



## **La télévision telle qu'on la parle**

Trois études ethnométhodologiques

Copyright

*Collection Champs visuels*

**La télévision telle qu'on la parle**

Trois études ethnométhodologiques

Dominique Boullier

**Éditions L'Harmattan,**  
7, rue de l'École Polytechnique 75005 Paris

Ouvrages du même auteur

BOULLIER, Dominique et Marc LEGRAND (éds).- **Les Mots pour le faire. Conception des modes d'emploi**, Paris : Ed. Descartes, 1992.

JOSEPH, Isaac, BOULLIER, Dominique et aliï.- **Gare du Nord, Mode d'emploi**, Paris : Plan Urbain - RATP - SNCF, 1994.

BOULLIER, Dominique.- **L'Urbanité numérique. Essai sur la troisième ville en 2100**, Paris : L'Harmattan, 1999.

BOULLIER, Dominique et Stéphane CHEVRIER.- **Les Sapeurs-pompiers : des soldats du feu aux techniciens du risque**, Paris : PUF, 2000.

BOULLIER, Dominique.- **Derrière chez moi... l'intérêt général**, Paris : Textuel, 2001 (collection Le Génie associatif).

LEBEUX, Pierre et Dominique BOULLIER (éds).- L'information médicale numérique, **Les Cahiers du Numérique**, vol.2, n°2-2001, Paris : Hermès.

Pour Lydie

## TABLE DES MATIERES

<i>Introduction générale</i> _____	<b>09</b>
<b>Chapitre 1 La conversation télé</b> _____	<b>21</b>
<b>Introduction</b> _____	<b>23</b>
Le dispositif d'enquête _____	34
La situation de travail _____	35
<b>La télévision : Une référence pas si commune</b> _____	<b>44</b>
<b>La conversation télé est un opérateur de conversion privé/public à basse tension</b> _____	<b>58</b>
<b>Les conditions locales de formation d'une opinion publique à travers la conversation télé</b> _____	<b>73</b>
Dispositif d'enquête pour l'étude des conversations _____	81
<b>Chapitre 2 Les styles de relation à la télévision</b> _____	<b>87</b>
<b>Introduction</b> _____	<b>89</b>
<b>Les styles de relation à la télévision</b> _____	<b>92</b>
2.1 " On n'est pas télé ! " _____	92
2.2. Un déficit de légitimité : la masse et le flux _____	93
2.3. La construction des styles _____	97
2.4. Au-delà des styles : négociation sociale et investissement émotionnel. _____	100
2.5. Intermède méthodologique : où l'on apprend que tout ce qui précède est douteux (mais ce n'est pas sûr). _____	106
Les entretiens-minutes par téléphone _____	110
<b>Les styles en action : types observés</b> _____	<b>111</b>
3.1. À la conquête de la télévision (maîtrise et passion) _____	111
3.2. Méfiance, méfiance (maîtrise et tangente) _____	116
3.3. Le tout-télé ou le plaisir de la défaite (passion + dépossession) _____	118
3.4. Y a-t-il un téléspectateur devant ce poste ? (dépossession + tangente) _____	122

<b>Chapitre 3 <i>Je regarde, j'aime, c'est bien : les téléspectateurs jugent la télévision.</i></b>	<b>129</b>
<b>1. Introduction</b>	<b>131</b>
<b>2. La mise en œuvre de catégories</b>	<b>139</b>
<b>3. Les sorties du cercle de la télévision dans l'argumentation</b>	<b>157</b>
Les pratiques expliquées par des contraintes, provoquées par le milieu :	159
Les goûts personnels sont renvoyés à des goûts forgés ailleurs à travers des univers d'appartenance	162
Les jugements sont référés à un principe supérieur commun, valable au-delà du " jugement télévision " et permettant de guider son opinion dans d'autres domaines :	169
Habitudes, choix impossible et impuissance explicative	174
Gérer les contradictions de son discours	179
La relativisation et la négation du choix	186
Petit intermède sur la complémentarité des programmations	191
<b>4. Les armes de l'argumentation</b>	<b>193</b>
<i>Une médiation particulière, les revues et les programmes de télévision.</i>	199
<b>5. Le courrier des lecteurs</b>	<b>202</b>
<b>6. Conclusion et pistes de travail</b>	<b>206</b>
<b>Chapitre 4 <i>Les enjeux sociopolitiques des représentations des téléspectateurs</i></b>	<b>211</b>
<b>1. Le téléspectateur introuvable : un champ de débats permanent aujourd'hui particulièrement actif</b>	<b>214</b>
<b>2. Une autre remise en cause est-elle possible ? Des choix stratégiques pour le service public</b>	<b>222</b>
<b>3. Un inventaire des types de liens avec les " téléspectateurs ", pouvant être mobilisés par les professionnels de la télévision</b>	<b>229</b>
<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	<b>236</b>







## Introduction générale



Il faut en prendre son parti : nous n'embrasserons jamais la totalité du social, nous n'atteindrons pas un point de vue indépendant des points de vue. C'est pourtant ce que toutes les études de réception voudraient faire mais aussi ce qu'on leur reproche de ne pas faire. Les travaux sur les "effets puissants" des media révisés par les "effets limités" ont eu un effet, celui de laisser croire qu'on pouvait encore penser le social en terme d'effets. Qu'on puisse parler d'intentions (de l'auteur) serait plus modeste mais guère novateur : c'est qu'en effet on veut boucler la boucle, on voudrait tenir en même temps le récepteur. Et non lui laisser la bride sur le cou comme certaines études de réception ont cherché à le faire. Car la tendance des années 80 a consisté à retourner le point de vue pour dire en quelque sorte : "tout le pouvoir aux récepteurs !". Ils ne font pas que remplir les "blancs" du texte, évoqués par U. Eco mais ils le dissolvent carrément.

Assez de ces extrêmes improductifs ou sectaires ! Dorénavant, il serait de bon ton de tenir les deux plateaux de la balance, de marcher sur ses deux jambes, de ménager la chèvre et le chou, de ne pas jeter le bébé de l'influence avec l'eau du bain de la domination, etc. Il faudrait équilibrer le rôle du texte et celui du récepteur, et admettre qu'aucun ne peut être analysé sans l'autre.

Eh bien, non ! Voilà ce qui motive cette publication d'études non diffusées à l'époque où elles avaient été conduites (1987 et 1990.) Nous n'avons jamais été très loin dans le tournant ethnométhodologique en matière de réception et déjà il nous faudrait faire demi-tour ? (et on risque de faire des nœuds en faisant demi-tour dans un tournant !) Pas d'accord ! Non seulement, nous devons faire le deuil de cette double analyse simultanée du rôle de l'émetteur du texte et du récepteur mais nous ne pouvons pas faire autrement ! Il faudra bien cesser de penser les sciences humaines sur le mode de la science positiviste du XIX<sup>ème</sup> siècle et faire notre révolution quantique : nous ne pouvons occuper les deux positions à la fois, nous ne pouvons occuper une position qui ne serait marquée par

aucun point de vue, nous ne pouvons échapper à la nécessité de choisir une perspective.

C'est notre regard qui définit la face des phénomènes que nous observons et nous aurons beau osciller de l'un à l'autre, nous ne pourrons jamais réconcilier ces deux points de vue.

Les " ressorts " montés par l'auteur, nous pouvons les analyser avec lui, en tenant compte du supposé récepteur, " lecteur-modèle " qu'il construit en même temps. Et ce faisant nous devons suivre à la trace ses méthodes, particulières, pour monter ces ressorts, méthodes de professionnel (Jost, 1998.) Mais dès lors que nous adoptons le point de vue du récepteur, nous entrons dans une toute autre dimension si nous prenons au sérieux ce changement de point de vue. Or ce point de vue ne peut plus prétendre à la naïveté car de nombreux missiles ont ébranlé définitivement toute vision positiviste de ce récepteur. Faisons un rapide bilan.

Le récepteur n'était plus depuis longtemps un être solitaire face au flux des média : dans les " cultural studies ", c'est en tant que membre d'un groupe qu'il reçoit les messages des média. Exit donc " l'individu " téléspectateur, ce qui nous évitera d'aller trop emprunter à la psychologie ou même aux sciences cognitives.

De plus, ces groupes sociaux, quelle que soit la façon dont on les définit, possèdent déjà des grilles de lecture et elles sont conflictuelles entre elles. Exit en même temps " la masse ", qui était pourtant au centre des études des mass-media.

Le récepteur ne regarde plus depuis longtemps " une émission " de télévision : il regarde " la télévision ", nous avait dit Souchon, il regarde " un genre ", nous ont dit Bianchi et bien d'autres. Exit donc l'unité de base de la réception, l'émission et par-là son " public " qui serait auto défini par le fait de la regarder.

Le récepteur ne " regarde " même plus la télévision, il participe à la télévision pourrait-on dire, après Mac Luhan pour qui le médium est le message. C'est l'activité télévision qui est elle-même signifiante. Exeunt dès lors les supposés " messages " des " émissions ".

Mais d'un autre côté, rien ne dit pourtant que le récepteur regarde... le récepteur de télévision ! Il peut très bien recevoir les messages par l'intermédiaire d'autres relais, que sont les leaders d'opinion, nous

avaient dit Katz et Lazarsfeld, à travers un " two-step flow " fort bien adapté aux théories de la diffusion et aux modèles des réseaux actuellement en vogue. Ce n'est donc plus la situation de présence devant la télévision ou la lecture effective du journal qui permettent de comprendre la réception. C'est ailleurs que ça se passe, circulez ! Et c'est aussi plus tard, avant (on se prépare sa petite soirée télé en feuilletant sa revue télé) ou après, mais toujours dans la durée, dans un autre temps que celui du " visionnage physique ". Exeunt donc la situation de réception, " l'exposition " et ses théories.

Au cas où certains y croiraient encore, rappelons que le téléspectateur " passif " est entre temps passé à la trappe, avec les " communautés d'interprétation " de Katz par exemple et que sa capacité d'interprétation et d'appropriation des " messages " est assez documentée.

De ce tableau de campagne après la bataille, il ne reste plus grand chose du récepteur positivé et nous sommes encore plus loin des artefacts construits par les mesures d'audience. Au moins ces dernières assument-elles leurs postures d'outils de l'arbitrage du marché publicitaire et ne s'embarrassent-elles pas trop du statut de celui qu'elles observent, puisqu'il est réduit par construction à un bouton-poussoir. L'arrière-plan peut demeurer opaque tant que des concurrents ne déstabilisent pas les conventions ainsi construites.

Mais tout cela nous permet certes de dire **ce que ne sont pas** le récepteur et la réception, de nous mettre en garde contre toutes les réifications qui traitent le problème par la façon même de le poser. Il est donc toujours indispensable d'avoir, même provisoirement, une théorie du " sujet " (ou de la personne ou des entités sociales plus largement), de leur façon de " s'attacher " (Latour), et dans le même temps de la posture de connaissance qui permet d'y accéder. Car ces postures se glissent malgré nous dans notre dispositif d'investigation. C'est pourquoi il est indispensable d'afficher la couleur, d'adopter un point de vue et de le pousser au bout pour vérifier qu'il permet de voir autre chose que les discours convenus. Que cela soit réducteur de la complexité du réel est une banalité et fait partie du deuil (qui devrait être) admis par tous les scientifiques.

Poussons donc un peu plus loin encore les conclusions déjà dévastatrices que nous avons tirées (trop) rapidement des courants d'études de la réception des média.

Poser la question de la télévision, de sa réception et de sa place dans le monde vécu social, c'est tenter de ne pas la résoudre par avance en convoquant les acteurs comme positionnés autour de ce médium. Le récepteur n'est plus a priori défini par sa relation au média support en question (télé, radio, livre, journal..) puisque c'est lui qui place ce support dans un moment particulier de ses activités diverses, et l'on traitera alors l'activité comme le font Leontiev, Kuuti et d'autres théoriciens de l'activité. La signification sociale de cette activité n'est pas a priori explicite, ni garantie, ni stable dans le temps.

La réception télé ne se donne pas à voir comme activité privée ou même comme activité cognitive et les lieux d'exposition collective sont rares et trop différents : ces deux voies sont bloquées malgré les tentatives curieuses et osées de Lull pour observer les familles regardant la télévision. En revanche, **la télévision se parle au cours d'autres activités ou même comme activité centrale de conversation**. C'est d'ailleurs le seul moyen à la disposition des acteurs pour rendre compte de leur activité télé et lui donner sens : ils manifestent aux autres membres de la société ce qu'ils font de la télévision. Ils le font dans des situations particulières, typifiées et rapidement identifiées par chacun, ce que j'ai appelé " la conversation télé ". C'est à la fois le seul moment de compte-rendu public de l'activité télé. De ce fait, c'est aussi le moment d'un travail de réception à part entière (qui n'est pas opposable au moment de la présence devant l'écran) et c'est encore le seul moyen pour le chercheur d'avoir accès à ces phénomènes. C'est ici qu'il faut admettre que ce que le chercheur faisait habituellement avec ses entretiens est un phénomène doublement répertorié et typifié dans l'univers social : parler de la télé d'une part (et chacun sait faire !) et répondre à un sondage d'autre part (c'est plus rare mais c'est une situation reconnue, avec des postures types qu'on suppose devoir adopter.)

Dès lors, se profile cette difficile et radicale mise au point : **la réception n'a d'existence sociale que sous forme de discours et**

**la recherche sur la réception elle-même ne procède pas autrement.** Ce sont ces discours qu'il faut prendre au sérieux, non pour qu'ils nous disent ce qui s'est passé " dans la tête des gens " durant leur exposition aux messages en question, mais pour ce qu'ils sont, c'est-à-dire des activités de comptes-rendus en tant que telles, qui **sont** la réception elle-même et non la trace d'autres phénomènes. C'est parce qu'ils sont situés et distribués (entre des acteurs pluriels, des objets et des références supposées communes) que les discours de réception prennent existence et produisent la réception. Nous le verrons, il n'est plus guère nécessaire de vérifier ce qui s'est effectivement passé le soir précédent à la télévision : bien sûr le téléspectateur sélectionne (et nous le verrons, de façon radicale), bien sûr, il déplace et il condense, bien sûr il associe librement. Mais où se logerait un étalon de la signification ou des intentions (qui supposerait que l'auteur sache lui-même exactement ce qu'il dit et d'où il parle, comme on dit ! ) ?

En revanche le travail de compte-rendu (effectué spontanément dans un groupe au travail ou de façon plus suscitée par le chercheur), mobilise, lui, des méthodes particulières, ces ethnométhodes que nous chercherons à mettre en évidence.

Oui, cette approche est superficielle, elle prend les formes pour le fonds, et les vessies des acteurs pour les lanternes de la science. Car **il n'y a pas d'arrière-plan a priori qui ne soit socialement pertinent s'il n'est pas manifesté ou exploité par les acteurs en présence.** Le " dévoilement ", dans ses versions positiviste ou critique, suppose toujours un autre lieu de réalité, accessible seulement, par on ne sait quel miracle, à ces super humains que sont les chercheurs. En fait, lorsque c'est nécessaire, les acteurs savent faire varier leur propre discours et passer à des niveaux de compte-rendu très différents. Ils font ce travail plus vite que le chercheur car leur activité est située et cadrée : ils sont capables de mobiliser quand il faut les cadres nécessaires à la mise en évidence de la bonne clé d'interprétation, car ils possèdent un arrière-plan et un " cadre supposé partagé " qui leur est propre. C'est pourquoi notre approche ethnométhodologique ne se calque pas sur certaines postures qui sacralisent la situation " écologique ", en refusant de prendre en compte toute dimension extérieure. Les acteurs eux-mêmes font



appel à tous les savoirs, supposés être partagés par les participants à ces discussions télé, qu'il s'agisse des collègues dans la conversation télé ou de la famille dans les styles de relation ou même de l'enquêteur, en tant qu'il partage le même monde ordinaire.

Le travail du chercheur dans cette affaire consiste " seulement " à identifier des procédures récurrentes, à reprendre dans un autre vocabulaire, pas trop formalisé, le travail que font les acteurs pour articuler leurs discours et pour rendre eux-mêmes manifeste le sens de leurs activités. Les formulations, le ton, les thèmes abordés, tout doit être pris au sérieux, en tenant compte de la situation.

Les trois études présentées mettront ainsi les acteurs en situation de :  
parler de la télé entre eux au travail, sans aucune sollicitation,  
parler de leur relation à la télévision, avec un chercheur,  
parler de leurs jugements, de leurs goûts et de leurs pratiques avec un chercheur.

Dans les trois cas, nous nous intéressons aussi à d'autres questions qui n'ont pas nécessairement d'intérêt pour les acteurs interviewés : ce que nous voulons en effet observer, c'est ce moment de conversion des pratiques locales dans des significations sociales plus ou moins partagées. Comment les acteurs " supposés téléspectateurs individuels " se donnent-ils les moyens de faire de leurs " activités télé " un support de construction politique de leur opinion, sur la télé, sur le monde, sur eux-mêmes ?

Cette question oblige à ne pas traiter, là non plus, les acteurs comme des " idiots culturels " : leur " exposition physique " à la télévision n'est pas le seul phénomène à prendre en compte. Les acteurs parlent de la télé à partir de leurs mondes d'appartenance. Mais ils savent en même temps que :

leurs mondes d'appartenance (toujours pluriels a priori) baignent eux-mêmes dans un univers où la télévision a une grande place (qui y est présente) ;

leurs mondes d'appartenance sont eux-mêmes traités par la télé et " vus à la télé " ;

leurs mondes d'appartenance se positionnent de fait par rapport au monde spécifique de la télévision, comme monde professionnel

particulier (d'où les discours sur les animateurs, leurs histoires, leurs compétences, etc.)

Il n'existe donc pas d'extériorité supposée du récepteur à la télévision et l'on ne saurait tenter de la récupérer en se focalisant sur " la situation ", écologiquement définie, car tout cet arrière-plan fait aussi partie de la situation. Ce qui, à un certain moment d'une enquête, me fera craindre de n'enregistrer, au bout du compte et malgré mes précautions, que l'écho des montages institutionnels, des discours des média eux-mêmes. Ce trouble n'est pas erreur de méthode ou doute passager à écarter : il est au cœur de nos questions sur nos relations aux média et sur l'inscription des dispositifs industriels de représentation d'une société à elle-même dans " le corps social ", dans les " relations sociales ordinaires ".

C'est dans cette imbrication étroite des mondes vécus ordinaires et des media que se logent les formes de construction de l'opinion publique, comme chaînage du micro au macro, à travers de multiples médiations. S'il existe bien **une fabrique industrielle de l'opinion publique**, il ne faudrait pas oublier le travail des acteurs que nous sommes tous, **pour la faire vivre et lui donner chair** (après ou avant les médiateurs, là n'est pas la question.) **L'espace public n'est en rien un pur artefact cognitif ni encore une machine de conversion automatique du particulier au général ni enfin une architecture du débat public éclairé : il est travaillé par des corps, il est arpenté par des acteurs qui se déplacent et déplacent en même temps les problèmes à partir des ressources fournies par les média, par d'autres médiateurs et par des contextes.** C'est sans doute ce que " la conversation télé " donne à voir, au moins dans l'état " d'opinions collectives " d'abord, pour reprendre une distinction de Livet. C'est donc le côté constructiviste de l'affaire qui apparaît ici, l'opinion naissant de ces multiples déplacements, agrégats, re-découpages, que nous avons observés à partir de groupes situés. " La masse ", problème clé des mass-media, prend ici forme de réseaux, de contagion et de recomposition de représentations collectives.

