Brigitte LE GRIGNOU, *Du côté du public. Usages et
réceptions de la télévision*

Paris, Éd. Économica, coll. Études politiques, 2003, 239 p.

Céline Ségur

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/5943>

DOI : 10.4000/questionsdecommunication.5943

ISSN : 2259-8901

Éditeur

Presses universitaires de Lorraine

Édition imprimée

Date de publication : 1 décembre 2004

Pagination : 380-381

ISBN : 978-2-86480-848-0

ISSN : 1633-5961

Référence électronique

Céline Ségur, « Brigitte LE GRIGNOU, *Du côté du public. Usages et réceptions de la télévision* », *Questions de communication* [En ligne], 6 | 2004, mis en ligne le 24 mai 2012, consulté le 22 septembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/5943> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.5943>

topographiques de ces années 20, globalement balayées par le nouveau régime ? Quels furent aussi les effets de la modélisation hollywoodienne sur ce cinéma si l'on retient la tentative de Choumiatski, patron des studios soviétiques en tournée à Hollywood pour recopier ce modèle concurrentiel en 1935 et bâtir un projet de *Kinogorod* près d'Odessa, qui ne verra jamais le jour avec les grandes purges de 1937-38 où, d'ailleurs, lui-même disparaîtra ? Enfin, une dernière critique à l'égard de ce travail indispensable, le choix médiocre du livret intercalaire des photos noir et blanc, souvent mal reproduites, et n'offrant pas de témoignages véritablement conséquents aux propos des différents auteurs réunis ici dans un ouvrage dédié à l'histoire des images. Mais le livre privilégie d'autres formes de questionnements puisqu'il s'agit de construire sur un plan méthodologique et de manière ici collective de nouvelles périodisations en réévaluant en permanence cette production filmique. D'ailleurs, comme le proposent Natacha Laurent et d'autres (« Le cinéma soviétique, une histoire en chantiers », in : *Positif*, 509, juil./août 2003), dans l'esprit sans doute de futurs chantiers prometteurs : « [...] la contextualisation des images et l'analyse esthétique ne sont plus conçues comme des approches concurrentes, mais apparaissent comme indissociables » (p. 156).

Kristian Feigelson

IRCAV, université Paris 3

Kristian.Feigelson@univ-paris3.fr

Brigitte LE GRIGNOU, *Du côté du public.*

Usages et réceptions de la télévision.

Paris, Éd. Economica, coll. Études politiques, 2003, 239 p.

Du côté du public. Usages et réceptions de la télévision est un ouvrage riche en connaissances épistémologiques et méthodologiques. Brigitte Le Grignou donne à lire une synthèse ouverte et attendue dans le champ des sciences humaines et sociales, en raison d'une appréhension quelque peu mythique vis-à-vis de l'objet : les publics de télévision. Dès les premières pages, l'auteur s'efforce de tisser les liens entre chacune des approches

ayant contribué, de près ou de loin, à la constitution d'un savoir sur les téléspectateurs. L'ensemble prend la forme d'un état des lieux qui met l'accent sur la formation des problématiques et ouvre la voie à de nouvelles investigations.

Aussi trouve-t-on un panorama des courants de recherche, disciplines et auteurs du domaine, suivi d'une présentation des connaissances à disposition. Impossible, ici, de recenser les perspectives présentées, tant elles sont nombreuses : l'intérêt pour le public est transdisciplinaire. Par exemple, l'auteur rappelle à juste titre (parce que ça n'est pas toujours le cas dans les généalogies scientifiques disponibles) les apports de la recherche littéraire, notamment celle de l'école de Constance, pour la production des premiers questionnements sur les lecteurs de textes audiovisuels. On mesure la participation des historiens – celle de Roger Chartier notamment (cf. pp. 29-33) – au moment où la recherche a commencé à penser l'élaboration des significations des messages médiatiques, non plus à partir du texte (le « livre »), mais à partir de son lecteur (le « lire »). Si, en début de son étude, Brigitte Le Grignou adopte une démarche pour le moins classique, ce tour d'horizon a le mérite de faire (re)connaître la contribution – parfois négligée – de certaines disciplines.

