Vincent GOULET, *Médias et classes populaires. Les usages ordinaires des informations*

Paris, INA Éd. coll. Médias essais, 2010, 336 p.

Brigitte Le Grignou

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/2205>

DOI : 10.4000/questionsdecommunication.2205

ISSN : 2259-8901

Éditeur

Presses universitaires de Lorraine

Édition imprimée

Date de publication : 31 décembre 2011

Pagination : 411-414

ISBN : 978-2-8143-0108-5

ISSN : 1633-5961

Référence électronique

Brigitte Le Grignou, « Vincent GOULET, *Médias et classes populaires. Les usages ordinaires des informations* », *Questions de communication* [En ligne], 20 | 2011, mis en ligne le 05 avril 2012, consulté le 21 septembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/2205> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.2205>

Ce document a été généré automatiquement le 21 septembre 2020.

Tous droits réservés

Vincent GOULET, *Médias et classes populaires. Les usages ordinaires des informations*

Paris, INA Éd. coll. Médias essais, 2010, 336 p.

Brigitte Le Grignou

RÉFÉRENCE

Vincent GOULET, *Médias et classes populaires. Les usages ordinaires des informations*. Paris, INA Éd. coll. Médias essais, 2010, 336 p.

- 1 « Au fond, pourquoi les gens, et en particulier les gens ordinaires, les gens modestes qui n'ont guère de pouvoir économique, politique ou social, s'informent-ils ? ». À partir d'une question (faussement) simple, Vincent Goulet contribue à dénaturiser cette pratique si banale, et largement impensée, dans une société dite « d'information ». Sa contribution, issue d'une thèse de sociologie préparée sous la direction de Patrick Champagne et saluée par le Prix de la recherche 2009 de l'Inathèque de France, est triplement innovante. D'abord, une approche des médias par les usages, qui met en oeuvre une démarche rarement pratiquée en France, l'étude de réception : l'auteur se donne alors les moyens d'éviter un « médiacentrisme » très commun qui, axé sur les seuls producteurs et productions, en infère des effets. Ensuite, une étude des usages des informations par les « gens ordinaires » (et non par les journalistes, les critiques, les élites) qui contribue, sans misérabilisme, à une sociologie de la culture et des classes populaires. Enfin, l'accent mis sur les « actualités » ouvre des pistes, en sociologie politique, et permet notamment d'aborder la question des rapports ordinaires à la politique et, par analogie, d'appréhender le citoyen ordinaire, difficile à observer.
- 2 L'originalité de l'ouvrage réside aussi dans la méthode mise en oeuvre : pour appréhender concrètement les circulations et appropriations des biens informationnels dans un milieu social, l'auteur recourt à l'ethnographie en s'immergeant, trois années

durant, dans un quartier populaire d'une banlieue de Bordeaux. Le terrain est soigneusement choisi et ses caractéristiques populaires sont discutées et attestées : 80 % d'employés et ouvriers, moins de 9 % de diplômés de l'enseignement supérieur, un taux de chômage de 35 %. Il pratique l'observation (parfois participante) non seulement des usages, mais aussi de la circulation de l'information, analyse les interactions et discussions, dans les espaces publics et privés, et réalise des entretiens avec les habitants. Ce travail de terrain est structuré par un cadre théorique rigoureux qui permet d'éviter à la fois la monographie et les pièges qui guettent le sociologue des médias et plus encore le sociologue du populaire. Vincent Goulet n'ignore rien des recherches de sociologues, historiens, politistes, philosophes qui ont travaillé ces questions et mobilisent les réflexions les plus pertinentes sur nombre de sujets : des travaux de Pierre Bourdieu, référence centrale, sur la domination et légitimité culturelle, à ceux d'Olivier Schwartz sur les classes populaires, en passant par William A. Gamson sur les discussions politico-médiatiques, Paul Veyne sur les croyances et les faits divers, François Héran sur l'importance des sociabilités comme pratiques culturelles, Dominique Pasquier sur l'« expérience télévisuelle », François Ploux sur la propagation des rumeurs, Annie Collovald et Frédéric Sawicki sur les usages populaires du politique, Michel Foucault sur l'ordre du discours...