Cette même imbrication des mondes vécus et des media rend impossible une véritable réflexivité de la société sur ses media, sur ses relations avec eux, et sur les images qu'ils constituent d'elle-même. C'est dire l'aporie d'une critique des média qui ignorerait l'effet de méconnaissance propre à ce montage médiatique. Mais c'est aussi reconnaître que, sous ses aspects modernistes, les média contemporains n'opèrent en rien différemment des montages d'images effectués précédemment, religieux ou politiques. La coupure d'une société avec sa propre représentation, comme l'avait bien indiqué Lefort, est sans doute une condition de la viabilité du social même. En revanche, lorsque ces dispositifs prétendent (notamment à coups de sondages, d'audience et de prise en compte du téléspectateur) jouer la comédie de la transparence ou du miroir, ils refusent d'assumer leur fonction et créent la désorientation. C'est qu'en effet on ne peut prétendre " tripoter les images " qu'une société a d'elle-même sans être accroché à une référence, comme le dit Legendre, à un au-delà de sa propre tâche de représentation. Car on ne s'origine pas soi-même et la normativité, qui provient d'au-delà des situations, est toujours un " forçage ". C'est alors le côté structural de l'affaire qui transparait, voire même, transcendantal, en tout cas, c'est clairement rappeler l'asymétrie qui caractérise ce montage, comme celle que l'on trouve d'ailleurs dans la diffusion. La masse prend alors la forme du tout, de ce qui est censé porter le tout et comme on le voit, là encore, il n'y a pas de solution de continuité avec le précédent traitement, pas de réconciliation possible ou de pondération. C'est à la fois le chaînage des micro-opinions et la coupure vis-à-vis d'une représentation totale qui constitue notre forme d'accès à l'image de nous-mêmes<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Entre ces deux questions, se pose celle des formes variables de l'espace public selon l'offre médiatique. En effet, nos enquêtes ont eu lieu il y a plus de dix ans. La place des télévisions payantes, par câble ou par satellite, n'était pas du tout la même. Les présuppositions des acteurs sur le caractère partagé du spectacle télévisuel pouvaient encore avoir du sens, même si la variété de l'offre était plus grande que dans les années 60 ou 70. Mais lorsque chacun peut être spectateur de 100 chaînes, comment l'autre peut-il continuer à faire une présupposition de partage d'un monde commun (aussi approximative fût-elle auparavant) ? Ne va-t-on pas se trouver dans la situation où l'on supposera plutôt que chacun possède des habitudes personnelles qui restent privées et qui demanderaient, pour accéder à un échange public, un trop long travail de mise en commun ? (Lorsque vous avez tenté dix fois de parler d'un émission de

C'est alors que les professionnels des media redeviennent intéressants à étudier : comment se débrouillent-ils avec cette responsabilité ? Comment font-ils pour eux-mêmes parler des médiations qu'ils construisent et pour les supposer opératoires ? Nous avons effectué récemment, avec Marc Legrand, des travaux sur les mesures d'audience et d'autres méthodes de feedback (ex : previews) qui sont encore un autre discours construit pour faire tenir une réalité supposée de téléspectateurs. Ce discours du quatrième type n'est pas présenté ici car son format est trop différent mais il relève des mêmes problématiques, portant aussi sur les ethnométhodes, des professionnels cette fois-ci.

En prenant au sérieux les comptes-rendus des acteurs sur leurs propres pratiques ou jugements, nous acceptons ainsi de jouer le jeu, d'être dupes de leurs montages comme de ceux des media (voire des nôtres) mais c'est la seule façon d'accéder à ce qui circule depuis ces situations si particulières et uniques jusqu'aux montages de représentations collectives, où télévision et téléspectateurs jouent leur partie, sous la forme des discours qui s'échangent. Ne reviendrait-on pas subrepticement à cet équilibre mi-chèvre mi-chou que nous dénonçons ? Comme quoi, qui peut prétendre savoir ce qu'il dit vraiment ? !

---

télé avec votre collègue et que jamais vous n'avez regardé la même, vous en concluez que vous vivez dans des mondes médiatiques séparés et vous n'ouvrez plus l'échange sur ce point). Il serait intéressant de vérifier ces évolutions des conversations télé pour valider cette **hypothèse de la disparition d'un monde médiatique supposé partagé**. C'est tout l'espace public qui se retrouverait fragmenté en autant d'audiences dites communautaires et qui, de ce fait, perdrait son statut même d'espace public. La représentation commune ne serait plus construite qu'au travers de ce cadrage spécifique à une " communauté ". Mais nous n'avons pas d'indications à ce sujet, et l'audience des généralistes ne semble pas s'éroder si vite qu'on l'avait annoncé. Cela donne cependant l'ampleur des enjeux mobilisés par les aménagements successifs du " PAF ", sans pour autant prétendre pouvoir les gouverner administrativement et sciemment, ce qui complique singulièrement l'affaire !



**Chapitre 1**  
**La conversation télé**

Dominique Boullier



## Introduction<sup>2</sup>

" Avez-vous lu Veblen ? " demandait Raymond Aron, reprenant une formule qu'on entend souvent dans les rencontres quotidiennes. " As-tu vu le dernier Kubrick ? " " Avez-vous visité l'expo Velasquez-Picasso ? " " As-tu entendu le nouveau Madonna ? " etc. Ces expressions introductives sont devenues des ressources reconnues pour relancer ou débiter un échange : de quelle nature sont-elles ? De quoi parlent-elles ? Elles sont bien souvent une forme brutale de ponctuation d'un changement de sujet. Aussi, les voit-on apparaître lorsqu'un flottement dans les enchaînements de la conversation se fait sentir. À moins qu'elles ne s'appuient sur un esprit d'à propos qui leur redonne un statut dans la conversation, dans ce travail collectif d'élaboration autour d'un univers plus ou moins commun. Malgré tout, elles doivent être maniées avec précaution parce que ces changements de thème brutaux sont l'occasion d'un pari sur ce qui est commun ou ce qui ne l'est pas (et représente dès lors un trait distinctif pour celui qui l'avance). Elles interrogent ainsi frontalement les pratiques culturelles de l'interlocuteur.

Cet art de la conversation (Simmel) porte, dans les exemples cités, sur des goûts, et sur leur placement réciproque. Mais, au goût hors du temps, (" Avez-vous lu Veblen ? ") s'ajoute l'impératif du nouveau : on transmet ainsi une information sur l'état récent du marché culturel (" le dernier Kubrick "), mais en même temps on se place comme le diffuseur par excellence dans un domaine particulier. Certains ne joueront d'ailleurs que dans ce registre de " l'éphémère " (diront les autres, qui jouent sur celui des valeurs sûres). Déplaçant la conversation depuis " Avez-vous lu le dernier Modiano ? " vers " Avez-vous lu Blanchot ? ", (ou inversement) on modifie considérablement les règles de jeu dans l'équilibre goût-événement.

Mais n'est-ce pas faire la part trop belle à un type d'échanges très marqué culturellement ? Si l'on s'attache aux procédures et aux

---

<sup>2</sup> Recherche soutenue par le CNET et le ministère de la recherche en 1987 et réalisée dans le cadre du Lares.



enjeux formels de la conversation, je ne le pense pas. Les échanges du type " Es-tu allé voir le dernier match du Stade Rennais ? " (cas difficile à trouver, par les temps qui courent, j'en conviens) peuvent fort bien cohabiter avec " As-tu remarqué le jeu de Sella en défense ? " Les lecteurs qui ne verraient pas à qui il est fait allusion sont disqualifiés.

Mais le but de la manœuvre dans une conversation est précisément celui-là : qualifier et disqualifier un objet et par là les acteurs qui appartiennent à l'univers d'où est " issu " cet objet, quel qu'il soit, et quelle que soit sa place dans la hiérarchie conjoncturelle des valeurs établies.

La télévision est l'un de ces objets que l'on mobilise en cours de conversation. En parlant d'introduction portant sur d'autres objets, j'ai voulu d'emblée insérer la télévision dans des procédures conversationnelles plus générales, indépendantes du " contenu ". Pourtant, la télévision tient une place particulière dans ces échanges conversationnels : alors qu'en demandant " As-tu lu ? " on parle toujours sur une certaine distance/proximité culturelle, sur un degré de partage, avec un risque élevé de tomber à côté (ce qu'on peut aussi rechercher), dans le cas de la télévision, on semble partir au contraire d'une probabilité élevée de rencontre sur un **terrain commun**. On en vient ainsi à poser la question " T'as regardé la télé hier soir ? ", sans préciser l'émission visée, parce qu'elle semble évidente, tant elle " fait événement " ou parce que c'est au moins le spectacle télévisuel qui a de fortes chances d'être commun. On n'imagine pas une question du type " T'as lu hier soir ? " : on peut discuter de la lecture, comme d'une activité (" Je lis peu en ce moment. ", " Avant je lisais tous les soirs. ", etc.) sans mentionner les goûts littéraires, mais ces généralités s'épuisent vite et, dans tous les cas, on ne prend pas le risque de supposer qu'hier soir l'interlocuteur pouvait lire, tant la probabilité est indécidable. Par contre, récemment encore, on peut me téléphoner le soir en me demandant incidemment " Tu ne regardes pas la télé ? " comme s'il était normal de supposer un univers de pratiques télévisuelles communes.

L'exemple de " T'as regardé la télévision, hier soir ? " n'est pas produit pour l'occasion mais a bien été enregistré par un de nos informateurs

dans son milieu de travail. Une personne arrive en effet au travail systématiquement chaque matin en posant la question : " Vous avez regardé la télé hier soir ? " ou plus précisément " Vous avez vu le film avec Delon ? ". Dans le second cas, le risque est plus élevé de ne pas trouver d'écho : il pourrait l'être encore plus si la formule adoptée était " Tiens, j'ai regardé Delon hier soir. Et vous ? ", où le goût personnel s'affiche comme tel.

Mais ici, la télévision en vient à adopter le statut du " temps qu'il fait " dans les **lieux communs** qui s'échangent. Le temps qu'il fait est l'univers commun préalable le plus probable, des variations infinies sont possibles sur fond de consensus assuré. Lors des rares occasions où j'ai pris l'initiative saugrenue de contester l'appréciation initiale (" - Fait pas chaud ce matin ! " - "Ah ? Je trouve qu'il fait bon moi ! " -), tout un travail de ré-interprétation imprévu fut nécessaire pour rétablir le statut de " passe-partout " du thème proposé.

C'est un phénomène culturel malgré tout considérable qui se signale à travers ce style d'échanges : la télévision fait partie d'un " patrimoine " commun à un tel point qu'on peut lui donner le statut du " temps qu'il fait ". La problématique adoptée ici relève d'une tradition de recherches sur les "**usages sociaux de la télévision**" (Lull) et particulièrement sur son caractère de support à l'échange conversationnel ("**coin of exchange**", Riley et Riley). Mais le phénomène télévision dans sa dimension de médium de **masse** y apparaît d'emblée. L'effet " masse " est ici apprécié dans sa dimension quotidienne, la télévision devenant un " univers supposé commun " et qui fonctionne comme tel dans les arrangements conversationnels. Cette supposition du caractère commun du spectacle télévisuel fournit la base de l'explication des styles de conversation télé. En effet :

1. Cette supposition (la télé commune ou universelle) ne peut demeurer qu'en l'état de supposition car le spectacle télévisuel n'est pas collectif ni public mais au contraire individualisé et privé : ce sont les propriétés techniques même du médium (hertzien) qui provoquent cette " contradiction " entre **diffusion** de masse et **réception** privée fragmentée. Le travail de la conversation télé consiste précisément à rétablir des ponts entre ces deux éléments, pour vérifier ce qu'il en est de la " communauté télévisuelle ". Certains espaces sociaux, comme le

travail, sont des lieux privilégiés pour cette vérification, pour ce placement au-delà des références au spectacle individuel.

2. Le caractère " supposé commun " a priori de la télévision provoque au contraire une suractivation de la distance à ce médium et des jeux de distinction internes vis-à-vis des émissions. On se trouve en effet dans un contexte de cohabitation de masse qui nivelle (ou a nivelé) les différenciations sociales : le **déficit de légitimité** de la télévision (Chambat, Ehrenberg) provient directement de son caractère **commun** à des groupes qui par ailleurs n'auraient rien de commun et font tout pour se distinguer. Cette tension entre le particulier et l'universel, entre la distinction et l'appartenance commune est alors exacerbée par la difficulté même à échapper à l'offre télévisuelle (peu coûteuse) et par la difficulté à trouver des principes de distinction sociale au sein d'un univers commun, trop " commun ", c'est-à-dire ordinaire et vulgaire (la foule). Les **débats publics contemporains sur la télévision** (privé/public, payant/gratuit, câble/hertzien, généraliste/thématique, etc.) peuvent tous se lire comme un débat pour construire des principes de segmentation des groupes sociaux, des frontières qui aient un sens et qui organisent le commun relatif et les particularismes nécessaires. Le débat, on le voit, n'est pas que " télévisuel ". Gerbner le disait autrement : " les nouveaux media produisent de nouvelles façons de sélectionner, de composer et de partager des perspectives " (Gerbner, in Mc Quail, 1972, p. 38).

L'intérêt de l'observation des " conversations télé " et des récits de " pratiques télé " tient dans la mise en évidence des procédures nécessaires à la gestion de cette **tension**. Procédures mises en oeuvre dans des situations quotidiennes mais nécessaires à l'existence même du " phénomène télé ". Il ne s'agit pas de contester la construction de l'opinion et des publics par les institutions télé (comprenant télé, presse, sondages, etc.). D'autres chercheurs s'y emploient brillamment et montrent que le retour de la part des téléspectateurs est lui-même entièrement pré-construit, médiatisé, mis en forme, traduit (Hennion, Méadel). Missika et Wolton ont raison de souligner que " le seul retour, mais il est indirect, réside dans le fait que les gens parlent de la télévision. Elle est le support, le moyen, l'occasion d'une communication, entre deux ou plusieurs individus. Mais alors la

communication ne s'épuise pas dans le rapport à la technologie ou dans le contenu du programme. Elle y trouve le support pour une relation dont la finalité et le sens sont ailleurs." (Missika, Wolton, p. 155). Ce qui revient à dire qu'il ne s'agit pas d'un "retour" (vers qui ?) et que *l'univers professionnel de la télévision se trouve coïncider avec des fragments brefs d'univers culturels très particuliers qui ont leurs dynamiques propres* : la télévision dont on parle n'est certainement pas la même (entre chaque acteur qui participe à la conversation mais aussi par rapport à l'institution qui produit le spectacle et le téléspectateur).

Le parti pris que nous adoptons ensuite consiste à établir une **coupure radicale entre diffusion et "réception"**, entre univers professionnel de la télé et moments d'échange entre gens ordinaires sur la télévision. Si quelque chose demeure commun entre les deux, c'est de ce point de vue, un véritable hasard. Le public construit par les télévisions et leurs instituts de sondage n'a rien à voir avec un "supposé public réel" qui lui-même n'existe pas comme tel : c'est précisément le travail quotidien de construction de frontières et d'appartenances "télévisuelles" qui s'observe dans les conversations télé. Mais, si ce jeu est possible, c'est que la télévision supposée commune et discutée n'a rien à voir avec la télévision-institution : on la fabrique entièrement du côté de ces micro-publics provisoires. Ces deux univers qu'on ne cesse de vouloir relier et dont on voudrait mesurer les effets réciproques et les flux sont seulement en rapport **tangentiel** (cf. Tosquelles) : il existe seulement entre eux un frottement tout à fait indécidable et inobservable comme tel, qui relance la dynamique interne à la télévision-institution d'une part et à chaque micro-univers de relations localisées d'autre part. Si l'on en est venu à admettre, dans le champ des sciences humaines, que le public est une construction produite par les institutions médiatiques, il faudra bien admettre désormais la proposition radicale inverse : la télévision n'est qu'une construction produite par des arrangements relationnels conjoncturels, spécifiques à certains univers. La télévision n'est plus dès lors qu'un "Rorschach", comme le proposait S. Turkle pour l'ordinateur, un support de projection. Du point de vue que j'adopte, celui du sociologue, ce qui s'y projette relève du débat constant de toute société en construction : établir des distances et marquer des appartenances.

Il m'intéresse peu alors de savoir ce qui circule, ce qui se diffuse, de la télévision au public : s'il s'agit bien d'une matière première, le programme télévisuel intervient seulement comme ressource à une construction sociale particulière à un contexte relationnel. Aucune problématique de la **réception** ne peut rendre compte de ce phénomène. Le seul élément tangible, indiscutable est constitué par la matérialité du poste de télévision, du **terminal** : le savoir ordinaire sur l'état de diffusion de ce matériel rend plausible la supposition selon laquelle une personne, inconnue par ailleurs, a de fortes chances d'avoir regardé la télévision hier soir. C'est ce caractère supposé commun qui permet la fréquence des discussions et la construction de la télévision comme puissant support de projection.

À l'inverse, un professionnel de la télévision peut légitimement supposer qu'il y a "des gens" regardant l'émission qu'il diffuse, c'est-à-dire un certain **nombre** (et non zéro ou un seul) et une certaine diversité de téléspectateurs : cette supposition est à la fois vitale pour continuer à travailler et déterminante pour la conception du produit. Tout le reste n'est que retour fictif d'un pseudo-public, totalement pré-construit.

Le seul point commun entre ces "deux" univers, et la seule réalité sur laquelle chacun fonde sa conduite est représenté par l'équipement quasi-général d'une population en **terminaux**, appelés **récepteurs de télévision**. De l'existence matérielle de ces terminaux, on ne peut rien induire sur la nature des flux entre professionnels de la télévision et spectateurs.

Cette démarche me semble d'ailleurs plus conforme à certains modèles de la communication : on ne peut supposer qu'un "contenu" (un message) circule d'un émetteur à un récepteur en demeurant stable, identique. Les théories de la diffusion et de la réception adoptent nécessairement ce paradigme qui repose, de plus, sur une théorie de la personne qui serait indépendante de la situation de communication. Certains reconnaissent cependant que le téléspectateur, par exemple, redéfinit entièrement le message dans son propre univers de référence, qu'il le **traduit**. Il faut alors en tirer les conclusions : la réalité du message se dissout. Une définition plus juste de la communication serait celle de Latour : " Quelqu'un parle

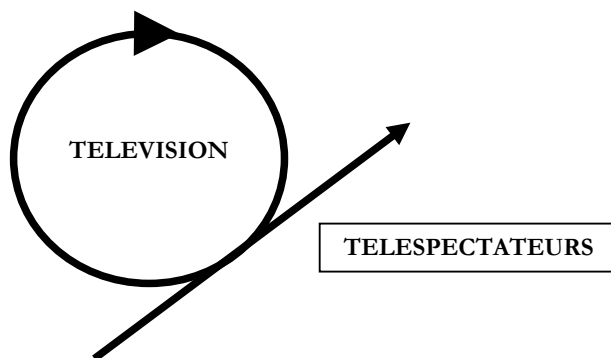
confusément à d'autres qui ne comprennent que ce qu'ils veulent bien entendre à propos d'autres qui ne se manifestent que par énigmes et par symptômes." (Latour, 1983, p.236). C'est en effet mettre le malentendu comme condition même de la communication (Boullier, 1985), en précisant que ce malentendu traverse la personne (ou le sujet) lui-même.

1. Pour analyser l'effet télévision (et non l'effet de la télévision), les univers d'appartenance multiples de chaque acteur sont les unités pertinentes d'observation.

2. La connexion entre la " proposition institutionnelle télévision " et les univers d'appartenance des soi-disant " téléspectateurs " relève toujours du **malentendu**. Lorsqu'il arrive que quelque chose s'échange, il s'échange toujours autre chose que ce que l'on croit (y compris que ce que croit le sociologue.)

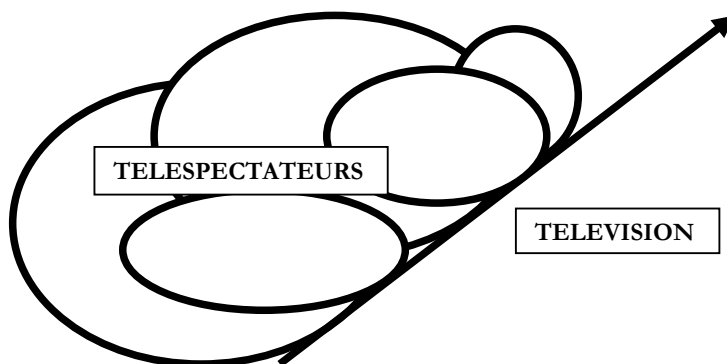
Le rapport télévision-téléspectateurs (formulation qui risque de résoudre par avance le problème en supposant que quelque chose comme des " téléspectateurs " existe) peut se schématiser non pas selon un modèle de la diffusion.