Cependant, l'objectif éditorial dépasse la revue de questions. En effet, il participe d'un mouvement de « réhabilitation » des téléspectateurs qui s'accompagne d'un renouveau dans la recherche, ou plutôt d'un regain d'intérêt. Brigitte Le Grignou explique que la curiosité pour le public va de pair avec les efforts fournis récemment par l'industrie audiovisuelle pour accroître la connaissance des usagers. Ceux-ci sont dus, en partie, à l'évolution de la technologie et à la multiplication des programmes ; ils se comprennent aussi, et surtout, par la mission que tend à se donner l'industrie télévisuelle : produire du lien social. Les chercheurs n'ignorent pas cette tendance et étudient le rapport au réel, au média ou encore au fictionnel, induit par la relation émetteur-récepteur.

L'auteur s'inscrit dans ce mouvement : elle interroge la nature du lien entre le média et son récepteur, que ce dernier soit « un public » (1^{re} partie), « un téléspectateur » (2^e partie) ou « un profane » (3^e partie).

Dans un premier temps, Brigitte Le Grignou annonce vouloir « jeter les bases d'une sociologie de la réception », articulée autour de trois questionnements : l'influence des messages médiatiques, l'identification des publics, et les usages que ceux-ci font du média. Ce projet consiste à articuler les apports des courants de pensée considérés comme fondateurs dans ce domaine, dont, notamment, les recherches américaines sur les usages et gratifications et un pan de la sociologie française, elle-même inspirée par les travaux culturalistes. De fait, par la suite, l'auteur interroge les multiples facettes du téléspectateur, issues des biais méthodologiques utilisés par les chercheurs. Ainsi le public de télévision est-il tour à tour un chiffre, un comportement, un interprète, un acteur social, un citoyen, etc. L'effet de liste s'efface lorsque l'on comprend que cette présentation vise à établir l'importance de la notion de « situation » ou de « contexte » : dans toute étude de réception, il s'agit de prendre en compte le moment de la pratique (immédiat, différé, en continu, accompagné, scripturaire) comme élément conditionnant tout ou partie des résultats (construction d'une identité, élaboration de stratégies, apprentissage, etc.).

Dans un deuxième temps, cette nécessaire saisie du contexte de réception et l'incidence de cette variable sur les types de conclusions produites par les enquêtes conduisent l'auteur à déplacer le domaine de ses investigations épistémologiques vers la nature du lien entre une œuvre et son public. Dans la troisième et dernière partie, Brigitte Le Grignou propose de ne plus s'interroger sur ce que fait l'utilisateur des messages qu'il reçoit, mais sur la relation qu'il construit avec le média, c'est-à-dire « [...] concevoir les pratiques culturelles non comme des formes de consommation, mais comme des expériences, à la fois indéfectiblement individuelles et sociales » (p. 160). D'une part, elle s'intéresse aux

travaux issus d'une sociologie des pratiques culturelles et politiques ; d'autre part, elle mobilise des apports issus des champs littéraires et historiques. Sa démarche – quelque peu surprenante de prime abord, parce qu'elle ne traite plus spécifiquement de la télévision – tend à se focaliser sur les lecteurs dits « profanes » (ou « réels, esthètes, ordinaires, populaires ») et les usages qu'ils font des livres, des œuvres d'art, des films, des messages politiques : quelles sont les compétences mobilisées par les usagers ; quels sont les modes d'appropriation des textes ? Ce n'est pas l'objet reçu qui est en jeu : l'auteur prend de la distance par rapport aux contenus pour mieux analyser, ensuite, les pratiques de réception. En définitive, le propos ne porte ni sur le pôle de la production ni sur celui de la réception, mais sur celui de la diffusion des œuvres, autrement dit : les conditions de circulation de celles-ci dans l'espace public. Ici les usages – i.e. les interprétations différenciées des contenus, les *habitus*, etc. – déterminent les modes de lecture.

Une caractéristique de l'ouvrage est de ne pas envisager les études de réception télévisuelle comme une fin : on connaît désormais la variété des pratiques, des appropriations et des constructions de sens des individus face aux médias. Ces acquis conduisent l'auteur à interroger « ce qui se passe » quand le public rencontre une image, dans le cadre d'une sociologie de la réception des œuvres culturelles. Brigitte Le Grignou fait l'impasse sur une éventuelle spécificité des médias, pour mieux s'intéresser à l'ensemble des images diffusées au sein de l'espace public. Aussi le sous-titre *Usages et réceptions de la télévision* peut-il surprendre le lecteur : les travaux sur les téléspectateurs sont présents dans l'ouvrage (le panorama est riche), mais ils ne constituent pas l'unique objet de la réflexion.

Céline Ségur
CREM, université de Metz
cesegur@yahoo.fr