- 3 Certes, on peut regretter l'absence ou l'insuffisante mobilisation de certains travaux : ceux de Philippe Aldrin sur la rumeur qui auraient permis d'enrichir la réflexion sur les usages de la rumeur politique, ceux de Michel de Certeau sur les « tactiques », « ingéniosités du faible » et notamment du non-producteur de culture, ceux des chercheurs britanniques, notamment du courant des *Cultural Studies*, ou ceux de Greg Philo qui enquête sur un sujet très proche, les usages des informations par divers groupes sociaux, et éclaire précisément les ressources-conditions et limites d'une lecture « hégémonique », « oppositionnelle » ou, plus fréquemment, « négociée ». Mais on sait combien ce genre de regret relève d'un mode de lecture « professionnel », qui tend toujours pour une part à projeter ses propres questionnements et références ; il n'obère en rien le résultat tant Vincent Goulet maintient un rapport à son enquête, à la fois rigoureux (les auteurs ne sont jamais convoqués paresseusement ou à titre décoratif), ambitieux (il fait de véritables découvertes sur un sujet encombré de lieux communs) et modeste (il est très réflexif sur sa posture d'enquêteur).
- 4 L'ouvrage structuré en trois parties (« Sociabilités populaires et circulations des informations » ; « Les fonctions sociales et identitaires des informations » ; « Construction du jugement et compétence politique populaires ») fait voyager le lecteur des lieux et pratiques de sociabilité populaire, vers les usages sociaux, et notamment identitaires des informations, pour aboutir aux productions et appropriations populaires des informations médiatiques, notamment politiques. Ce riche tableau de la culture médiatique populaire ouvre de nombreuses pistes de réflexion. On peut, à titre d'exemples, en retenir trois qui se présentent comme autant de réfutations de lieux communs sur les pratiques médiatiques et populaires, et contribuent salutairement à renouveler la sociologie des médias, la sociologie du populaire et la sociologie politique.
- 5 À rebours d'une forme de « médiacentrisme », particulièrement la croyance journalistique en l'importance déterminante des informations (de l'information en général), le lecteur est conduit à relativiser la place et l'influence du phénomène. L'accent mis sur les circulations, sur les lieux (dans la famille, au sein du couple, dans

les espaces publics – hall des boîtes à lettre, commerces, dalle du parvis –, sur les lieux de travail), réhabilitent les « sociabilités », « structures sociales qui servent de vecteurs à la circulation ». Cette attention aux sociabilités en fait voir la faiblesse dans les milieux populaires, et notamment la rareté des discussions en public : celles-ci, quand elles ont lieu, sont menées par des leaders d'opinion, qui fondent leur autorité sur une connaissance de l'actualité et sur un savoir-faire conversationnel, propre à fabriquer du consensus et à décourager les voix dissidentes.

- 6 L'étude des interactions montre aussi l'importance des échanges dans la sphère domestique, plus particulièrement au sein du couple où ils peuvent servir à maintenir un contact affectif, ou, dans le cas de couples socialement hétérogènes, à compenser une « asymétrie sociale conjugale ». Enfin, elle rend visible combien, « les actualités, à quelques exceptions près – comme la campagne présidentielle de 2007 – ne sont qu'un thème secondaire de discussions entre groupes de personnes qui se fréquentent dans la cité ». Autant d'exemples réactualisés de cette « consommation nonchalante » pointée par Richard Hoggart.
- 7 Une deuxième piste conduit aux rapports populaires à la politique. La réflexion de Vincent Goulet sur « la difficile évaluation de l'indifférence aux informations » rencontre à nouveau l'auteur de *La culture du pauvre* et son fameux « rapport oblique » à la politique. L'analyse permet de saisir le paradoxe de pratiques (sans croyance ?), telle une forte exposition aux médias combinée à un faible intérêt pour les informations et leurs usages légitimes ; ou l'ambivalence des appropriations, faites d'intérêt ponctuel et de méfiance vis-à-vis de la politique (l'évitement sur les lieux de travail des « sujets qui fâchent »), de tolérance et de goût du débat, d'adhésion au discours médiatique (l'autorité des professionnels des médias, la compétence des journalistes rarement remises en cause) et de critiques (souvent fondées sur l'expérience personnelle, ou sur l'opposition entre « petits » et « gros »). L'auteur rappelle opportunément, à la suite de Pierre Bourdieu, que les actualités, comme tous les biens culturels, sont des éléments de connaissances, mais aussi des ressources qui permettent de tenir son rang dans une conversation : on comprend alors que l'absence d'un « marché » sur lequel échanger et faire valoir un discours, un savoir, n'incite pas à investir dans les informations, moins encore dans les informations politiques : les informations se présenteraient, « pour les milieux populaires, comme des “biens non durables et peu coûteux” qui n'exigent pas de “donner de la voix” en cas d'insatisfaction », des sujets « secondaires » qui n'exigent pas d'être commentés.
- 8 Le rapport oblique est aussi fait d'usages « faibles » ou peu légitimes des informations, et par exemple les usages pluriels des faits divers, dont l'auteur nous convainc qu'ils ne font pas seulement « diversion », mais remplissent de nombreuses fonctions : entretien du capital relationnel, réaffirmation des règles de vie en commun et de sa propre place, abaissement des « tensions » et consolation de la domination sociale, fonction cathartique qui permet, avec les catastrophes naturelles, d'« apprivoiser la mort et le hasard », et avec les accidents et crimes contre les enfants de mettre à distance le malheur. Des usages somme toute communs, mais aussi des usages spécifiques, structurés par des rapports de classe : par la centralité des clivages « eux/nous », des demandes de justice, de protection des « petits », des usages « proto politiques ». En définitive, cette approche des usages populaires des informations réitère la nécessaire mise à distance du citoyen idéal (rationnel ?), activement et exclusivement occupé à se forger une opinion fondée en vue d'un choix éclairé et cohérent. De même que le

télespectateur n'est jamais un pur télespectateur, le citoyen ou l'électeur passe aussi beaucoup de temps à ne pas l'être (comme rétorquait François Mauriac, à propos des catholiques, à ceux qui s'étonnaient de ses manquements supposés au dogme).