**Télévision --- Message --- téléspectateurs**  
mais plutôt selon un modèle tangentiel :



[Télévision est entendu au sens d'"institution télévision" et "téléspectateurs" est utilisé abusivement en reprenant la fiction de population construite par l'institution]

ou si l'on inverse le point de vue :



Nota: "Télespectateurs" vaut ici pour un segment d'appartenance non défini par la télévision mais recoupant d'autres appartenances.

La matérialité du point de contact semble forte à travers le **terminal** mais cela ne dit rien de la mise en relation de ces deux pseudo-univers sociaux ni de l'effet du frottement.

Il convient de ne pas oublier que la matérialité de la proposition télévision ne se soutient pas seulement d'un récepteur mais aussi d'une presse : on peut dès lors être en frottement avec la télévision sans jamais la regarder. C'est précisément cette omniprésence de la télévision dans notre contexte culturel contemporain qui rend possible sa mobilisation fréquente dans les univers de travail, de la famille ou d'autres sphères de sociabilité. C'est aussi ce qui remet en question le choix du terrain effectué par certains auteurs (Lull) par ailleurs partisans d'une option où l'on étudie "non pas ce que les media font aux gens mais ce que les gens font avec les media" (Katz). Centrer son investigation sur l'univers familial comme le fait Lull, c'est en effet coller en quelque sorte à la matérialité de l'interface et à l'unité de "réception" observable. Mais on ignore alors le travail de production de la télévision dans les interactions hors de la famille et, éventuellement, sans qu'un quelconque "spectacle" ait eu lieu. Il a été ainsi noté que bon nombre de personnes sont persuadées avoir vu Armstrong sur la Lune ou l'enterrement de Jean XXIII en direct à la télévision alors qu'il n'en est rien en réalité (Centre d'études d'opinion, 1981) : pour participer à la communion télévisuelle (qui, nous le verrons, est cependant conflictuelle), il suffit de participer à l'élaboration de cet objet kaléidoscopique qu'est la télévision dans les multiples univers où elle est mobilisée comme ressource et comme support de projection.

Alors même que le "télespectateur observable" semble physiquement unifié (un individu qui se définit par son corps), rien ne dit que cet individu est un **membre de** la famille comme unité sociale à tel moment précis. Si l'on reprend le terme de Goffman parlant de "holding de personnalités", on conçoit mieux que ce qui définit la personne (et non l'individu) c'est le **vide, c'est-à-dire le décentrement** qui lui permet de passer d'une appartenance ou d'une personnalité sociale à une autre en niant formellement l'unité corporelle. Une telle conception de la Personne permet de montrer



que, selon les circonstances, ce **télespectateur** n'aura rien d'un membre de la famille mais sera plutôt membre d'un parti, d'une religion, d'un club sportif, groupes désignés, reconnus socialement mais aussi groupes non reconnus, informels, non mis en forme politique explicite (les myopes, les grands nez, les anciens du Club, les échangistes, les allergiques au pollen.) Que reste-t-il de ce pseudo-télespectateur qui se trouve passer d'une appartenance à l'autre ? Ce " télespectateur " peut même se ramener à un corps qui ronfle, ce que les critiques vis-à-vis des mesures d'audience ne se sont pas privé de rappeler.

S'il est vrai que différentes appartenances peuvent être mobilisées dans " le-corps-du-télespectateur " selon les circonstances, il semble là encore difficile d'en dire quelque chose sans tomber dans une expérimentation douteuse en situation de réception. Ces différentes appartenances n'émergent comme pertinentes pour la construction d'un objet télévision que dans la mesure où elles sont retravaillées dans un champ empirique de relations. De ce point de vue, la famille est un des champs où peut s'effectuer ce travail de perlaboration : la famille n'est plus alors réduite à l'unité physique de réception, ni à son économie relationnelle propre. Elle est seulement un champ d'interactions où se déploie l'activité communicationnelle prenant la télévision comme objet. Cette précision est d'importance car on écrase trop souvent une unité d'observation sur une ou deux dimensions " évidentes ".

Dans l'approche adoptée ici, le terrain d'observation n'est pas la famille mais (entre autres) des groupes de travail dans des entreprises. On court le même risque de ramener la place de la télévision aux émissions vues ensemble (en co-présence) -ce qui est quasiment inexistant- ou surtout de la réduire à la projection des relations de travail du service ou de l'atelier observé. Comme le montreront les conversations télé rapportées par les informateurs, lorsqu'on travaille, on n'est jamais seulement placé dans un ordre fonctionnel ou comme membre de l'entreprise X, membre de l'équipe Y, membre de la catégorie Z (ce qui multiplie déjà les échelles d'appartenance). Mais on est aussi nécessairement un homme ou une femme, un vieux ou un jeune, un diplômé ou un autodidacte, un mari ou un célibataire, une mère et/ou une fille, un champion de foot ou un amateur de tiercé,

etc. etc. La **segmentation des rôles** (ou des " engagements situationnels finalisés " comme le propose Hannerz) existe bien mais chaque univers fixe des règles (et les renégocie en permanence) de fluctuation des frontières. L'univers professionnel n'est pas étanche aux autres univers mais il ne peut être envahi sans principes par d'autres univers de référence. On retrouve ici les recherches effectuées par Boltanski et Thévenot sur les **topiques** propres à un univers, qui autorisent un registre d'argumentation et éventuellement l'usage de certains autres issus d'autres topiques mais dans certaines conditions.

La télévision possède toutes les caractéristiques d'un objet trouble-fête ou plutôt trouble-frontières entre univers d'appartenance en raison même de son caractère supposé **universel**. Son caractère d'activité privée est ainsi contredit par cette universalité qui **autorise** la mobilisation de la télévision dans des univers où elle n'a pas d'existence établie. Mais par ce caractère de terrain transitoire, où tout peut être dit en termes télé, la télévision comme proposition d'une institution audiovisuelle matérialisée dans un produit (image-son sur un écran) n'a plus guère de pertinence : la conversation télé, alors même qu'elle parle un langage télé, qu'elle manipule des ressources télé, se déroule **ailleurs** et effectue un travail de constitution d'un espace public ... local qui n'intéresse que tangentiellement la télévision-institution. télévision-institution ?

Mais cette place particulière de la consommation de télévision dans notre société permet pourtant de trouver un **terrain transitionnel** sans doute irremplaçable pour l'instant. Cette position différencie la télévision de tous les autres produits culturels, ce qui se traduit dans la difficulté à exprimer des goûts télévisuels : on traite aussitôt de son rapport à l'objet télévision dans son ensemble, rapport où dépendance et maîtrise s'affrontent en permanence. C'est ce que révèlent les interviews étudiées dans la deuxième partie.

Le statut de cet objet transitionnel sera-t-il remis en cause par la " fragmentation des audiences " ? C'est possible à condition d'aller au-delà de la fragmentation actuelle ou projetée (nombre de chaînes, voire chaînes spécialisées, payantes, locales, usage de magnétoscope

etc.) Lorsque la **relation de diffusion** à domicile aura été totalement brisée, alors seulement la télévision pourra prendre un statut analogue à celui du livre or du disque : un produit de masse personnalisable par une activité qui s'affirme auto-déterminée.

#### Le dispositif d'enquête

Chacun de nous a pu ressentir les crispations qui se produisent dans une conversation lorsque l'un des interlocuteurs n'aligne pas trois mots sur un thème donné sans mentionner " C'est comme untel, à la télé, qui... ", " Ah oui ils l'ont dit à la télé! ", " J'ai vu ça dans l'émission X, dimanche à la télé ". Cette omniprésence de la référence télé conduit même à ne plus rechercher le fil de la conversation autre que la télé, parfois d'entrée de jeu.

Mais les crispations apparaissent aussi lorsque dans le jeu toujours vif des allusions, des sous-entendus, des associations spontanées, des " coq-à-l'âne ", qui font le charme de toute conversation, l'un des interlocuteurs ne peut réagir à des propos tels que " Arrête, on dirait Sabatier! ", " Et toi, t'as une maison de M...? " " Il peut pas venir, c'est l'heure de la playmate... ". La connivence nécessaire au déroulement fluide de la conversation s'appuie sur un degré supposé de partage d'un univers commun, l'explicitation de toutes les références ne fait alors que souligner la distance entre les univers des interlocuteurs.

Cet écart entre le téléphage et le téléphobe, entre le **tout-télé et l'a-télé**, est sans doute le plus remarquable, parce que d'une certaine façon leur rencontre est de plus en plus rare : il existe cependant des univers où la norme commune est plutôt tout-télé ou a-télé. Mon attention ne se portera pas particulièrement sur ces milieux mais seulement sur la façon dont certaines de ces positions extrêmes vis-à-vis de la télévision sont gérées dans un contexte culturel où une supposition de base est faite quant au caractère à la fois commun et non exclusif de la pratique télévisuelle. Cet univers n'a rien de " moyen " : il s'agit seulement de pointer un état dominant de la position de la télévision dans les interactions quotidiennes.

La pratique télévisuelle est supposée partagée par tous mais elle n'est pas supposée envahir toute la sphère personnelle, privée ou publique : telle semble être la norme qu'on retrouve à l'œuvre dans les conversations.

Ce marquage des tout-télé et des a-télé peut cependant être plus ou moins puissant et plus ou moins négatif selon les situations. Je précise qu'en parlant de ces pratiques télévisuelles extrêmes, je ne recouvre pas du tout le débat pro-télé / anti-télé, qui fait l'objet de bon nombre de conversations mais qui institue de fait la télévision comme un terrain commun, voire un objet d'opinions controversées sans référence aux pratiques.

Cette distinction tout-télé / a-télé ne dit rien cependant de la manière dont on parle télé : le savoir-faire conversationnel en matière de télévision doit mettre en œuvre des procédures beaucoup plus fines, et des jugements se forment sur les dérèglements, les maladresses, le manque de tact, l'incongruité que manifestent certains propos.

En relevant ces procédures conversationnelles, mon intention est de signaler des règles localisées pour faire entrer la télévision dans l'univers relationnel où elle pourrait demeurer absente (ici, des milieux de travail), mais aussi de montrer les opérations effectuées grâce à ce recours à la télévision. Opérations analysables en référence aux relations dans cette unité de travail particulière mais plus généralement en termes de gestion d'un "**commun relatif**" et de traitement des frontières entre univers. Pour le dire plus nettement encore : Quelles sont les conditions pratiques à remplir pour que la conversation télé participe de la constitution de **l'espace public** ?

#### La situation de travail

L'activité professionnelle représente une part importante du temps personnel mais plus encore un enjeu essentiel dans la constitution de la personne : on y passe son temps mais on y gagne aussi sa vie et surtout on mesure son degré de reconnaissance sociale, selon la contribution qu'on apporte. " Enjeu identitaire ", dira-t-on pour faire vite, qui se greffe cependant sur des objectifs de production (même

s'il s'agit de papier ou de services divers) et sur une organisation adaptée à la réalisation de ces buts : apparente contradiction entre un système fonctionnel et la charge symbolique qui s'y investit. Pour remplir ces objectifs, les règles organisationnelles doivent définir chaque acteur en prenant en compte certains paramètres de sa personne protéiforme et en en excluant d'autres. Le diplôme, l'âge, le sexe, les charges de famille peuvent ainsi être réintroduits " structurellement " dans la gestion du personnel, dans l'organisation d'équipes, dans la définition des statuts. Cependant, *l'introduction de ces éléments d'information extra-organisationnels est subordonnée à sa pertinence pour la définition fonctionnelle de la personne*. Les services de communication interne, la vogue de la " culture d'entreprise " introduisent des dimensions non fonctionnelles des acteurs dans leur analyse de l'entreprise selon une modalité méta-fonctionnaliste, dépassant pour mieux la retrouver, l'exigence strictement productiviste.

Les employés d'un secrétariat, le personnel d'un restaurant, les techniciens d'une entreprise introduisent cependant par eux-mêmes bon nombre d'éléments d'information sur leur position personnelle dans d'autres univers que celui du travail. Ces différents univers sociaux, auxquels participe chaque acteur, ne sont donc pas étanches, comme je l'ai déjà souligné. Mais leur segmentation permet à chacun de **réguler le transfert** d'informations d'un univers à l'autre selon les circonstances (" Je ne tiens pas à ce que mes collègues apprennent ça ", " Ce sont des relations de travail, un point, c'est tout ").

De plus, ce transfert ne peut s'effectuer qu'en négociation avec les règles implicites de transfert élaborées collectivement dans une unité de travail. Règles qui peuvent changer brutalement, par suite de l'arrivée d'un nouveau collègue ou d'un problème professionnel. On parlera alors des différences " **d'ambiance** ", terme qui recouvre souvent les variations quant à la fonctionnalité des relations ou à leur entrecroisement avec des réseaux plus personnalisés. Mais, là encore, on pourra trouver des mauvaises et des bonnes ambiances, dans un contexte où les frontières entre univers, entre styles relationnels ont été assouplies. Travailler ensemble et partir en vacances ensemble, c'est s'exposer à une réussite ou à un échec qui retentiront sur les deux sphères de relations à la fois. C'est pourquoi des ajustements

progressifs (et renouvelés en permanence) s'effectuent pour établir ce **qu'il convient de faire savoir de ses autres réalités.**

Les organisations les plus fonctionnelles laissent de fait toujours la place à des transferts de ce type qui rendent parfois incompréhensibles les réactions du personnel à telle décision ou l'échec de certaines mesures. Les relations de travail se sont en effet imbibées d'autres éléments " allogènes " qui nécessitent des **clés particulières d'interprétation.** Des lieux et des temps spécifiques facilitent la construction de ces strates de styles relationnels pour des acteurs apparemment uniques. À certains moments, il est convenu de parler plus facilement de sujets non professionnels, voire même, il devient obligatoire de " ne plus parler boulot ".

Pour situer ces moments privilégiés (mais non uniques), il faut rendre compte du contexte de chaque groupe de travail observé.

### **Situation 1**

L'institution : Une entreprise nationale publique à caractère technique, divisée en services. Le service concerné est organisé autour de l'entretien d'un central téléphonique.

Les personnages : 1 chef de service, 6 techniciens, 1 secrétaire (homme), 1 femme de ménage (entreprise privée).

Leurs caractéristiques : De 35 à 55 ans (l'un d'eux est appelé Papy). Niveau d'instruction (pour les moins de 50 ans) supérieur au bac (bac + 2 en général).

Le cadre de fonctionnement : L'équipe surveille le matériel principal, effectue les réparations ou corrections nécessaires sur place (les bureaux des techniciens sont dans le même bâtiment que le central.) Elle se déplace aussi pour réparer ou surveiller les postes de distribution extérieurs mais intervient aussi chez les particuliers. On travaille de 8h à 12h et de 13h30 à 17h30, cinq jours sur sept (la femme de ménage travaille de 5 h à 11 h du matin.) Malgré les horaires identiques, l'équipe est rarement au complet (déplacements, maladies, congés etc.) Mais trois autres personnes, responsables d'un central situé dans le même bâtiment, se joignent à l'équipe pour le café.

Le cadre bâti : 4 pièces de taille identique, séparées par des cloisons de verre : 2 regroupent 7 bureaux (4 + 3) pour les techniciens, une autre regroupe les terminaux et le micro-ordinateur (le secrétaire y travaille), une autre a été aménagée en bar avec grande table (6 à 8 personnes peuvent s'y tenir), banquettes, réfrigérateur, machine à café.

Les temps de rencontre : Le café est rituel à 9h environ : certains ne prennent pas de café et se retrouvent un peu en marge, laissant les places assises aux autres. Ceux qui viennent de l'extérieur (les habitués du central voisin) ou des collègues de passage font encore figure d'invités. Ces deux groupes ne sont pas de fait les meneurs des discussions, qui sont animées par quelques personnes assises autour de la table. C'est à ce moment qu'ont lieu la plupart des conversations télé.

Mais la proximité des bureaux ou la fréquentation de la cantine (quatre personnes y vont seulement) permettent d'autres occasions d'échanges non professionnels.

La particularité de ce groupe réside dans la prégnance de l'institution pause-café qui donne lieu toujours à des discussions collectives et non seulement à des échanges duels. Les autres occasions de rencontre ne permettent pas de développer des conversations prolongées ou des controverses.

## **Situation 2**

L'institution : Un laboratoire d'analyses médicales regroupant environ 30 salariés (dont en majorité des laborantins.) Le service observé est constitué par le secrétariat-accueil.

Les personnages : 6 secrétaires (femmes), 1 secrétaire comptable (homme.) Les secrétaires sont âgées de 25 à 30 ans. Le comptable a environ 45 ans. Niveau scolaire des secrétaires : CAP, BEP, BEPC, baccalauréat.

Le cadre de fonctionnement et le cadre bâti : Le secrétariat prend les rendez-vous, accueille les clients, dactylographie les résultats d'analyses, les expédie, les classe, et gère aussi les factures.

4 postes (en vis-à-vis) face à des écrans d'ordinateurs, 2 postes à l'accueil (derrière un meuble-banque), 1 poste au téléphone. Variations importantes des charges de travail (le lundi, le soir pour

expédier le courrier et les jours de garde sont les moments les plus chargés.) Les horaires sont variables de façon à assurer une présence équilibrée de 8h30 à 19h : les horaires de début et de fin varient donc énormément. Ils sont répartis selon les tâches et affectés par roulement à chacune.

Les contacts extérieurs sont représentés par les clients (la salle d'attente est toute proche), les personnels des labos (en haut et en bas) passent en fait assez peu, et les patrons (3 associés) passent très souvent dans le secrétariat. Ceci a pour effet immédiat de stopper toutes les discussions.

Les temps de rencontre : Aucun temps n'est institué comme tel. Une machine à café existe dans la salle d'attente. Le midi, certaines vont lire le journal mis à la disposition des clients mais elles ne déjeunent pas ensemble. On guette plutôt les moments creux pour se lancer dans des discussions qui partent plus souvent des postes en vis-à-vis et aussi d'un trio plus stable et plus reconnu dans l'entreprise. Les trois autres sont, soit fréquemment en arrêt maladie, pour deux d'entre elles, soit plus en retrait, pour la dernière. Les arrivées successives ne facilitent pas un repérage commun des temps de travail mais ce moment d'arrivée est pourtant celui où est introduite le plus souvent la télévision.

### Situation 3

L'institution : Un restaurant dans une galerie commerciale comprenant un Hypermarché. Fonctionnement intensif le midi principalement.

Les personnages : 1 cuisinier, 1 pizzaiolo (**frère** du propriétaire-patron), 1 plongeuse, 1 serveuse permanente, 1 serveur en extra, 1 serveuse en stage.

Le cadre de fonctionnement et le cadre bâti : Le rythme de travail de la restauration est toujours marqué par le coup de feu. Le personnel arrive de 9 à 11h, selon les postes, pour la préparation. Le service intensif dure de 12 heures à 13h45. Le personnel déjeune ensemble vers 14h30 et quitte au plus tard vers 15h-15h30. Le service du soir reprend vers 18h30 jusqu'à 21h30 (avec moins de personnel, parfois une seule personne !) et cela 6 jours sur 7.



Un bar sépare la cuisine de la salle. C'est là que se fait la jonction des différents postes, non loin de la caisse. Pizzas et plats sont transmis aux serveurs et reviennent pour la plonge. Le four à pizza est assez isolé. Les serveuses d'un côté et le cuisinier + la plongeuse de l'autre sont les deux sous-ensembles en raison de la disposition des lieux et de la répartition des tâches.

Les temps de rencontre : Pendant le service, le rythme élevé du travail interdit toute conversation. Le matin, vers 11h30, en attendant le démarrage du service, un temps de discussion est possible, souvent autour du journal que quelques-uns lisent ensemble à une table. Le repas en commun est aussi une occasion de discussion, mais il est expédié très rapidement. Le soir ou le matin pendant la préparation, des échanges à deux ou trois ont aussi lieu suivant la charge du travail du moment.

Les discussions conversations télé naissent surtout au moment de pause de 11h30, parfois à partir du journal (et du programme télé, un des usages principaux du journal) mais non systématiquement.

