout l'intérêt que la science politique et les études de communication politique en particulier auraient à importer et transposer certains paradigmes et démarches d'enquête proposés par les études de réception en vue de renouveler certaines de leurs problématiques et d'explorer des terres vierges, en s'éloignant de toute tentation légitimiste : on pense ici notamment aux réceptions des produits politiques par leurs destinataires "profanes", qu'ils soient citoyens/électeurs, usagers des services publics, etc. Car en effet, tout comme les produits culturels, les discours politiques par exemple constituent aussi des produits symboliques, lettrés. Or, on sait que la compétence politique, à l'instar des pratiques culturelles, croît avec le niveau socio-culturel. Dès lors, progresser dans la connaissance des appropriations concrètes des différents médias par des récepteurs différemment situés au sein des rapports de classe (mais aussi de genre, etc...) pourrait permettre *in fine* et par analogie - maîtrisée - :
  - D'une part, de fournir des grilles de lecture et des clefs d'analyse transposables dans le domaine de la réception des discours et produits politiques ;
  - D'autre part, d'améliorer la compréhension sociologique de ce que J.-F. Bayart nommait "*la politique par le bas*" : en effet, un tel « déplacement du regard » serait susceptible de permettre une appréhension renouvelée des usages populaires du politique, des compétences, des ressources et des activités interprétatives, plus ou moins "informées" et "politiques", que les citoyens ordinaires, souvent plutôt indifférents à cet ordre d'activités, mobilisent pour se repérer dans l'univers politique. Ce dernier point apparaît singulièrement crucial si l'on rappelle qu'il

s'agit là de terrains encore largement inexplorés - si l'on excepte quelques (rares) enquêtes, présentées dans le chapitre 12 de l'ouvrage -, parce que difficilement saisissables.

Le treizième chapitre conclusif est ainsi particulièrement stimulant : les études de réception s'inscriraient dans une féconde tradition d'analyse de la circulation et des effets des produits culturels, analysés comme révélateurs pertinents d'un politique "*contingent*", et pourraient dès lors contribuer à éclairer d'un jour nouveau l'histoire sociale des idées, mais aussi, serait-on tenter d'ajouter, la sociologie des producteurs symboliques.

Avec la remarquable synthèse critique que propose B. Le Grignou, on peut gager que le "coût d'entrée" intellectuel dans les études de réception, très important jusqu'à lors compte tenu de la masse, de l'éclatement et de la pluridisciplinarité des travaux à maîtriser, sera dorénavant sans nul doute moins élevé et guidera efficacement qui souhaitera s'attaquer à cette autre gageure...

**Isabelle CHARPENTIER**

**(Université de Versailles - Saint-Quentin-en-Yvelines - C.A.R.PO - C.S.E.)**