- 9 La troisième perspective empruntée conduit à une réflexion sur le populaire et ses spécificités. L'auteur s'arrête ainsi sur un mode de constitution des opinions, spécifique aux classes populaires : distinct de celui des classes supérieures et intellectuelles qui affirment se faire une opinion à partir d'éléments objectifs et selon un processus de réflexion personnel et rationnel, l'opinion populaire serait davantage sensible aux styles d'énonciation qu'aux énoncés et « vérités », serait plus portée aux prises de position concrètes sans prétention à la généralisation : « L'adhésion à des textes ou programmes populaires comme les *Grandes Gueules* ne repose pas seulement sur les contenus, qui sont au sens propre et figuré, discutables, mais aussi sur un style d'énonciation, sur une façon, directe et polémique de "parler des vrais problèmes" ».
- 10 De même, il cerne une forme de compétence politique populaire, à la fois appuyée sur des catégories morales – justice, ordre –, attentive à la forme, aux conditions d'énonciation (pas seulement aux corps et gestes, mais aussi au style, rythme, humour), partiellement fondée sur des ressources médiatiques mais pas déterminée par la mythique « grand-messe du 20 h » : la spécificité populaire résidant ici dans la combinaison de facteurs sociaux, économiques, politiques, historiques (l'atomisation de classe ouvrière, le déclin des organisations d'encadrement...), qui forgent un rapport à la politique, sinon plus individualisé du moins plus isolé, dans lequel les individus ne trouvent plus que dans les médias (et notamment dans les personnalités médiatiques) les « moyens de continuer d'articuler un rapport politique au monde, de « faire de la po » ». Cette spécificité ne conduit pas pour autant à une vision homogénéisante : l'enquête, à l'inverse, prend la mesure de la diversité des milieux populaires et de leurs pratiques, notamment informationnelles : la fréquentation et les usages des médias dépendent ainsi des formes de capitaux culturels, sociaux, détenus, des positions (par exemple, d'*insiders/outsiders*), des trajectoires sociales, des origines géographiques, du genre...
- 11 Cette dernière réflexion sur « le populaire », sur laquelle l'auteur revient en conclusion, est sans doute celle qui suscite le plus de discussions. Deux exemples illustreront les réserves et regrets d'un lecteur, en l'occurrence une lectrice : à une classe populaire, hétérogène, diversifiée, ambivalente par rapports aux informations et au journalisme, fait face une classe tantôt « moyenne » (analyse critique des médias et de la connivence journalistique comme « lieu commun de la classe moyenne »), tantôt « bourgeoise » (l'ambivalence des dominés face au discours médiatique « à l'opposé du confort des certitudes bourgeoises »), qui ont en commun une apparente (et trompeuse) homogénéité. On voit ainsi s'esquisser, en creux, la vision caricaturale d'une classe moyenne, entièrement et activement occupée à lire *Télérama*, *Libération* ou *Le Monde diplomatique*, ou bien le portrait d'une classe bourgeoise, sans clivages, sans « dissonances » pour parler comme Bernard Lahire.
- 12 Un clivage en particulier méritait d'être creusé s'agissant du rapport aux informations et à la politique, et ce dans tous les groupes sociaux : celui du genre. Comment par exemple ne pas voir, dans la quasi-absence de femmes dans l'auditoire des *Grandes Gueules* (émission de RMC analysée au titre des « mises en forme du rapport populaire au politique »), dans l'invisibilité des femmes dans les espaces publics, un « raté » de la socialisation politique, qui invite à s'interroger sur d'autres rapports aux médias, aux

informations, à la politique, d'autres évitements, d'autres modes de consolation..., qui invite aussi à considérer que, dans certaines circonstances, ainsi que l'écrivent Catherine Achin et Sandrine Lévêque, « le genre c'est la classe ? » (in : Éric Agrikoliansky, Jérôme Heurtaux, Brigitte Le Grignou, dirs, *Paris en campagne. Les élections municipales de mars 2008 dans deux arrondissements parisiens*, Paris, Éd. Le Croquant, 2011).

INDEX

oeuvre citée Médias et classes populaires. Les usages ordinaires des informations - (Vincent Goulet, 2010)

AUTEURS

BRIGITTE LE GRIGNOU

IRISSO, université Paris Dauphine

b.legrignou@free.fr