Le repérage de ces temps où la contrainte du travail se relâche est indispensable pour situer le contexte des possibilités de parler d'autre chose que du travail. Certaines situations institutionnelles (travail isolé ou cadence strictement imposée) peuvent empêcher tout transfert de rôles extérieurs à l'univers professionnel. Ces conditions valent pour toute conversation " non fonctionnelle " et non seulement pour des conversations télé : pour que ces dernières existent, il faut qu'un certain jeu soit possible au-delà des relations fonctionnelles. Mais les règles de transfert d'informations d'un univers dans l'autre peuvent ne pas autoriser n'importe qui à les pratiquer.

Dans chacun des sites observés, des traditions se sont établies de passage d'informations extra-professionnelles dans le groupe de travail. Le premier laissera passer très facilement des thèmes politiques et sociaux (techniciens hommes.) Le second privilégie les discussions sur la santé et sur les enfants (secrétaires femmes.) Le troisième enfin n'a pas de registre privilégié mais les enfants d'un côté et les jeux, les combines, trouvailles personnelles de l'autre, forment cependant une trame constante d'introduction d'un univers personnel

dans une situation de travail. Dans d'autres institutions, pour **dé-formaliser la situation**, on fera systématiquement des ouvertures vers le sport par exemple.

Ces remarques confinent au lieu commun, mais elles ont pourtant leur importance, car la conversion d'un registre de relations (professionnelles) dans un autre ne se fait pas de manière désordonnée ou spontanée : une norme s'installe qui autorisera certains passages de l'univers dit privé dans l'univers de travail.

Mais si quelqu'un s'avise de parler politique au restaurant ou de parler religion dans le groupe de techniciens, en introduisant à chaque fois des éléments de choix et de pratiques personnelles, il devra y regarder à deux fois pour ne pas paraître **impudique**, c'est-à-dire incapable de respecter un état donné -convenu- de frontières de la personne.

La conversation télé vient nécessairement se loger dans ces traditions de conversion du privé en public propres à un réseau relationnel. Elle peut servir à confirmer ces règles mais aussi, comme nous le verrons plus souvent, permettre de les assouplir, d'introduire du flou dans la frontière privé/public, et de transformer en objet de débat public des centres d'intérêt habituellement très privés. Mais attention, ce n'est pas la **télévision** qui permet cela mais la conversation télé selon les situations.

Si la conversation télé se moule à la fois dans les moments et dans les traditions de conversion privé/public du groupe, propres à toute conversation, elle permet cependant de les transformer. Un indicateur élémentaire permet de noter la spécificité de la conversation télé : qui introduit les conversations ? Dans chaque groupe, des repérages de rôles se sont progressivement faits, qui permettent de prévoir qu'une discussion sur le football a été certainement introduite par tel technicien, qu'une discussion sur les médecines douces a été introduite par telle secrétaire. De même, certains, en raison de leur statut ou d'une compétence particulière, se permettront d'introduire des conversations sur des sujets non conventionnels ou risqués. Tous ne se sentent pas autorisés à réaliser tel ou tel glissement vers un registre particulier du " privé " (défini largement ici comme " non-professionnel "). Le seul fait de lancer une conversation, d'introduire

un nouveau thème d'échange suppose une reconnaissance d'une place à part entière dans le groupe. Ainsi, l'une des secrétaires écoute ou se joint tardivement aux discussions mais n'introduit ni ne relance jamais la conversation. On se trouve ici dans l'ordre de la coopération, de la prise en charge alternée de la conversation, où certains sont menés et d'autres mènent, à tour de rôle mais parfois de façon très déséquilibrée (Boullier, 1985).

La conversation télé prend une place particulière dans cette prise en charge inégale : elle semble autoriser tout acteur, aussi peu " meneur " ou " expert " soit-il, à prendre la position d'un introducteur, d'un initiateur de la conversation ou de sa relance. Le caractère supposé commun de la télévision semble permettre de plus à tous de participer plus également à une conversation en offrant de multiples **ressources** pour enchaîner, pour associer, pour développer. Quelques-unes de ces procédures seront décrites plus loin. Mais la différence entre une conversation qui porte sur le rock (discussion de goûts ou d'actualité) et une conversation qui porte sur l'émission " Les enfants du rock " est d'emblée perceptible à travers la multiplicité des pistes qui sont ainsi offertes et à travers la possibilité pour un interlocuteur peu averti ou peu compétent de mentionner un fait mineur observé, en raison d'une participation apparemment commune au même spectacle.

La conversation télévision effectue généralement une " déformalisation " de l'échange, à l'opposé d'une conversation thématique, à idées, à argumentation. Il existerait ainsi un mode d'argumentation, sans doute non spécifique à la conversation télévision, qui permettrait une participation informelle du plus grand nombre : je donnerais plus loin quelques exemples de cette forme de construction d'une opinion sans argumentation contradictoire explicite (modèle parlementaire démocratique). Pour l'instant, je veux seulement situer cette dilution des rôles d'initiateur des conversations, au-delà des statuts et des compétences, permise lors de la conversation télé et souligner la participation possible " au moindre coût " pour la plupart des acteurs. Par la suite, il apparaîtra qu'on ne peut pour autant tout dire en parlant télévision.

Mais le registre télévision peut devenir pour certains la seule modalité d'entrée en relation : la plongeuse du restaurant fait partie de cette catégorie. Quelques-unes de ses formules :

" Qu'est-ce que vous avez regardé à la télévision ? " (séquence 3/3)

" J'ai voulu regarder Elephant Man mais y'avait pas. " (3/7)

" J'ai regardé le film avec Clint Machin. " (3/11)

" J'ai regardé Raimu hier soir. " (3/13)

" J'ai quand même regardé Dewaere à la télé. " (3/16)

" J'ai regardé le film avec Miou-Miou, Blanche et Marie. " (3/17) etc. (3/21, 3/23, 3/26, 3/28).

Variante : " Est-ce que vous avez regardé Polac samedi soir ? " (3/24).

[Nota : les indications chiffrées renvoient au codage des séquences par site d'observation -1,2 ou 3- et par ordre chronologique de recueil.]

Toutes ces expressions ont particulièrement frappé mon informateur car elles sont énoncées dès l'arrivée au travail. Mme T. en fait l'introduction rituelle de la relation à ses collègues, au même titre qu'une formule de politesse.

Mais le caractère automatique du procédé tend à le disqualifier, car les interlocuteurs ne suivent plus toujours une introduction réalisée avec aussi peu d'à-propos. Elle semble leur imposer son univers de référence en supposant par avance que ces informations peuvent concerner les autres, voire qu'ils partagent les mêmes préoccupations. Elle oublie seulement que mon informateur, par exemple, fait aussi le service du soir et manque régulièrement la première moitié des films. Manque de tact évident ! Mais toute sa démarche consiste cependant à montrer sa bonne volonté culturelle et à essayer de trouver un terrain commun avec ses collègues (dont elle est coupée par son âge, ses opinions arrêtées etc.). Ainsi demande-t-elle à mon informateur... " ce qu'il y a de bien à la télévision ce soir ? "; elle admet aussi avoir regardé Dewaere " quand même " -parce qu'elle n'aime pas Dewaere- pour suivre les conseils de son collègue (ce qu'elle explique en disant que " en fin de compte, c'était Piccoli sur l'autre chaîne, et je l'aime encore moins que Dewaere. ") (3/16). Elle a voulu regarder aussi

Elephant Man pour suivre les mêmes conseils mais elle s'est trompée de jour !

Cette recherche du terrain d'entente, du partage d'une expérience commune la conduit à laisser tomber la conversation si l'interlocuteur signale qu'il a regardé autre chose (3/3).

Nous sommes introduits, grâce à cet exemple, à quelques-unes des règles de l'art de la conversation télé. Entrer systématiquement en relation par le biais de la télévision révèle un manque de savoir-faire patent, une certaine captivité à l'univers télévisuel ou, comme c'est le cas ici, une recherche systématique du terrain le plus commun, le " lieu commun " par excellence, pour fuir toute divergence, parce qu'on est incapable de gérer une éventuelle distance culturelle avec ses collègues.

### **La télévision : Une référence pas si commune**

Ainsi que je l'ai déjà proposé, la conversation télé fonctionne au " supposé commun ", à l'évidence de la connexion de tous à ces flux hertziens, au " ça va de soi ". C'est ce qui permet d'utiliser la référence télévision comme un passe-partout, un lieu commun et un " coin of exchange " pour relancer toute conversation. Mais sur la base de ce supposé commun, se greffent nombre de cas de figures où émergent une diversité sociale imprévue et des distances culturelles qui contestent la validité même du support télévision comme " lieu commun " : il est alors rétabli comme objet de débats et entièrement pris dans les formes occasionnelles du débat.

Plusieurs types de situations peuvent être relevés qui décrivent l'éventail du jeu des conversations télé de ce point de vue unique : le relativement commun est en fait résolument divergent.

**a- La télévision est absente des références d'un des interlocuteurs.** Situation déjà évoquée qui coupe court à tout enchaînement conversationnel à moins de s'engager dans une explication particulièrement pénible pour présenter cet univers

exotique et barbare qu'est la télévision à un être non contaminé et peu concerné.

Des remarques comme "Je n'ai pas la télévision." introduisent cependant des débats réparateurs sur le bien-fondé d'un tel choix (car toujours supposé être un choix et non un hasard, un oubli, ou une impossibilité) : on assiste en général à un clivage très net selon les milieux. Les uns se précipitent pour déclarer que "de toute façon, on ne la regarde quasiment jamais !", faisant assaut d'indépendance vis-à-vis d'un objet subitement dévalué. Il y a un profit certain à s'abstenir de posséder ce que tout le monde ne peut s'empêcher de posséder sur le mode grégaire : la télévision, pour les plus critiques, produit ou révèle en effet du troupeau et non une société. Mais les autres s'empresseront de proclamer "Ah moi je ne pourrais pas m'en passer !", et d'enchaîner toutes les justifications possibles, des plus nobles aux plus triviales ("Quand il pleut le dimanche !"). Dans l'exposé des tactiques de présentation des goûts télévisuels, je développerai l'explication de ce couple distance/capture vis-à-vis de la télévision.

**b1 - La télévision est une référence, on pratique la télévision** et les interprétations des allusions ou des remarques à connotation télévisuelles sont possibles. Mais, sur ce terrain commun, peut apparaître une diversité d'expériences qui nécessite un **travail d'ajustement entre interlocuteurs**. Pour mentionner qu'on n'a pas regardé l'émission dont l'interlocuteur parle, on peut cependant adopter plusieurs démarches qui orienteront la conversation différemment.

Signalons rapidement la position : "Non, je n'ai pas regardé.". Remarque faiblement connotée qui stoppe cependant toute connivence sans qu'elle soit indicateur d'un placement particulier dans la conversation.

"Non, je ne regarde jamais ça." On entre ici dans le registre de la distinction explicite où l'on dénie, en fait, le caractère commun de la pratique télévisuelle pour marquer ses distances. À chaque enchaînement de ce type, une clarification s'avère nécessaire : un débat de goûts s'enclenche qui mettra en oeuvre la capacité de chacun

à maintenir sa divergence. Il est alors plus facile de le faire quand cette distinction s'effectue " par le haut ", dans la conformité aux valeurs culturelles reconnues nobles, et lorsque celui qui l'a produite possède une position démarquée (en raison de sa qualification, de son statut etc.)

Sophie, secrétaire au laboratoire, procède souvent par démarcation personnelle. Dans le cours d'une conversation sur un film du dimanche soir " L'évadé d'Alcatraz ", on lui demande si elle a regardé. Elle répond qu'elle n'aime pas les films de guerre, qu'elle n'est pas intéressée par ce genre de films (2/31). Bien que Sophie soit coutumière du fait, la question qui lui était adressée supposait encore un degré de connivence plus précis que la télévision en général : il est normal de supposer que tout le monde a regardé le film du dimanche soir (qui sont devenues les films, sans parler de la concurrence que faisait Maigret à une époque je ne comprends pas la phrase). Mais ce cas de démarcation nette en termes de goût -qui n'a pas donné lieu à échange spécifique, la conversation continuant sur le film entre les autres- est en fait très rare, y compris pour Sophie. Elle joue malgré tout systématiquement d'un décalage cultivé : le fait qu'elle soit la fille d'un des patrons est omniprésent dans les relations entre collègues, sans qu'elle l'utilise de façon ostensible. Il est clair, pour les autres secrétaires, que Sophie participe de deux univers à la fois et que sa présence comme secrétaire demeure une anomalie, provisoire dans une destinée différente de la leur. Mais elle joue de ce décalage de façon beaucoup plus subtile que la rebuffade citée plus haut.

Elle effectue des introductions " décalantes " : alors qu'elle n'introduit jamais elle-même une conversation-télé, elle demande de but en blanc ce matin-là à mon informatrice : " Je te demande si tu as regardé Vivaldi à tout hasard " (2/12), Celle-ci s'étonne car " ce n'est pas une émission qu'on a l'habitude de voir ". Sa collègue déclare que " si elle avait su, elle aurait regardé ", ce qui représente la formule-type de la bonne volonté culturelle en matière de télévision, qui échoue le plus souvent. Mais Sophie ne pousse pas son avantage (tout le monde se retrouve en position de manque culturel) alors que son questionnement visait délibérément à introduire son particularisme. La formule " à tout hasard ", notée par notre informatrice, laisse bien

entendre qu'elle ne pariait guère sur la communauté mais au contraire sur la rareté d'un tel choix. Pourtant, elle semble rétablir son appartenance au monde de ses collègues en n'ajoutant pas de commentaires savants mais au contraire en proposant des détails **télévisuels** (et non issus du champ de la musique) : " C'était pas mal, surtout le chef d'orchestre, il était plein d'humour, il rigolait. ". Elle admettra aussi avoir regardé " Conan le Barbare " après Vivaldi, dans le cours de la discussion que ses collègues ont continué sur ce même film.

Son souci de se démarquer demeure ambivalent : ainsi, elle participe à une conversation sur " Gainsbourg chez Sabatier " (c'est ainsi qu'est formulée la référence à l'émission) en affirmant haut et fort " Sabatier c'est un con, je peux pas le sacquer. " (2/7). Elle n'a pas regardé jusqu'à la fin précise-t-elle mais elle a regardé. Elle rejoint ainsi les lieux communs de la distinction ordinaire, où l'on met à distance certains traits trop " populaires " de la télévision sans pour autant s'en détacher. En participant à l'univers " téléspectateurs " en général, mais, de plus, en faisant l'expérience commune du même produit, on peut encore créer de la divergence (ce qui rejoint le cas de figure (c) exposé plus bas.)

Il est remarquable que Sophie soit la seule à mettre en oeuvre cette stratégie de démarcation vraiment explicite : et son savoir-faire conversationnel la conduit à trouver aussitôt des compromis. Elle joue en fait seulement des " coups " sans chercher à les capitaliser ni à affermir la frontière. Il apparaît en fait très difficile de maintenir dans un groupe de travail ce type de distinction de façon systématique. On peut l'expliquer par l'économie relationnelle d'un tel groupe. Le groupe de travail défini fonctionnellement et celui qui discute en introduisant des thèmes extérieurs au travail, sont en fait différents. Pour que ce type de conversation soit possible, il faut qu'un long travail de connivence ait été réalisé, un travail de **construction d'une zone de divergence limitée**. Les écarts trop grands (hiérarchies, compétences, âges par exemple) bloquent toute possibilité de conversations régulières informelles extra-professionnelles. Certes, des cas peuvent se présenter où le patron discute football avec ses employés : mais ce sera un acte volontariste de sa part, perçu



éventuellement comme "paternaliste", et surtout une situation rarement reproductible avec la régularité de l'échange entre **pairs**.

Les conversations télé s'insèrent dans ces temps d'échanges entre pairs : le principe de parité a déjà été établi au préalable bien qu'il soit toujours à réactiver et les divergences internes à cette parité peuvent être neutralisées par des conversations portant sur un lieu commun comme la télévision. Le chef de service dans le groupe de techniciens est placé comme pair : sa position peut être atteinte par tous au cours de leur carrière, il est salarié lui aussi. Ce principe de parité, qui délimite les frontières entre lesquelles la divergence est réduite par hypothèse sur la base de la proximité sociale des participants, est toujours à reconstruire : il n'est pas un donné définitif. De nouveaux venus apparaissent, des collègues extérieurs interviennent, des conflits internes graves peuvent surgir etc. La construction permanente de cette unité se fait précisément autour de ces temps de conversation informelle. Le fait d'accepter de passer ensemble sur un autre terrain que celui du travail, de faire pénétrer des fragments d'univers personnels, suppose établie la croyance que ce terrain ne sera pas miné, ne sera pas menaçant ni trop classant. Mais on teste la validité de cette croyance : si, à chaque tentative pour parler d'autre chose que du travail, mon nouveau collègue me ramène toujours au travail, ou "m'en met plein la vue" sur sa passion pour la moto ou pour l'opéra, ou encore prend systématiquement le contre-pied des goûts que j'exprime, j'en tirerai la conclusion qu'il vaut mieux s'en tenir au domaine professionnel et qu'aucune connivence n'est possible.

Lorsqu'est établie la croyance à la possibilité d'une zone informelle de "libre échange", d'une "zone franche" où l'on brouille les cloisonnements d'univers (dans certaines limites), il paraît très difficile de revenir sur cet accord de principe, sur cet accord sur le cadre, et sur les clés de l'interprétation locale de ce cadre. La conversation télé, comme les autres conversations, ne peut prendre un tour trop distinctif, trop délibérément classant. Tout se passe comme si un accord se faisait pour neutraliser par avance les divergences trop grandes, pour privilégier le commun sur le particulier dès lors que celui-ci heurterait les positions des autres : on

préservait ainsi un espace de jeu essentiel vis-à-vis d'une définition fonctionnelle des relations.

Aussi le jeu des distinctions s'en trouve-t-il très atténué dans les conversations télé. D'autant que la télévision est un support privilégié de mise en commun hors du registre professionnel, mais sans engagement personnel trop intense.

**b2 - La supposition selon laquelle la télévision est une activité partagée par tous peut se révéler exacte en général** mais l'expérience **particulière** peut être **différente**. On trouve ainsi un autre aspect de la diversité sociale incontournable des pratiques particulières : la diversification des programmes a renforcé cette éventualité sans que l'idée de base d'une activité partagée soit remise en cause. Cette diversité introduit seulement beaucoup plus de jeu dans la conversation télé et oblige à un travail plus intense pour rétablir une communauté d'expérience.

Il arrive aussi fréquemment qu'on réponde : " Ah non, je n'ai pas regardé ! " sans intention distinctive particulière. Cette divergence de fait peut entraîner la conversation vers une impasse (cas de la plongeuse déjà évoqué) ou vers un récit à sens unique, -que l'interlocuteur le demande explicitement (" Ah j'ai raté ça, comment c'était ? ") ou non. On observe là un phénomène classique de diffusion, qui rappelle le *two step flow* de Katz et Lazarsfeld, sans que soient pour autant mobilisées des dimensions d'opinion ou des rôles de leaders d'opinion. Celui qui a regardé une émission l'a fait pour d'autres, qui l'ont vue, eux, **par procuration**. Bien entendu, les conditions spécifiques de l'échange sont déterminantes dans la production commune d'un " savoir télé ". Parler de diffusion serait alors abusif si l'on met l'accent sur la transmission d'un contenu. Ce qui est essentiel, c'est le formatage effectué par celui qui fait le récit, qui peut varier d'un interlocuteur à l'autre, d'une circonstance à l'autre : le rapport avec ce qui a été proposé à l'origine (?) par l'institution télé est finalement très hypothétique. Dans cette forme d'échange; une prise en charge particulière de la conversation est réalisée : un seul parle aux autres pour leur faire connaître un message. Il s'agit d'une situation plus fréquente qu'on ne pourrait le

penser, parfois très brève (en deux phrases, on résume une émission), mais parfois extrêmement longue.

#### Séquence 2/15

4 secrétaires présentes. 16h45, un mardi.

On discute sur un médecin qui arrive tous les jeudis au dernier moment avec beaucoup de prélèvements quand on est de garde. Il emmerde tout le monde et la direction râle aussi. Mais comme les cliniques sont prioritaires, ce médecin doit attendre et il râle aussi !

Marie-Laure dit qu'on devrait faire comme dans le film hier soir pour le liquider. Tout le monde comprend qu'il s'agit de " La Mariée était en noir ".

Liliane (informatrice) se préparait à partir, elle n'avait pas regardé le film mais avait vu la fin. Elle demande ce qui s'était passé. Sophie aime beaucoup Jeanne Moreau, elle trouve qu'on ne la voit pas assez, elle a vu ce film plusieurs fois. Elle raconte tout le film, toute seule, sans être interrompue. D'habitude elle ne le fait pas (alors que Marie-Laure est une habituée du procédé) mais là elle s'est mise à en parler. Lucette n'avait pas vu le film mais n'a rien dit. Le récit s'arrête seulement lorsqu'un patron arrive. Liliane a posé des questions pour comprendre le film. (Nota : le nom de Truffaut n'a pas été mentionné.)

Voilà un exemple très " ordinaire " de conversation télé qui n'a rien d'un échange entre cinéphiles et qui démarre par association d'idées.

**La ressource télévision fait partie du " stock de connaissances disponibles " (Schutz) et " supposées partagées " (Flahaut).** Mais dans ce cas de non-partage, un interlocuteur se charge de réintégrer les autres, qui sont consentants, dans cette expérience commune.

On peut avoir ainsi une idée de la possibilité pour certaines personnes d'être **télespectateurs par procuration**. Sans avoir la télévision, ou sans la regarder, ils peuvent en être familiers grâce aux récits mais plus souvent grâce à de multiples allusions qui parsèment les interactions quotidiennes. Dans le cas évoqué, la demande de récit est explicite et établit une sorte de contrat, de modèle de communication : dans

d'autres situations, on doit parfois subir des récits interminables et confus de films sans intérêt. La position de passeur, de diffuseur présente en effet des avantages dont certains abusent. Dans un groupe de travail, cependant, les ajustements se font rapidement et on fera sentir très vite à l'importun qu'il dépasse les bornes et qu'il prend en charge les autres **abusivement**.

Des cas de coopération programmée apparaissent aussi parfois basés sur l'usage du magnétoscope (" Tu m'enregistres le Hitchcock ! ") ou seulement sur le récit.

#### Séquence 2/26

Marie-Laure et Liliane regardent le programme télé avant de quitter le travail.

*Marie-Laure* : Y'a un truc super qui se passe en trois fois sur la 5, " La vengeance aux deux visages ".

*Liliane* : J'ai du monde samedi, je louperai cette partie-là.

*Marie-Laure* : J'ai du monde dimanche, on regardera et on se racontera le film.

#### Séquence 2/27

Liliane demande à Marie-Laure : " Tu as regardé ton film ? " Lucette l'a regardé aussi et en discute avec Marie-Laure, Liliane se retrouve hors-circuit. Marie-Laure explique la manipulation qui permettait à la femme d'avoir un nouveau visage : elle insiste sur tous les détails impressionnants. Chacune se raconte les séquences marquantes (" Et puis quand il fait... ") ce qui aboutit à raconter tout le film. Lucette ne pouvait pas en regarder certaines, trop dures pour elle. Elle a d'ailleurs eu peur du crocodile dans une vitrine d'une agence de voyages proche du laboratoire : ça lui rappelait le film. À la fin, chacune donne son avis sur la morale du type, sur son comportement. Sophie est restée à part pendant toute la conversation.

La coopération décidée n'a pas réellement marché mais les récits croisés ont abouti au même résultat. On passe cependant dans la

dernière séquence au type suivant de conversation télé plus proche de la remémoration fusionnelle entre deux des partenaires, la troisième interlocutrice se contentant de s'informer en suivant les échanges des autres.

**c - Lorsqu'il se trouve que la référence télévision est présente mais aussi que l'expérience télé particulière qui a été mobilisée dans la conversation est partagée,** on pourrait croire que le consensus voire le fusionnel dominant. Or, il faut là encore distinguer des traitements plutôt divergents ou plutôt convergents de cette situation apparemment commune, tout en rappelant que la tension entre ces deux pôles constitue le " nerf " même de la conversation : l'unanimité absolue équivaut à une absence de communication, c'est une fusion. Le désaccord complet conduit rapidement à l'impossibilité de se mettre d'accord sur les modalités de gestion du désaccord, sur le cadre même, et ceci en remontant à des niveaux méta-discursifs successifs. Mais ce travail conflictuel d'élaboration d'une opinion n'est ici abordé que dans sa dimension sociale, de division/liaison sociale en cours et non dans sa dimension normative

**c1 -** L'exemple cité précédemment illustre la **face fusionnelle** de la conversation télé. De nombreux exemples pourraient être rapportés de cet enchaînement aisé qui permet la participation commune à la même expérience télé : on peut passer à divers niveaux de signalement (une idée, un personnage, un style, une référence personnelle etc.) sans difficultés car le cadre de base semble commun. La conversation ne prend pas la forme d'un débat ordonné (du type parlementaire, ce qui n'existe jamais) mais d'un enchevêtrement de flashes, d'impressions, d'associations d'idées, plus ou moins ordonné à la structure chronologique ou thématique de l'émission ou du film. Parfois, une véritable jubilation s'empare de tout le groupe lorsque les interventions se croisent, se multiplient pour faire revivre en commun une expérience individuelle (ou privée). Le sens de l'appartenance à un même univers est alors très fort et chargé émotionnellement, parfois sans proportion avec les émotions vécues individuellement comme " téléspectateur ".

La réécriture de la télévision comme plaisir collectif du récit de télévision apparaît comme une dimension du statut public de la télévision. C'est aussi une dimension de l'espace public qu'on tend souvent à négliger, en opposant opinion publique et phénomènes de foule. Le caractère jubilatoire des moments décrits, la participation active de tous, l'absence de tout protocole qui va jusqu'à la cacophonie, sont des traits que l'on pourrait assimiler à un phénomène de foule, qui se situe en deçà de toute appartenance sociale ou qui au contraire marque la toute-puissance d'une appartenance totale (on ne fait plus qu'un corps). Mais ici on se trouve en présence d'une activité multiforme, contradictoire mais non "massifiée" si l'on peut dire. J'affirmerais même, que l'opinion se construit aussi dans ces mouvements par l'apport de faits inaperçus des autres, par une production commune d'un événement local, par la participation ouverte de tous, non contradictoire mais complémentaire.

Un problème de technique surgit aussitôt : devant l'avalanche des discours croisés, l'informateur ne peut plus relever les échanges ! La conversation est pourtant bien collective mais l'un peut répondre à un autre qui ne s'adressait pas à lui, saisir au vol quelques mots entendus à côté pour alimenter son intervention vis-à-vis d'autres etc. On mesure, dans ces situations, d'impuissance d'une analyse de conversations classique à extirper un "corpus" digne de ce nom : or, rendre compte du phénomène "conversation", c'est aussi rendre compte de ces modalités très différenciées de participation sans sélectionner a priori comme unités "de base" ou "normales" celles qui se prêtent le mieux à la méthodologie du sociologue.

## Séquence 3/9

Mme T. déclare à Christian qu'elle a regardé Thalassa sur les requins blancs. Lui aussi l'a regardé, il a trouvé ça très impressionnant. Mme T aussi: " Je ne serais même pas descendue dans l'eau avec la cage ! " Chacun raconte des détails de l'émission " Le plongeur avait les genoux qui tremblaient ". " Je serais morte bien avant ". " Les pêcheurs, eux, vont chercher les coquillages sans cage ".

*Mme T.* : Et celui qui a été bouffé à moitié. À votre avis, il a commencé par la tête ou par les pieds ? C'aurait été mieux qu'il commence par la tête, comme ça il aurait moins souffert ! Moi je ne vais jamais dans l'eau, de toutes façons. Mon mari a acheté un bateau, j'y vais jamais. "

Christian lui demande si elle regarde Thalassa souvent.

*Mme T.* : Mon mari le regarde toutes les semaines.

Retour sur les détails de l'émission : " Le requin qui raye la caméra ".

Arrivée de Françoise : De quoi vous parlez ? Ah, moi j'ai regardé les adieux de TF1 ".

Personne ne donne suite.

## Séquence 1/7

Lundi matin, 8 décembre 86, 9h30. 8 personnes à la pause café.

*Guy* (informateur) : Qui a vu les infos à TF1 ?

*Jacques* (chef de service) : " J'ai été agréablement surpris par l'objectivité de TF1 vis-à-vis des manifestations d'étudiants !

*(Nota : chacun sait qu'on parle des manifs étudiantes en parlant des infos, chacun sait que TFI est considéré comme plus à droite qu'A2, chacun sait que le chef de service est membre du P.C.F.)*

La participation est aussitôt massive : de diverses façons, chacun exprime son émotion (un vrai choc) et parle du provocateur à l'écharpe jaune que tous ont repéré. Jacques ne lâche pas la parole, la monopolise même mais la conversation se démultiplie en duos, en trios sur le même thème. Le secrétaire, d'ordinaire très en retrait, se

mêle pourtant à l'échange. Le ton est élevé, la confusion importante mais la conversation meurt au bout d'un moment.

Gérard relance sur le même thème en demandant à tous " Avez-vous vu Polac ? " Il rappelle que Polac est en procès avec Pasqua. Jean-Paul (qui travaille sur le central voisin avec Gérard) a vu Polac et en discute avec lui puis de Pasqua. Le même Jean-Paul demande si quelqu'un a vu l'émission de Drucker. Il doit préciser qu'il s'agit des 50 ans de la télé. Son collègue Gérard l'a vu. Ils se rappellent les vanes que Bedos a lancées.

La conversation reprise par deux collègues un peu en marge ne parvient pas à redémarrer, la connivence se limitant à ces deux collègues qui renforcent leur particularisme au sein du groupe, sans le rechercher. Ils ont pourtant cherché à accrocher les lieux communs de l'opinion de gauche pourrait-on dire, mais rien n'y a fait. L'enchaînement télé (Polac-Drucker) est bien utile pour faire durer la conversation mais s'avère en fait ici trop pauvre comme proposition.

Il faut remarquer brièvement que l'homme à l'écharpe jaune est devenu un familier pour chacun et pourra être mentionné à nouveau beaucoup plus tard car il fera partie de l'expérience politique collective accumulée. Les **faits** rapportés par TF1 n'ont à aucun moment été interrogés, c'est au contraire la relative surprise de les voir révélés qui a renforcé leur crédibilité : le thème du provocateur est un thème très populaire, toujours présent dans les situations troubles sur lesquelles on n'a aucune prise. Le " formatage " TF1 est totalement repris et assumé par l'opinion pré-construite de ce groupe : la discussion collective lui donnera sa force définitive. À l'évidence, les manifestations étudiantes et la mort de Malik Oussekinne auraient fait l'objet de conversations sans que la télévision n'intervienne. Mais la " forme télévision " de cette discussion en modifie profondément le style, sans pour autant en changer les principes : une opinion de gauche partagée, des thèmes récurrents établis comme stéréotypes (les provocateurs). Mais la conversation télé permet de **documenter** l'opinion commune, (des sources fiables, connues de tous, auxquelles chacun puise) et surtout de renforcer le caractère " communautaire " de l'échange par le partage en différé d'une expérience (on reconstruit l'expérience individuelle), production collective marquée par la



participation de tous (qui ont les mêmes ressources documentaires que les autres) et par la charge émotionnelle investie.

**c2 - Mais sur une base identique (référence télévision et expérience particulière partagée) on peut aussi réintroduire de la divergence**, pour *débattre de goûts ou d'opinions* en réinvestissant dans cette discussion le fait même d'avoir partagé apparemment une expérience identique.

À un premier niveau, l'observation fait apparaître des controverses d'interprétation. Dans la séquence 2/31, Lucette demande à Marie-Laure si elle avait regardé " L'évadé d'Alcatraz " et comment elle avait compris la fin. Ont-ils réussi à s'enfuir ou pas ? Marie-Laure évacue la divergence après quelques échanges en ces termes : " C'est à chacun de comprendre ce qu'il a envie. ". On se trouve en présence d'une divergence potentielle qui se règle par un compromis du premier degré (chacun son interprétation). Le souci de convergence escamote tout art de la discussion détaillée qui aurait pu se manifester par la suite.

Un jeu de distinction peut aussi se mettre en place alors même que toute l'expérience est commune. On ne peut dénier le fait d'avoir regardé la même émission que ses collègues mais on montre explicitement sa distance à ce genre de spectacles " communs ". L'un des procédés les plus inattaquables consiste à poser un jugement esthétique ou professionnel sur la **forme de** l'émission : Sophie est, dans le secrétariat du laboratoire, là encore une spécialiste de ce discours. Dans la séquence 2/23, alors qu'on lui demande si elle a vu l'émission sur la chirurgie esthétique, émission qui a déjà fait beaucoup parler, elle précise aussitôt qu'elle avait regardé mais que " l'émission était mal construite, il n'y avait pas assez de discussions après chaque film ". Elle est coutumière de ce type de jugements qui la met en décalage avec les autres alors qu'elles ont vu la même émission cette position d'expert, qui pratique un méta-discours et porte un jugement non sur ce qui est dit mais sur la façon de le mettre en scène est entièrement construit dans la situation de communication mais illustre en même temps une relation complexe vis-à-vis de la

télévision qui pour prendre statut d'objet culturel noble doit pouvoir être jugé sur la forme (comme un film ou un livre): le " public " apprend à " lire " l'image télévisée avec la grille que lui proposent le plus souvent les critiques télé mais aussi en bricolant des jugements " de bon sens " sur comment doit être faite une bonne télévision. Ainsi, on couve des conversations entièrement centrées sur **la forme** et qui font l'objet d'un consensus, hors de **toute volonté distinctive**.

#### Séquence 2/33

9 h du matin. À l'arrivée de Liliane. Patricia lui dit qu'elle n'a pas pu regarder l'émission (dont elles avaient parlé la veille, sur les médecines douces.) En entendant parler de l'émission, Marie-Paule pousse des cris et se lance dans une critique du présentateur qui empêchait les invités de parler. " Il coupe carrément tous les invités, il fait de grands gestes, tout juste s'il se lève pas de sa chaise. " Liliane était aussi énervée, elle rouspétait devant sa télé mais elle a regardé quand même. Marie-Laure n'a pas tout regardé parce que ça l'énervait. Les thérapies mentionnées (auriculothérapie, instinctothérapie, ostéopathie etc.) sont un peu bizarres selon elle. Liliane explique rapidement chacune d'elles et signale l'attaque d'un téléspectateur contre l'instinctothérapie. Sophie arrive entre temps. Elle n'a pas regardé parce qu'elle avait vu la première émission de " Médecine à la Une " sur la chirurgie esthétique et avait été déçue par la forme de l'émission. Patricia reparle de la mésothérapie (qu'elle pratique pour maigrir : elle en avait parlé la veille en associant ses problèmes de santé et l'émission de télévision). Marie-Laure déclare qu'elle ne regarderait plus ces émissions-là (à cause de la forme). Sophie reproche le survol, le fait que ce ne soit pas assez approfondi. Nota : Rika Zaraï n'a fait l'objet d'aucune mention...

Une telle conversation donne l'idée des combinaisons et des croisements de discours au sein d'une même séquence. L'une est concernée par son problème personnel qu'elle a exposé aux autres à l'occasion d'une conversation télé. L'autre cherche à apprendre. La troisième débat de la forme même de l'émission et la quatrième se distingue en ne regardant pas car elle avait déjà formulé un jugement

de forme sur l'émission précédente. Mais toutes se retrouvent pour critiquer le travail du présentateur : un certain modèle du débat, de l'exposé presque didactique est ainsi mobilisé qui met l'accent sur la " substance ", sur les informations qu'on peut recueillir et qui conteste l'invasion des *one-man show* des présentateurs où l'invité en est réduit au statut de faire-valoir. Le médiateur qu'est le présentateur envahit tout et la construction professionnelle de la télévision semble devenir **trop** visible.

Le jeu de distinction sur fond d'expérience commune renvoie à de nombreux **débats**, et à leurs enjeux qui font l'objet des lignes suivantes. Mais il faut déjà souligner que, si forte soit la divergence initiale, lors d'une conversation télé, un travail considérable de retour à un " lieu commun " sera effectué qui évitera de maintenir d'éventuels clivages trop abrupts au sein du même groupe de travail.

### **La conversation télé est un opérateur de conversion privé/public à basse tension**

Les temps de conversation non fonctionnelle dans le travail ne peuvent avoir d'intérêt sans la possibilité de dé-formaliser l'échange et d'introduire des fragments d'autres univers dans celui-ci. C'est l'occasion de tester les autres registres d'appartenance partagés, sans le savoir, par des collègues : la pratique du jogging, les problèmes de dos, des enfants qui rentrent en sixième, des vacances en Italie, etc. Autant de terrains potentiels de rencontre. Mais, je l'ai déjà souligné, il faut parier sur une proximité d'expérience avec beaucoup de risques. Or, la télévision, elle, demeure une expérience commune probable qui va opérer comme intermédiaire, comme **espace de transition** entre des univers différents, espace où pourront être testées diverses connexions avec ses collègues sans remettre en cause la participation relativement commune au même univers professionnel et télévisuel. Avec la télévision, on possède **au moins un** point commun hors du travail : il sert de sas pour faire pénétrer en toute sécurité des éléments des différents univers d'appartenance non professionnels des acteurs.

Certains éléments d'un registre de pratiques privées sont introduits directement en association avec la pratique télévisuelle. L'une signale qu'elle ne pourra pas regarder l'émission " parce qu'elle a du monde " : information qui relève d'un autre univers que le professionnel. L'autre rappelle qu'elle a dû regarder le foot " parce elle regarde toujours la même chose que son mari même si ça ne l'intéresse pas ", selon mon informatrice. Certains déclarent s'être endormis en regardant telle émission ou l'avoir regardée avec leurs enfants, ou avoir dû se presser de rentrer de week-end pour voir le film, ou avoir des problèmes d'antenne communs à tout l'immeuble etc. Ces notations ne font pas l'objet d'un débat ni d'une diffusion explicite mais elles permettent d'ajuster la perception réciproque des univers quotidiens de collègues qui pourraient rester entièrement opaques sans cela. Le caractère privé de l'activité télé la mêle inextricablement aux particularités de cet univers si l'on vient à la rapporter : elle charrie spontanément du privé avec elle lors de sa restitution.

Mais *l'activité télé elle-même peut faire l'objet de conversations intenses*. Un registre d'échanges porte sur les habitudes en regardant la télé : on sait que ce collègue n'arrête pas de grignoter, que cet autre va se coucher dès 9 heures et n'a donc jamais vu les émissions du soir, qu'une autre encore en profite pour faire son repassage le vendredi soir, que certains zappent ou que d'autres ont horreur de ça, qu'ils vont aux toilettes pendant les publicités ou au contraire qu'ils n'en manquent pas une, etc. etc. Ces conversations sont une occasion idéale pour faire parler tout le monde sur un fragment de vie personnelle considérée comme privée mais sans risque d'impudeur ou de clivage social marquant.

Le phénomène est identique à celui des conversations portant sur les façons de dormir (avec ou sans oreiller, quel genre de lit, de quel côté, voire avec ou sans pyjama) ou sur la façon dont on a appris à nager ou sur les manies de rangement etc. Ces habitudes sont reconnues comme arbitraires et quasiment indépendantes de la volonté individuelle : elles ne donnent pas lieu à un jeu de distinction socialement marqué mais plutôt à un partage de la " condition humaine " (appartenance large s'il en est !), de ses faiblesses, de ses

bizarries. La conversation prend cependant un caractère intimiste, car on parle de pratiques privées et très liées au corps : on peut s'y particulariser mais en restant dans la même communauté d'individus qui ont ce seul trait commun, un corps ... et des "humeurs". Le caractère pré-social, quasi animal de ces habitudes et la difficulté d'en faire un enjeu de classement ("Les défenseurs du pyjama, derrière moi!") rendent ces échanges pseudo-intimes ou pseudo-privés et facilitent leur exposition publique : l'activité-télé est parfois traitée sur ce mode (ce que certains interpréteront rapidement comme une confirmation de la nature ruminante, non culturelle, de l'animal-télespectateur !)

Mais le glissement se fait insensiblement de ces pratiques de la télévision individuelles, de ces "petites manies", à *des règles de coopération propres au milieu familial*. Lorsqu'on en vient à signaler que "c'est mon mari qui décide" ou que "les enfants n'ont pas le droit de regarder ça", on introduit des informations sur **l'ordre des places** au sein de la famille, place des sexes et place des générations. Ce thème est celui qui fera l'objet du plus grand nombre de conversations lorsqu'on parle de sa pratique télévisuelle : il est pourtant très sensible et peut laisser paraître des dérèglements ou tout au moins des comportements étranges, qui seront jugés dans l'univers professionnel. Malgré sa sensibilité, la discussion vient sur cet ordre des places dans la famille parce qu'il représente une question qui fonde l'ordre social lui-même. Lors de mes observations en grand ensemble sur les rapports de générations, la même curiosité intense et les mêmes jugements tranchés étaient apparus autour du respect des places de sexes et de générations (Boullier, 1987). La conversation télé n'est pas la seule occasion d'en discuter dans le milieu de travail mais il est significatif qu'on lui fasse endosser aussi ce questionnement. Il est cependant beaucoup plus indirect en milieu professionnel que dans l'univers résidentiel (où l'on supporte quotidiennement les conséquences des éventuels dérèglements familiaux.) Et il est encore plus atténué lorsqu'il transite sur le vecteur "télévision". On peut toujours traiter comme une anecdote l'information selon laquelle les enfants ont imposé un programme à leurs parents. De plus, chacun enregistre les informations sur ces modèles éducatifs ou conjugaux

sans pour autant se risquer à des controverses véritables sur ces terrains.

### Séquence 3/1

On entend à la radio une chanson des Rita Mitsouko. Mme T. (plongeuse) fait allusion à leur look en mentionnant leur clip. Christian, mon informateur, cuisinier, lui demande : " Vous regardez ça ? ". " Mes filles regardent ça (elles ont 16 et 18 ans). Moi je ne regarde pas le Top 50 mais je suis bien obligée de le voir, la télé est allumée. Si je fais des remarques, elles écoutent la télé au casque. Comme mon fils, sur la 5, son feuilleton Shérif... , il l'écoute au casque. Des fois, ça tombe en même temps que le Top 50, c'est la bagarre. C'est moi qui décide à ce moment-là, le feuilleton d'abord, Top 50 après. "

### Séquence 3/5

11h 15, repas un samedi avant le service. Tous à table sauf le fils du patron (pizzaiolo).

*Christian* : Je vais manger sur ma pelouse ce soir.

*Mme T.* : Nous on mange sur la terrasse, ça arrange tout le monde, parce qu'on voit la télé, mais moi j'ai le dos tourné.

*Françoise* (serveuse) : Mon mari amène la télé sur la terrasse. *Christian* : C'est l'avantage d'avoir plusieurs télé.

*Véronique* (serveuse en extra) : T'en as combien ?

*Françoise* : J'en ai trois. S'il y avait que moi y'en aurait pas.

Chacun regarde dans son coin.

*Mme T.* : Mon mari voulait en acheter une autre. Mais j'ai dit non, j'ai été catégorique là-dessus.

*Sandrine* (stagiaire serveuse) : De toutes façons les parents n'ont rien à dire. Quand je veux regarder quelque chose, c'est moi qui décide. Quand on mange à 20h30, on regarde la télé. Moi je prends toutes mes aises pour regarder, du coup mon père ne voit rien.

*Mme T.* (outrée) : Ça se passerait pas comme ça chez moi. C'est pas aux enfants de décider, à 7 ou 8 ans [référence à l'âge des enfants de

*Françoise* : la conversation est donc très croisée car il est connu que les enfants de *Françoise* sont toujours devant la télé].

*Sandrine* (rit) : C'est normal.

*Mme T.* : Avant hier j'avais décidé de voir Marius, les enfants ont regardé avec moi et puis c'est tout.

*Véronique* : Y'a un film sur Canal + que mes frères regardaient ce matin à 8 heures. Moi je regarde pas souvent la télé. Les feuilletons qui passent c'est que des bêtises (Dallas, Santa Barbara, Dynastie). Je comprends pas comment les gens arrivent à regarder ça.

*Christian* : Parce que c'est facile.

*Françoise* : C'est comme les flics de Miami.

*Véronique* : Alors ça c'est vraiment bête.

*Françoise* : D'ailleurs, la fille, là-dedans, il lui arrive que des trucs.

*Sandrine* : C'est quoi ça les flics de Miami ?

*Mme T.* : Ouais, ouais je connais. Y'a même un flic noir là-dedans.

*Véronique* : C'est que des conneries qui passent.

*Christian* : Pas toujours. Y'a des bonnes émissions culturelles quand même.

*Véronique* : Oui, je regarde 7 sur 7.

*Christian* : Mme T., vous avez regardé Pivot avec Walesa ? [*il sait que son père était communiste*].

*Françoise* : Moi, j'ai regardé Sabatier.

*Mme T.* : Ah Christian, vous auriez dû me dire. Vous savez bien que j'aime bien ce genre d'émissions. Comme Droit de réponse. C'est tard mais ça me dérange pas, je vais chercher mon fils à la gare [*il fait son service, tout le monde le sait*]. Par exemple, je regarde Thalassa toutes les semaines.

*Christian* : Ah oui, vous avez vu le dernier ?

*Mme T.* : Ah oui sur la bisquine.

*Christian* : Ah non, c'était sur le raid vert.

*Véronique* : Mes frères eux ils regardent dès 8 heures du matin.

*Françoise* : Moi aussi, mes enfants allument la télé dès qu'ils se lèvent.

Accord général pour critiquer cela. La discussion s'arrête car les clients arrivent. (Elle a duré 30 minutes, la plus longue pour ce groupe).

Après une phase de conversation sur la pratique télé, un enchaînement spontané s'est effectué vers un échange de points de vue sur des goûts, suivi d'un retour sur les pratiques télévisuelles des autres (ses frères, ses enfants). On finit pourtant par trouver un consensus sur un comportement moyen qui manifesterait à la fois sa maîtrise sur ses enfants et sur la télévision. Il apparaît clairement qu'on parle d'autre chose en parlant de télévision. Dans l'échange de goûts lui-même, les appels de connivence culturelle de Mme T. doivent être directement traités dans le cadre des positions établies dans le restaurant. Mme T. ne cherchera pas à se rapprocher d'autres membres du personnel.

Deux niveaux d'introduction d'informations sur l'univers privé sont apparus : les mentions passagères d'habitudes personnelles, dans la pratique de la télévision, les débats implicites ou explicites sur l'ordre des places dans la famille tel qu'ils se manifestent dans le rapport à la télévision. Mais tout cela est encore à la périphérie de l'art de la conversation télé qui permet de convertir un problème privé en un débat public, et cela en toute sécurité, dans le respect des frontières **personnelles, à basse tension.**

La fréquence d'introduction d'une expérience personnelle dans le cours d'une conversation télé (et en relation avec son thème) ou, à l'inverse, de greffe d'une conversation télé sur une relation d'expérience personnelle, est particulièrement élevée mais inégale selon les groupes.

J'ai regroupé les stéréotypes de conversation selon quelques schémas dominants pour faire ressortir la fréquence de l'introduction de l'expérience personnelle en tant que charnière essentielle de certaines conversations. On peut dresser le tableau suivant :



	1 Service technique	2 Secrétariat	3 Restaurant
1. Avez-vous regardé : sans suite. Mentions brèves	4	1	10
2. La pratique télé	4	5	5
3. Suivi des détails d'une émission (sujets, intrigues)	8	11	4
4. Débat d'opinion générale sur thème proposé	14	4	0
5. Introduction d'expérience personnelle	9	11	3
6. Intentions de regarder	3	4	3
7. L'institution télé	6	0	2
8 Association imaginaire	4	4	1
9. Débat sur la forme (d'une émission par ex.)	3	4	0
10. Conversations associant plus de 2 types	4	1	1
<b>Total des conversations recueillies par les informateurs</b>	40	35	29
Durée de l'observation	3 mois	3 mois	2 mois

Cette présentation de schémas stéréotypés de conversations télé donne l'éventail des tactiques possibles pour mener cette conversation. Des préférences se marquent selon les groupes.

Le service technique pratique le débat à thème, argumenté, beaucoup plus que tous les autres : un groupe d'hommes, de niveau d'instruction supérieur, généralement syndiqués, tout cela crée un climat propice à la conversation sur les " problèmes de société ", mais en utilisant activement la ressource télévision. Mais l'expérience

personnelle et le récit pas à pas des déroulements d'émission ou de film est aussi apprécié.

Pas autant cependant que chez les secrétaires qui en font leurs modalités préférées de conversation télé, alors qu'elles délaissent les débats " d'opinion générale ". Je précise : la forme de conversation dite " débat d'opinion générale ". Je soutiens en effet que les autres formes de conversation sont toutes des occasions de construction de " l'opinion -locale certes- mais bien publique ".

Le troisième groupe, le restaurant, a beaucoup plus de mal à engager des conversations un peu prolongées : le style dominant est plutôt informatif ou question-réponse ou encore par couple, toutes choses qui ne facilitent pas l'émergence d'une conversation prolongée.

L'association d'expériences personnelles et d'une conversation télé est semble-t-il une pratique courante, voire préférentielle dans l'un des groupes. C'est ici qu'opère le plus explicitement la conversion que permet la conversation télé, d'un registre privé à un registre public, en l'occurrence de divers univers d'appartenance des acteurs à un univers commun, le travail. Les deux séquences, qui serviront de matériau de base ont cette particularité de porter toutes les deux sur une conversation autour d'une émission sur la chirurgie esthétique, et cela dans deux groupes différents. On peut ainsi approcher la dimension collective d'élaboration d'une opinion sur la base d'une expérience commune/individuelle qui va être travaillée et mise en forme au sein de divers réseaux de sociabilité, ici dans l'univers du travail.

### Séquence 2/23

9h. 3 présentes : Marie-Laure, Liliane, Lucette.

Marie-Laure (dès que Liliane arrive) : " Alors est-ce que tu as regardé ton émission [*sur la chirurgie esthétique*] ? " (oui). Marie-Laure parle de l'émission, elle a été choquée par les images, dégoûtée. Lucette n'a pas regardé : elle ne peut pas regarder ça mais de toutes façons, elle se couche tôt. Son mari a commencé mais n'a pas pu continuer, c'était trop violent. Le mari de Liliane non plus ! Marie-Laure ramène plusieurs fois les mêmes scènes et les mêmes remarques. Elle a été choquée par l'opération du nez (elle a un vilain nez et Lucette la taquine à ce propos). Elle se pose la question " Si on était handicapé,

est-ce qu'on irait ? " Elle admet que son nez n'est pas joli mais elle n'irait jamais le refaire. " On n'est pas assez mal dans notre peau ". Tous les reportages sont pris un par un et discutés, sauf la calvitie [*alors qu'il est connu que le mari de Marie-Laure est chauve*]. Une laborantine arrive et écoute sans participer à la conversation, alors qu'elle a regardé l'émission. Une autre laborantine arrive. Liliane lui pose la question " Ah oui, j'ai regardé ". Mais un patron arrive : la discussion s'arrête aussitôt.

À 10h, Sophie arrive. Marie-Laure lui demande si elle a vu l'émission. Sophie l'a vue. On reparle des séquences. Sophie trouve que l'émission était mal construite (pas assez de discussions après chaque film). Les médecins se renvoyaient la balle. Tout le monde se débinait quand il fallait parler prix ou dessous de table. On rappelle l'attaque personnelle qu'a subi l'un des médecins par un téléspectateur au téléphone : il a répondu que ça arrangeait les gens de payer en liquide. Marie-Laure se range à l'avis des autres sur le côté profiteuse de l'entreprise.

Nota : Toute la journée, Marie-Laure parlera de l'émission... et de son nez.

L'émission avait été anticipée et déjà discutée : une " mobilisation " collective était faite. Mais on assiste à un double traitement de la proposition télé. D'un côté, on insiste sur le choc émotionnel, qui est partagé. Pour preuve, on introduit les maris, éléments omniprésents de l'univers familial. Le choc conduit d'ailleurs à revivre chaque séquence, en les suivant une à une : ce frisson rétrospectif et collectif représente une dimension à la fois intense et peu risquée de la communauté d'expérience qu'on produit ici sur un mode fusionnel. L'introduction d'un cas personnel ne fait qu'ajouter à la charge émotive et se transforme même pratiquement en appel à l'aide, pour réassurer sa position, son image.

Il est tout à fait significatif d'une certaine zone de confiance créée dans ce groupe que Marie-Laure puisse verbaliser explicitement les problèmes que lui pose son nez. L'occasion offerte par la télévision surtout par le caractère ordinaire, normal, d'une conversation télé sur ce thème, lui permet de réintroduire, de façon non choquante, ce problème très personnel : le milieu de travail s'en trouve valorisé comme **univers de proches**. La conversation télé fait basculer tout le

groupe dans un registre de soutien identitaire à l'un de ses membres sans pour autant menacer les règles ordinaires du groupe de travail. Mais un deuxième traitement est effectué par une participante, arrivée par la suite, vers un modèle de "l'opinion avertie". **Sophie tire la leçon** de cet amoncellement de faits : elle les ordonne autour d'un point de vue sur l'argent et sur les médecins, univers très proche pour tous les participants, mais encore plus pour elle (fille d'un patron). Elle se situe à l'opposé de la démarche de Marie-Laure pour faire du commun. L'expérience personnelle est retraitée à l'occasion de l'expérience télé, mais cette dernière peut être à son tour retraitée comme moment de constitution d'une opinion, ajustement d'une vision du monde.

#### Séquence 1/31

16h. 5 présents dans la salle de terminaux, devant le micro-ordinateur. Un collègue entre (Jean-Paul), les cheveux coupés très court. Il essuie quelques quolibets sur sa coupe. Marcel parle alors d'implantation de cheveux. Il décrit le procédé mais précise que ça ne marche pas toujours.

Jean-Paul reconnaît, à ses propos, une émission de télé sur la chirurgie esthétique. " T'as pas vu ça à la télé ? " Marcel enchaîne alors sur l'émission et notamment parle de l'opération sur les seins : " Alors là, j'ai préféré m'en aller ". Tout le monde est d'accord pour dire que ce n'est pas appétissant : " C'est de la charcuterie ! ". Marcel et Jean-Paul, qui ont vu l'émission, en discutent. Gérard parle d'une autre émission identique qu'il avait déjà vue. On revient sur les implants, puis sur les dessous de table. Est signalé le " coup " du docteur, présent sur le plateau, qui a été mis en cause par une opérée sur le prix des opérations et les dessous de table. Les deux collègues qui ont vu l'émission s'étonnent de la qualité de ce qu'a dit Gainsbourg. Ils l'ont trouvé pas mal : " Il a dit des choses sensées ". La question du prix est soulevée à la fin, ce qui rend cette chirurgie inaccessible.

La mobilisation n'a pas existé ici. C'est même par association qu'on vient à parler de cette émission qui est reconnue comme source d'informations non citée par le collègue : ce repérage immédiat donne

une idée de la **connivence** qui s'installe malgré nous lorsqu'on partage un même stock d'images, **un même patrimoine télévisuel**. L'introduction de la conversation s'appuie sur une situation personnelle (les cheveux) et le principal meneur signale ses orientations, ses sensations devant le spectacle proposé. Mais jamais la conversation ne va mettre au centre des éléments personnels éventuels : le consensus se fait sur une réaction viscérale (" pas appétissant ") comme il se fera plus loin sur le coût (" ce n'est pas pour nous ") et sur les dessous de table (" il y a toujours des trafics, des complots, des profiteurs dont on est tous victimes ").

La conversion n'est plus alors du privé au public mais de la sensation partagée à sa forme politique. La participation restreinte à l'expérience télé peut être compensée par des ressources équivalentes (une autre émission de télévision). La mise en forme d'opinion s'appuie sur la sensation et sur la juxtaposition de faits et non de sentences ou d'idées générales. Lorsqu'on parle du coût, tout le monde comprend qu'on s'oppose ensemble aux " riches " et que ce n'est pas pour nous.. Lorsqu'on parle des dessous de table, tout le monde comprend qu'on s'oppose aux " puissants " (aux professions libérales, aux médecins, si l'on veut spécifier) et que l'on est toujours obligé d'en passer par leurs volontés. La conversation télé prend ici **tournure de fable socio-politique** qui confirme la vision du monde la plus commune possible pour les participants et qui renforce le sens des places.

Le contraste entre les deux reprises du " même " matériau télévisuel permet de relativiser à nouveau l'importance du message et de sa mise en forme par (institution-télé. La télévision fonctionne bien ici comme un Rorschach où se projettent non les préoccupations ou les fantasmes d'individus-télespectateurs mais les traitements effectués par un groupe donné, en situation donnée. Chaque style de traitement apparaît particulier et renvoie sans nul doute à des schémas relationnels internes aux groupes et à la tradition de conversation télé qu'il s'est forgé. Ainsi la conversation " à expérience personnelle " débouche-t-elle chez les techniciens sur une leçon de politique. Ce **déplacement** (une traduction dans les deux sens de " translation " comme l'utilisent Callon et Latour) nécessite beaucoup de doigté puisque l'on passe *d'un registre privé à un registre public et d'un cas personnel*

*introduisant du particularisme à de l'universel*, à une appropriation de cette expérience par tous, renforçant la proximité sociale. Dans les deux exemples évoqués, les deux limites opposées sont presque atteintes : d'un côté, le cas personnel (le nez) s'impose durablement et pourrait ne pas parvenir à être réinvesti par le groupe si la personne concernée ne mettait pas ses collègues en position de juges, en en faisant de ce fait leur problème. De l'autre côté, la généralisation pourrait devenir abusive et ne plus être en prise avec la situation particulière de départ : on retombe sur des opinions communes déjà établies. Deux processus paraissent essentiels à ce déplacement, qui, encore une fois, n'est pas simple à réaliser.

1. Il faut parvenir à **enrôler** certains membres du groupe dans l'expérience personnelle, en trouvant un **lien** à créer qui les engage. Si le particularisme s'affiche comme tel, ce qui est possible, il doit disposer de ressources suffisantes pour prétendre orienter la conversation sans avoir à déplacer son objet pour en faire quelque chose de relativement commun. La télévision fournit un cadre " prêt à l'emploi " pour ce type de déplacement mais cela ne suffit pas : il faut encore trouver l'expérience télévisuelle partagée et y insérer son " particularisme " à dose homéopathique.

L'opération est analogue à **l'embrayage** qui suppose un frottement progressif (cf. les *shifters* de Jakobson dans une autre problématique).

" L'étalage " des états d'âme, de la vie privée n'est pas toléré s'il ne respecte pas des règles de conversion, des procédures allusives qui " universalisent " des particularismes : l'étalage est en effet un rapport d'imposition brutal de son univers privé. Il s'agit alors d'une effraction, d'un **attentat à la pudeur** identique à l'exhibitionnisme.

L'enrôlement est réussi lorsque l'expérience privée d'un membre du groupe est débattue comme un cas général ou lorsque d'autres expériences privées sont introduites. Il s'agit souvent d'expériences par procuration (" C'est comme mon frère qui... ") où la télévision peut aussi à nouveau jouer le rôle de **ressource** (d'où le titre immortel " Elle vit sa vie par procuration devant son poste de télévision "...) Ce thème a été développé dans la recherche anglo-saxonne sur la télévision (*Vicarious experience*, Rosengren and Windahl, 1972) mais dans une approche d'audience et de réception qui adhère totalement à l'individualité supposée de la réception.

Je souligne ici que les ressources d'expériences par procuration ne sont perceptibles comme telles que lorsqu'elles sont mobilisées en situation dans un travail de perlaboration spécifique à un univers relationnel. La conversation télé permet de socialiser des expériences personnelles et télévisuelles et de faire vivre, aux collègues de travail par exemple, ces expériences par procuration. Il ne s'agit pas seulement de diffusion d'un savoir, d'une information, d'une rumeur, mais de participation collective pour la reprise d'une expérience particulière. Ce travail **d'universalisation** doit être opéré délicatement car la " matière " en est émotionnellement chargée, au moins pour celui qui livre son expérience et qui se met en scène.

2. Ce travail de **déplacement** est une coopération à plusieurs : il est irréalisable seul et nécessite l'enrôlement des autres pour **conduire** la conversation. La conversation apparaît ainsi dans sa dimension de durée : il faut **du temps et être à plusieurs** (plus d'un) pour mener une conversation. Il n'existe de toutes façons jamais de **monologue** : tout message est adressé à mais surtout l'échange est " toujours déjà là ", qui dépasse le caractère comptable des individus je ne comprends pas la phrase. Selon les situations, il peut être plus aisé ou plus difficile d'avoir affaire à des acteurs présents physiquement ou mis à distance techniquement (estrade, courrier, téléphone, etc.) ou encore posés comme virtuels : on ne déplace pas alors de la même façon. On mène un objet d'un point donné à un autre en lui faisant subir dans ce déplacement des transformations.

Ces règles de transformations demandent du temps pour être mises en œuvre au moment opportun (le temps d'embrayer et de changer les rapports un par un). Le saut trop rapide d'un registre à l'autre peut **prendre des allures** de coq-à-l'âne ou être interprété comme une volonté d'en finir ou d'imposer un point de vue particulier, sans que la nécessité de la conversation l'impose. Un embrayage trop brutal fera caler le moteur à coup sûr. Dans les procédures conversationnelles, on doit ainsi être attentif aux **opérations d'enrôlement** (ouvertures à d'autres explicites ou non), aux **accumulations de ressources** (on ajoute des arguments dans le même sens, on empile ou on élargit, on

adosse sa position comme on plaide un dossier), et aux procédures de **déplacements** (amorcés puis retirés, engagés mais réussis ou ratés).

La durée est un critère essentiel pour que se développent ces transformations mais un manque de savoir-faire dans ces procédures de déplacement, un manque de ressources ou un enrôlement trop faible peuvent court-circuiter une conversation à brève échéance. L'exemple de Mme T., spécialiste des introductions stéréotypées et brutales (" Vous avez regardé... ? ") montre qu'il est très difficile d'élaborer à partir de ses propositions : son introduction prend alors la forme d'une salutation ou d'une remarque à la cantonade, où l'engagement n'est pas requis. L'exemple présenté plus bas (séquence 1/2) montrera le travail qu'il faut pour récupérer une conversation brisée par le volontarisme d'un des membres qui veut la faire passer d'emblée à un état de leçon politique générale, à sa forme figée définitive qui n'est plus négociable ou qui a terminé son déplacement provisoirement. La nécessité du temps apparaît dans le recours **fréquent à la conversation-calque**, où l'on enchaîne les séquences d'une émission ou les scènes d'un film : ces enchaînements " prêt-à-emploi " permettent de faire durer l'échange tout en attendant les moments de déplacements possibles.

Pour clore sur cette question de la conversion privé/public, je propose une séquence qui représente une conversion conduite habilement sur un thème originel déclaré comme " intime ".

#### Séquence 1/4

5 personnes. Après-midi.

Celui qu'on appelle Papy (il a 55 ans mais en fait 65 selon Y; notre informateur) appelle sa femme au téléphone. Les collègues (du même bureau) l'entendent lui dire qu'il ne pourra pas à cette heure-là car il doit regarder Cocoricocoboy. Rire général dans la pièce. Papy explique par la suite qu'il aime surtout voir les playmates. Plaisanterie sur " Ta femme peut faire la playmate ! ". Jean-Paul demande alors si on a vu l'émission " Moi Je ". Papy répond aussitôt qu'il s'étonne que les gens de 70 ans puissent faire l'amour.



*[Noter l'enchaînement qui suppose une connaissance du contexte héritée de multiples conversations précédentes. Lorsque Papy a mentionné les Playmates, les autres ont aussitôt associé avec le fait qu'il leur avait déclaré précédemment qu'il ne faisait plus l'amour depuis longtemps. Jean-Paul a déplacé immédiatement vers une émission de télévision que Papy a reprise au vol sans que personne n'ait eu à préciser le thème visé par Jean-Paul. Communauté télévisuelle et communauté de travail se renforcent pour créer un fil conducteur qui n'a plus à être dit. (sinon, ce serait " cousu de fil blanc ") De ce fait, l'opération de déplacement de Jean-Paul n'est pas un coq-à-l'âne ni une maladresse mais au contraire une socialisation d'un problème qui préoccupe tous les participants en partant d'un cas personnel.]*

L'informateur, Guy, note alors : " débat général là-dessus ", *[signalant à la fois de caractère effervescent de la discussion et un relatif malaise pour relater cette conversation]*. Puis tous les sujets de " Moi Je " sont abordés. La femme obèse (dans un reportage sur les amants étrangers) : des débats ont lieu sur le fils de cette femme pour décider de son origine, de son père (serait-il noir ?). Sur cette question de l'origine *[indiscible, dirait Lacan]*, les plaisanteries fusent et Guy précise que les étrangers n'ont pas les mêmes critères de beauté (car tout le monde s'étonne qu'on puisse aimer une telle femme). Tout le monde est d'accord pour dire que l'essentiel, c'est la beauté du visage *[le travail de dénégation de la question a été mené tambour battant par les plaisanteries et par une généralisation sans doute trop bâtive de mon informateur, qui me déclare qu'il voulait sortir du débat ras de terre]*. Les autres sujets de " Moi Je " sont ensuite enchaînés, par Jean-Paul surtout. On s'arrête sur " la star turque ". Des remarques sur son physique sont faites (remarques " à ras de terre " à nouveau). Tout le monde est étonné de la voir parler si facilement, et s'attendait à voir une poufiasse : le fait qu'on puisse être pute et mignonne trouble le groupe.

Papy repart sur Cocoricocoboy en détaillant les Cocogirls, celles qui plaisent le plus. Quand il parle de " la brune ", tout le monde sait de qui il parle. Et chacun admet à la fin qu'il regarde Cocoricocoboy même sans le vouloir...

Voilà toute une séquence où se sont développées des questions sur l'origine, sur le désir (l'étranger, la prostituée) dans un milieu de travail ordinaire grâce à l'association des ressources de la télévision et de l'expérience personnelle. Le retour final sur les cocogirls devient un

art de la clôture rassurante face aux questions troublantes que ni plaisanteries ni généralités n'avaient réussi à enterrer. La conversation télé permet de traiter ces questions parce qu'elle permet de les recouvrir avec la même aisance : elle limite l'engagement, elle opère comme une médiation sécurisante pour le consensus groupe comme pour l'intégrité de "l'intimité" personnelle.

Mais voilà bien une forme de constitution de l'opinion publique qui débat des principes de toute structuration sociale à partir d'un matériau "vulgaire" et non à partir de "La Flûte Enchantée" ou de Sophocle. Comment lui donner un statut sociologique entre les stéréotypes de la culture cultivée et ceux de l'opinion publique qui pour être analysée comme telle ne devrait traiter finalement que de questions mises en formes politiques, c'est-à-dire déjà dites et dicibles ?

### **Les conditions locales de formation d'une opinion publique à travers la conversation télé**

Tous les éléments fournis précédemment montrent déjà une opinion publique à l'œuvre, que la conversation porte sur la difficulté de vivre avec un vilain nez ou sur les mystères de l'origine. Les questions qui relèvent d'une opinion reconnue comme telle par les chercheurs et par les instituts de sondage sont trop souvent restreintes. Tout peut fournir "matière à opinion publique" dans la mesure où s'y révèle un traitement des écarts sociaux, des places sociales, un jeu de proximité et de distance sociales d'une part et de classement et de généalogie d'autre part. Mais la même matière peut ne pas être traitée sur ce mode : l'opposition de goûts entre ceux qui aiment les glaces à la fraise et ceux qui les préfèrent à la pistache n'est pas pertinente actuellement pour constituer de l'opinion publique.

On doit donc préciser, à chaque fois, dans quelle unité sociale on se situe : il existe selon moi plusieurs **niveaux** d'opinion publique qui manifestent les tensions entre particularisme et universalité propres à un univers social. J'ai parlé ainsi **d'opinion publique locale** à propos

du mode de communication dans des unités résidentielles comme les grands ensembles (Boullier, 1987). La définition de " qui est membre ", " qui est *nous* ? " est au cœur de l'opinion publique et se retrouve à chaque échelle de la société, à condition que cette question émerge comme telle, ce qui n'est pas le cas pour les goûts en matière de glaces : on ne définira pas de groupe " nous, amateurs de glaces à la pistache " qui mettrait sur la place publique la question de la reconnaissance sociale de la pistache et qui établirait un clivage à travers toute la société (ou toute société **locale**) sur cette base. Pour qu'une question émerge comme question politique, s'intégrant à la formation de l'opinion, il faut au moins qu'elle ait une pertinence pratique pour quelques-uns qui s'opposent et se définissent mutuellement à travers cette opposition.

Une question générale (Dieu existe-t-il ?) ou une question particulière (Dois-je couper mes sapins qui font de l'ombre à mon voisin ?) peut toujours devenir question publique, à condition d'être travaillée, d'être **déplacée** vers un terrain et sous une forme où l'on peut enrôler d'autres acteurs pratiquement concernés, intéressés disent Callon et Latour, à un titre ou à un autre. Selon les univers sociaux où sera déplacée cette question, on ne la traduira pas de la même façon, univers sociaux étant entendus en termes d'arrangements de rôles ou d'engagements situationnels finalisés (le travail n'est pas la résidence par exemple) mais aussi en termes d'échelle (l'îlot d'immeubles n'est pas la société nationale française).

Pour que se réalise ce déplacement, pour que soit situé l'univers social pertinent, il faut aussi que des **constructeurs** d'opinion se manifestent. Ce sont eux qui mettront en forme l'opinion, qui parleront pour les autres (les porte-parole), qui enrôleront d'autres acteurs, qui délimiteront la frontière pertinente pour débattre de la question. On mesure alors à une échelle nationale le poids des media, à une échelle locale celle des leaders d'opinion. Cependant, mon approche ethnographique de milieux particuliers signale des phénomènes de construction de l'opinion publique beaucoup plus complexes que ceux liés à des leaders d'opinion. La délégation de pouvoir et la reconnaissance du statut de " personne autorisée " dont jouissent certains s'avèrent très précaires et parfois peu opérantes.

À travers la conversation télé, apparaît le formidable travail **collectif** nécessaire à l'**ajustement** d'une opinion publique, particulière à un univers, l'univers professionnel. Il s'agit bien d'ajustement, ou même d'ajustage au sens technique, pour faire correspondre l'état d'une question à l'état exact des relations dans le groupe, pour qu'elle ne soit ni trop particulière ni trop générale, ni trop productrice de divergence ni trop banale (trop " lieu commun "), ni trop marquée par son univers d'origine (divers univers non-professionnels) ni trop strictement limitée à l'univers commun (professionnel).

Le savoir-faire conversationnel consiste à trouver le cheminement adéquat pour le déplacement d'une question d'une forme à une autre : on modifie (ou on confirme) l'état des relations dans le groupe, on l'ajuste lui aussi en intégrant de nouvelles informations. La conversation télé permet de faire ce travail en évoquant la question **de façon tangentielle**, grâce à une médiation : les ajustements ne se font pas de front mais sur un support déjà relativement commun. Ce n'est pas la même chose de dire " Je sais que vous trouvez que j'ai un vilain nez, allez, avouez-le. " ou de dire " Vous avez vu l'émission sur la chirurgie esthétique, moi, ça me concerne, qu'en pensez-vous ? "

La télévision prend un statut à la fois d'univers commun préalable et de stocks de connaissances. Comme pour la rumeur, le " fait télé " représente un bien, une " valeur à échanger " (Kapferer, 1986). La source est identifiable par tous et " l'information " est ainsi crédibilisée et déjà incorporée à un ensemble de références communes. La télévision, comme ressource de " tokens " à échanger aisément, est particulièrement prisée par ceux dont le " capital " d'information ou l'accès à des sources diverses est limité.

Mais le déplacement qui s'effectue au cours de la conversation -qui est la conversation même- ne prend pas la forme idéale d'un débat contradictoire, d'idées générales : *la conversation télé procède plutôt par adjonction-juxtaposition de " faits-télé ", de documents parfois associés de façon saugrenue d'un point de vue logique mais toujours cohérents avec le travail de déplacement vers un autre état des relations internes au groupe.* S'appuyer sur ces ressources télé, voire disparaître derrière, c'est assurer la neutralisation des effets de la divergence introduite en maintenant le fil de l'univers commun.

Le débat doit d'autant moins dériver vers une forme démocratique parlementaire ou vers une forme scientifico-intellectuelle qu'il doit en permanence être ancré dans le contexte propre au groupe sans pour autant s'y résumer (c'est-à-dire se résumer aux relations de travail). La sphère de validité des arguments échangés doit toujours être ajustée à ce contexte, par tâtonnements : la ressource télé permet à la fois d'apporter des " faits quasi expérimentaux ", localisés, et de leur maintenir un caractère général, universel, partagé. Je fournirai seulement deux exemples de " débats d'opinion " qui sont tous les deux tirés du corpus recueilli dans le groupe de techniciens, les plus familiers de ce type de débat : ce serait cependant se laisser piéger que de considérer cette forme de conversation, plus proche de ce qu'on entend ordinairement par " débat ", comme idéal-typique puisque je viens d'affirmer la diversité des formes conversationnelles pour construire l'opinion publique.

#### Séquence 1/2

9h 15. 8 personnes au café (4 assises, 4 debout).

Gilbert demande si on a vu l'émission " Action ". Il explique qu'il y avait une somme d'argent proposée à un groupe d'étudiants. Deux personnes l'ont vue dont le chef de service, Jacques. Il prend un ton professoral : " La réaction vante l'image du capitalisme. " Personne ne réagit. On en reste là " sinon ça risquerait de s'envenimer " dit mon informateur. Gilbert continue à présenter l'émission, le thème des retraites complémentaires. Jacques intervient à nouveau : " C'est scandaleux, la situation n'est pas aussi grave qu'on le dit ! ". [*Nota : le thème ne concerne pas les fonctionnaires directement*]. " Le rapport inactifs/actifs n'est pas aussi important. " Les quatre qui prennent le café, assis, participent à la conversation. Certains rappellent que la mutuelle de leur administration encourage quand même ça. Quelqu'un enchaîne sur l'émission sur Cohn-Bendit. Jacques, de nouveau, se moque de Cohn-Bendit. On discute sur les gens qui changent d'idées en relativisant et en contrant délicatement les moqueries de Jacques. Les manifs étudiantes sont alors évoquées. " Ils sont moins politisés qu'en 68. " Les souvenirs de manifs de 1968

affluent, des anecdotes, surtout de la part de quatre participants. Tout le monde prend plaisir à évoquer ces souvenirs.

Cette conversation télé a du mal à démarrer et va échouer à deux reprises dans l'établissement d'une participation collective. L'enchaînement télévision permet cependant de garder un fil, de maintenir une conduite qui sans cela serait impossible et demanderait une reprise à zéro. Dans les trois moments de la discussion, le même interlocuteur, Jacques, va peser de sa marque pour tirer la conversation vers la leçon politique critique. Dans le premier moment, la généralisation est tellement rapide et stéréotypée qu'elle enterre tout travail conversationnel : il a court-circuité les temps de transformation. Il n'y a plus rien à dire.

Dans le deuxième cas, on rattrape la divergence de nouveau introduite en s'appuyant sur la communauté de situation (fonctionnaires). La troisième opération est plus réussie mais elle nécessite de contrer la critique du même collègue pour enchaîner, non sur un débat d'idées explicitement déclaré mais sur une juxtaposition de faits, d'anecdotes qui marque une appartenance commune à l'univers "soixante-huitard". On peut alors combiner dimension particulière (des expériences personnelles de manifs) et participation à un même univers de référence sans que le particulier génère de la divergence. À travers ce mouvement, apparaît une formation de l'opinion publique de type "personnalisant" : l'opinion n'est en rien désincarnée, ou forgée par d'autres ou encore stéréotypée mais construite dans la combinaison subtile de l'expérience personnelle et de sa validation par un groupe.

#### Séquence 1/32

9h. 5 personnes prennent le café.

Marcel entre dans la pièce et dit " Je ne regarde pas souvent la télé mais je suis resté devant Droit de réponse jusqu'à minuit pour voir Lorgeril. "

*(Les autres collègues connaissent le contexte permettant d'interpréter cet énoncé : (de) Lorgeril est le grand propriétaire d'un château non loin de Rennes. Il*

*s'intéresse aux vieilles voitures et Marcel le connaît personnellement car il retape lui aussi des vieilles voitures et en possède plusieurs. Mais un point reste obscur...*

Gérard (informateur) demande : " Mais pourquoi Lorgeril était-il à la télévision ? " Marcel précise " pour un débat sur l'héritage ". " Les gens croient que la vente d'un château peut rapporter beaucoup d'argent mais c'est pas vrai. " Lorgeril a dû vendre un château pour s'acheter une Rolls. Les collègues charrient Marcel, qui a l'air de le plaindre. Jacques, chef de service, a vu l'émission : il parle du discours démagogique de Tapie et du dessin de Wolinski sur Tapie (" Il parle comme mon chauffeur. "). Il signale que Tapie n'a pas apprécié. Jacques a trouvé abusif le témoignage d'un des participants qui se plaignait d'avoir tout perdu, alors qu'il lui en reste beaucoup. On enchaîne sur le zoo (qui se trouve aménagé dans le château de Lorgeril) et tout le monde est d'accord pour le trouver cher pour ce qu'il y a.

Cette conversation est introduite d'emblée sous le signe d'une association expérience télévisuelle-particularisme du rapporteur. Cette introduction ne choque pas, parce que l'univers de référence (la région de Rennes, les goûts de Marcel pour les voitures, Droit de réponse) sont connus. À noter cependant la jubilation qu'il peut y avoir pour le narrateur à trouver représenté un fragment de son univers personnel sur l'écran de ses projections habituelles. Il y a là sans doute un retour du type confirmation, *qu'il faudrait encore vérifier* et qui fait, en tout cas, le substrat des choix de télévisions locales (" se voir "). L'important, en l'occurrence, réside dans l'autorisation ainsi accordée de réintroduire son univers de goûts personnels dans le milieu de travail, occasion formée par le modèle de la conversation télé. Marcel introduit cependant une dissonance en semblant s'associer de trop près à un univers (les riches et leurs problèmes d'héritage) qui s'oppose à celui de techniciens-fonctionnaires-de-gauche. Dans ce cas, l'hyper-personnalisation est **contrée**.

La reprise de la conversation par Jacques prend le travers inverse : à partir de l'expérience télé, il reprend son discours attendu contre les patrons et les riches. Sa tentative est plus réussie que dans la séquence précédente car il sait mouler son discours dans le registre télévision, en argumentant à l'aide de " faits d'observation ", vus pendant

l'émission et susceptibles d'être partagés par tous. Mais ce déplacement n'aboutit pas réellement car il n'est pas **repris**, c'est-à-dire accepté comme un **cadre** possible de la conversation. Cette tentative de généralisation étant contrée à son tour, on se retrouve sur une **appréciation commune** sur une situation locale (le zoo) expérimentée par tous. Mais, de façon significative, elle intègre au passage la connotation anti-riche apportée par le discours de Jacques. Cette conclusion réunit idéalement les ingrédients d'une opinion publique locale qui s'est construite en intégrant l'expérience personnelle de Marcel dont on élargit seulement le cadre à un élément connu de tous (le zoo et non plus Lorgeril en personne) mais en intégrant aussi le "rappel à l'ordre" de Jacques sur la position supposée commune (que Marcel semblait oublier) de non-riches, voire d'anti-riches.

Le travail de déplacement effectué est important : il opère par **re-contextualisation d'une " proposition de conversation télé "**, elle même construite dans le frottement à une proposition télé. Il faut trouver l'ajustement exact à la dimension du groupe (rien ne sert de se mettre d'accord sur des généralités), à son échelle de pratiques communes (la région de Rennes) et à sa tradition idéologique (la gauche mais sans la langue des partis qui signale un autre univers de référence.)

Le " produit " de cette conversation télé, est **un jugement commun sur le zoo**, jugement qui dit la communauté d'appartenance extra-professionnelle à une région, à une position sociale et à un parti-pris idéologique **commun** (pour cette situation.) Ce produit est en fait très éloigné de la " proposition télé " telle qu'aurait pu la décrire un programme : le frottement avec la télévision ne dit rien des modalités de construction d'un accord. La proposition télé n'a gagné une certaine pertinence que dans la mesure où elle a été **contextualisée** : en l'occurrence, la contextualisation opérée par Marcel est inadaptée à l'état du groupe. Celle que tente Jacques équivaut à une décontextualisation abusive (bien qu'il reste ancré dans l'univers télévisuel.) Ces deux oscillations permettent de retrouver un mode de recontextualisation adaptée : l'opinion publique n'existe que dans un contexte donné tout en devant, pour se constituer comme publique,



prétendre dépasser cette dépendance contextuelle. Ce dépassement doit être géré à l'échelle du groupe de référence. Le jugement sur le zoo va au-delà de la situation de groupe professionnel : il s'appuie sur des appartenances extra-professionnelles mais reconnues et négociées par le groupe professionnel.

Je ne peux m'empêcher de noter au passage le ratage permanent du discours militant. Paradoxalement, ce discours, qui se veut **critique** à l'égard des media et de la mise en forme de l'opinion qu'ils effectuent, procède de la même façon et se retrouve prisonnier de cette mise en forme. En effet, sa faiblesse réside dans sa difficulté à **traduire** au cas par cas les propositions télé (ou toute autre information) pour les contextualiser. Or, comme le montre souvent Jacques, le discours militant fonctionne à la généralisation permanente, à " la leçon qu'il faut tirer de tel cas particulier ", *en oubliant de faire le chemin inverse de recontextualisation dans des univers toujours particuliers*. Tout l'art de la conversation consiste précisément à déplacer l'objet du débat proposé, à partir de la télévision éventuellement, dans le contexte particulier du groupe d'appartenance sans pour autant s'y enfermer.

En critiquant la proposition télé pour la mettre en forme générale, le discours militant est **plus faible** que la télévision, qui, bien que nécessairement coupée des groupes sociaux qui retravaillent leurs relations sur son dos, oserais-je dire, parvient malgré tout à **fournir des ressources** ré-exploitable par le groupe lors de sa recontextualisation. Ressources perçues comme non mises en forme mais comme documents "prêts à l'emploi" pour toute interprétation : la construction du document-télé apparaît en effet rarement. Mais il ne sert à rien de démontrer sa construction si c'est pour le remplacer par une généralité construite en béton valable en tous lieux et en tous temps : elle est littéralement **indigeste** et le groupe observé ne peut, de fait, que la rejeter.

Il apparaît ainsi que la conversation télé fournit un cadre souple de formation de l'opinion publique, qui ne doit pas être interprétée en référence à la proposition de la télévision comme institution mais seulement dans le contexte des relations locales. Ce cadre de la conversation télé permet de faire jouer la tension particulier-universel

sur fonds commun non réduit à l'univers professionnel. Le statut du medium fournit une condition privilégiée à ce jeu particulier/universel : la relation à la télévision (terrain commun mais spectacle privé) créée par le dispositif technique et l'élément essentiel pour ce travail de conversation, et non un quelconque contenu. C'est une autre façon de dire avec Mc Luhan : " Le message, c'est le medium ", mais à condition de souligner l'inexistence sociale de ce message structural s'il n'est pas retravaillé dans différents univers et recontextualisé comme débat universel/particulier pertinent dans une situation.

Dispositif d'enquête pour l'étude des conversations

*(Étude effectuée de décembre 1986 à mai 1987.)*

J'ai cherché à recruter parmi mes relations (ou par intermédiaire) des informateurs qui étaient insérés dans des univers professionnels différenciés en termes d'activité, de taille d'entreprise et de caractéristiques des populations (âge, sexe, qualification). Le choix de l'univers professionnel comme terrain d'enquête résulte de deux impératifs

- l'un négatif : où trouver un lieu d'observation prolongée qui ne soit ni trop restreint (ex : la famille, le ménage) ni trop indéfini (ex : un café) pour pouvoir pratiquer l'observation et en tirer des informations contrôlables, autres que des variations éphémères sur des propos recueillis sans autre contexte ?

- l'autre positif : l'univers professionnel représente un espace essentiel à la construction des identités et des places sociales. Pourquoi l'opinion publique ne s'y constituerait-elle pas de façon privilégiée ?

Cependant, comme le montre l'enquête, les enjeux des relations internes à une unité de travail ne se manifestent pas seulement sur le terrain du travail, de la coopération fonctionnelle ou organisationnelle : l'attention doit se porter sur la capacité à y intégrer d'autres univers. L'informateur doit donc me transmettre en même temps que la transcription de l'échange, sa propre grille d'interprétation à partir des informations multiples qu'il a déjà

accumulées sur les goûts, les habitudes, les opinions, le standing, les relations de chacun.

Le compte-rendu sur lequel je travaille dépend entièrement de la compétence de l'informateur à :

- noter à temps et avec précision le maximum d'éléments de la conversation,
- ne pas confondre ce qui s'est passé, ce qui s'est dit et ce qu'il en pense,
- donner, à l'inverse, les références qui lui permettent, comme à ses collègues, d'interpréter la situation, expliciter tout le substrat, le savoir préalable qui permettent au groupe de converser à des multiples niveaux sans avoir à expliciter les enjeux.

Ces exigences sont celles qui s'imposent à tout ethnologue, mais elles pèsent ici sur des informateurs qui n'ont jamais fait ce travail. Il faudra souvent quelques semaines pour que les informateurs intègrent mon exigence de précision, mon attention à la forme des échanges tout autant qu'au thème. Mais leur travail fut, de mon point de vue, tout à fait remarquable : il est très difficile d'avoir cette attention permanente, cette distance dans un univers où l'on est sollicité comme acteur à part entière. Ce travail justifiait une **rémunération**, que les informateurs ne comprenaient pas bien au début puis qui fut beaucoup mieux appréciée vers la fin, en raison de la contrainte que représentait cette attitude attentive, distanciée et participante à la fois.

Techniquement, les informateurs devaient :

1. Noter immédiatement, voire en cours de conversation, les éléments essentiels de l'échange pour les aider à le mémoriser, et cela discrètement (des notes, des fiches et un cahier furent utilisés par chacun).
  2. Retranscrire, dès le soir, cette conversation avec le plus de fidélité possible dans la restitution.
  3. M'en rendre compte verbalement chaque semaine, en s'appuyant sur leurs notes écrites et en répondant à mes demandes d'explication.
- Le compte-rendu, qui fournit le matériau de base, est donc une construction à plusieurs étages qui peut intégrer autant de retraductions, dont la mienne lorsque je demande à l'informateur

d'expliciter ses références. Il n'y a donc aucun rapport entre cette méthode et une analyse de conversation classique puisque le matériau est constitué par des **récits de conversation**. L'objet n'en est pas le même puisque l'on cherche à délimiter les opérations de traitement collectif d'un thème précis de conversation selon des **règles de distanciation et de proximité combinant divers univers relationnels** : les procédures strictement linguistiques ou paralinguistiques ne sont pas prises comme centres de l'investigation mais seulement certaines d'entre elles comme indicateurs non systématiques de changements de registres. J'ai souligné des situations de conversations croisées et de brouhaha où toute méthode d'analyse classique de conversation (souvent duelle et dans un contexte institutionnel ou technique délimitant clairement le cadre) serait impuissante.

Deux problèmes essentiels ont surgi.

***A ) La délimitation de l'unité-conversation.***

Elle était laissée de fait à l'appréciation de l'informateur. Son attention ne se mobilisait en effet que lorsqu'il était fait référence à la télévision.

Ce critère représentait malgré tout une fixation quelque peu arbitraire au support " télévision ". Il était nécessaire de restituer la genèse de la conversation. Souvent la démarcation était facilitée par les formules d'introduction explicites qui ponctuaient le début même d'une situation d'interaction (en arrivant au travail) et par l'interruption souvent brutale sous la pression des événements (clients, patron, etc.) Mais j'ai évoqué les situations où la conversation reprenait explicitement une discussion de la veille (" Alors, tu as vu ton film ? ") ou bien se continuait par intermittence pendant la journée entière. *L'unité phénoménale de l'échange verbal représente selon moi un découpage non pertinent pour analyser une conversation, si l'on s'attache aux processus qui la construisent.* On connaît le cas des conversations qui se déroulent sur plusieurs années (cas de correspondance): au nom de quoi peut-on effectuer une segmentation qui sera nécessairement arbitraire ?

Le problème serait secondaire si l'on n'en venait à produire des analyses de l'introduction et de la conclusion de conversations qui sont en fait prises dans un continuum d'échanges : les processus conversationnels sont alors réduits à quelques régularités localisées dans une culture bien précise sans que ce contexte soit pris en compte. Si la relation est au centre de l'analyse, elle doit dépasser le cadre conjoncturel des matérialités dans lesquelles elle se manifeste. Le déplacement que j'évoquais pour la conversation peut se répéter, durer au-delà de telle séquence verbale particulière. Il fallut d'ailleurs contrôler l'un des informateurs qui avait au début tendance à vouloir toujours fournir une **conclusion** à une conversation, alors qu'il s'agissait souvent d'une "leçon" que lui-même tirait de la conversation. Aussi les délimitations sont-elles restées arbitraires, l'attention se focalisant principalement sur les glissements, les enchaînements, les présupposés, etc., qui signalent le travail de la relation entre les acteurs quelles que soient la séquence et ses frontières.

***B) Le compte-rendu fait par les informateurs est la seule source d'information et ne peut être confronté à d'autres versions.***

Ce compte-rendu comporte nécessairement du flou, des filtres, des interprétations et des jugements. L'explicitation n'est pas toujours possible et l'on doit éviter de poser à l'informateur des questions de sociologue (" - Pourquoi untel est-il toujours à part ? - Je ne sais pas, ça a toujours été comme ça. "). Par contre, il fallut aider l'informateur à se décentrer en permanence de son propre jugement sur ses collègues (tout en l'exprimant) mais aussi sur les conversations rapportées. L'attention que je réclamaux aux "détails" n'était pas toujours perçue comme digne d'intérêt. Faire admettre que lorsqu'on "parle pour ne rien dire", on parle de façon intéressante pour le chercheur, ne fut pas toujours facile. Il fallait sortir d'un modèle de la bonne conversation, de la conversation intéressante. Ce biais pouvait être renforcé par la position des informateurs, plus qualifiés que leurs collègues dans deux des cas.

Malgré toutes les limites du dispositif, voire sa naïveté, il me semble que le travail de construction de la télévision effectué par un groupe professionnel apparaît comme il n'a jamais encore été mis en

évidence. L'analyse plus fine des procédures de mise en commun relative, de passage d'un univers à l'autre nécessiterait cependant d'être poussée plus avant avec des exigences plus élevées vis-à-vis des informateurs, grâce à des enregistrements mais aussi après un retour épistémologique sur les conditions de possibilité et de validité de la connaissance que l'on est en train d'élaborer à travers ce dispositif.



**Chapitre 2**  
**Les styles de relation à la télévision**

Dominique Boullier





## Introduction<sup>3</sup>

Préalable méthodologique (pour décourager le lecteur et le persuader que les sciences sociales ont quelque chose de scientifique.)

Initialement, il me semblait possible d'associer une démarche " en situation " (les conversations recueillies par des informateurs dans leurs milieux de travail) et une démarche de description des états de culture télé; par interviews. Je n'ai jamais cru possible de réaliser une sociographie des goûts télévisuels mais malgré tout, l'idée de trouver quelques " types " de téléspectateurs demeurerait, en les définissant vis-à-vis de l'offre télé, de ce qu'elle imposerait, comme unification ou diversification relative. En parlant de culture et non de goûts, j'avais délibérément glissé vers un thème générique qui incluait dans sa *définition un savoir-faire dans la mise en scène de sa culture télé* : mais le lien avec l'offre restait sous-jacent ainsi que la possibilité de réaliser un inventaire de ces cultures. Or, le choix d'une technique d'interview et les méthodes, adoptées au cours de l'entretien prenaient en compte explicitement cette donnée de base : on n'observe pas de " goûts " mais seulement *des comptes rendus de goûts*, pas de " culture-télé " mais seulement des mises en scène verbales de cette culture-télé (face à un informateur, à un sociologue).

Cette démarche, basée sur les comptes rendus des goûts, interroge de fait toute possibilité d'une sociologie du goût : autant on peut rechercher un modèle organisateur du goût, autant on ne peut ignorer qu'il n'y a pas de goût-en-soi, comme une propriété essentielle d'un acteur, mais seulement des goûts-en-situation, mis en forme dans un contexte de communication particulier et face à une offre donnée, ce qui en fait, dans le cas de la télé des préférences, des options et non des choix. Il s'agit de souligner l'aporie d'une sociologie du goût qui retrouverait dans ses comptages les seuls effets du travail de décontextualisation et de catégorisation, effectué **par le chercheur**. L'inventaire des états du goût, dans une société donnée à un moment donné intéresse sans aucun doute le marketing : mais s'il a

---

<sup>3</sup> Entretiens réalisés par Josée Betat.

suffisamment élaboré ses outils, il s'intéressera plus à des courants de " fond " (cf les socio-styles) qu'à des variations de " surface ". Et précisément, je défends le parti-pris de l'observation de **surface** qui ne cherche pas les motivations profondes, les dispositions héritées et les variables influentes des comportements, en l'occurrence des expressions du goût. La seule dimension à laquelle nous avons accès est représentée par **l'expression du goût** en situation : que ce soit un questionnaire fermé, un entretien ouvert, une conversation entre voisins ou une discussion entre collègues de travail, **la situation contraint** l'expression du goût et vide définitivement de son sens toute idée d'un goût personnel, en l'occurrence collant à l'individu, goût qui passerait de situation en situation et dont on pourrait retirer après maintes opérations de filtrage (pour évacuer la boue ou le bruit de la situation) la substantifique moelle.

Observation de surface, c'est-à-dire attention aux arrangements trouvés dans une situation donnée pour **se placer**. Je n'ai accès dans l'entretien qu'à la vérité construite par l'acteur : il est hors de question de la lui contester ou d'en proposer une version plus savante. Le travail du sociologue est alors analogue à celui de l'acteur dans cette situation: je m'intéresse seulement à la manière dont il énonce, dans ce contexte particulier qu'est l'interview, son goût. Son goût ne m'intéresse pas mais seulement les procédures pour le dire, pour l'objectiver en quelque sorte, pour en faire un compte-rendu, pour le rendre interprétable, c'est-à-dire pour faire le travail que prétend faire le sociologue à sa place.

Dans les modalités d'expression de son goût, apparaît –c'est l'hypothèse ou plutôt le pari que je fais– *la relation à l'objet " télévision "* construit dans la situation d'entretien. Ce qu'on dit de son goût télé, c'est seulement ce qu'on est capable de dire dans ce contexte d'entretien qui inclut toutes les interprétations de l'acteur sur le sociologue, sur la position de l'objet télévision en général, dans l'univers des objets culturels. Émerge ainsi, non pas un goût à prendre à la lettre, mais un style de relation à la télévision, en action dans une situation. Je fais alors l'hypothèse que la cohérence interne du discours produit, tient dans ces procédures d'énonciation qui se répètent, qui traversent toute expression particulière.

Cette forme incorporée au discours qui dit la relation à l'objet dans sa complexité, n'est pas plus profonde ou cachée : elle est seulement un rythme qui parcourt l'énoncé et qu'il faut percevoir précisément en surface sans coller à la profondeur des significations ponctuelles. C'est à travers ce rythme que se manifestent une **compétence sociale** et une **compétence normative** (ou désirante.) Ces régularités dans la mise en scène de la relation à la télévision sont entièrement (sous-)tendues par cette compétence qui, à la fois, analyse tout univers social, le met en forme, le structure en niant potentiellement toute objectivité des êtres et des choses, et réinvestit cette analyse dans un contexte particulier avec lequel il faut toujours faire compromis. Cette compétence contradictoire sur le plan sociologique se manifeste dans cette relation à *l'autre double* qu'est l'entretien avec un chercheur sur la **télévision**. Les styles personnels de gestion de cette relation sont au centre de mon investigation. Ces styles de relation à la télévision doivent être distingués des *viewing styles* qui cherchent à établir des pratiques ou des enjeux de spectacle télévisuel.

Les comptes-rendus de ce que l'on obtient par l'entretien portent aussi sur les pratiques et non seulement sur les goûts, bien que la distinction soit parfois impossible à faire entre les deux. Mais obtenir un compte-rendu des habitudes de zapping ne conduit pas le chercheur à en faire l'inventaire (comme il aurait fait pour les goûts.) C'est dans la trame du discours que cette notation prend une place particulière, non comme pratique mais comme compte-rendu de pratique : deux acteurs peuvent alors mentionner le zapping pour dire des choses tout à fait contradictoires quant à leur rapport à la télévision. Là encore, je précise bien que l'on n'a accès qu'à un style de compte-rendu de son *viewing style*.

La construction descriptive du sociologue est déjà faite par l'acteur qui met en scène ses pratiques et ses goûts : le travail d'analyse porte sur la compétence manifestée dans cette construction d'une relation à la télévision. On distinguera alors différentes dimensions contradictoires dans cette compétence. L'objet de l'analyse n'est donc jamais les goûts ou les cultures télé des uns ou des autres, qui sont à l'évidence différenciés socialement – ce qui ne fait que confirmer la grille préétablie du sociologue et ce que savent, intègrent et

construisent les acteurs en situation : là doit porter l'analyse, sur le savoir et le savoir-faire sociologiques de l'acteur. Ces comptes-rendus ne sont que la **relation de la relation** à la pratique de la télévision. On mesure à quel point il serait illusoire de chercher, après ces multiples médiateurs, une quelconque substance des effets de la violence à la télévision ou je ne sais quoi encore !

Par ce glissement méthodologique, je m'aperçois que l'étude de la conversation télé en milieu professionnel et celle des comptes-rendus de goûts et de pratiques télévisuels en situation d'entretien sont très proches. Leur différence apparaîtra cependant plus loin lorsqu'il faudra revenir ce qui a été produit dans cette situation d'entretien.

## Les styles de relation à la télévision

### 2.1 " On n'est pas télé ! "

Le premier leitmotiv qui apparaît d'emblée dans les entretiens prend la forme d'une dénégation : "**On n'est pas tellement télé...**". La formule est étrange si on y réfléchit bien mais d'une fréquence étonnante : elle vient plus facilement en début d'entretien pour s'atténuer par la suite, elle est présente en permanence chez certains et à certains moments chez d'autres. Il serait intéressant de faire l'inventaire des expressions quotidiennes dans lesquelles un objet prend la place d'un attribut pour définir l'essence ou l'existence (il est) de quelqu'un. " Il est très pantoufle. " (?) " Il est très gâteaux. ", " Elle est pas tellement poupées. " etc.

Ce raccourci signale précisément une abolition de la distance : " être gâteaux ", c'est aimer tellement les gâteaux qu'on peut résumer un trait de la personnalité par cette expression. On parle du goût mais d'un goût au-delà de la " raison ", plutôt de l'ordre de la pulsion et qui plus est de l'ordre de l'habitude. Pulsions non sélectives, invariables, habituelles, les fondements ne sont plus interrogés mais font partie des propriétés individuelles. L'expression est différente lorsqu'elle pose en attribut une activité " Il est très bricolage. " " Il est très foot. " etc.

Dans les interviews recueillies, c'est la dénégation qui l'emporte. Si la formule " être télé " est utilisée, c'est éventuellement pour parler du conjoint, des enfants, de ses parents etc. " Ils sont très télé ", ce qui revient à dire qu'on l'est moins qu'eux. Cette distinction par opposition est associée à ce leitmotiv de n'être pas télé. Pour l'enquêteur, il est toujours frustrant de voir certains refuser apparemment le jeu de cette façon. Mais l'entretien continue sans problèmes sur la télévision, sur les goûts, sur les pratiques habituelles, ponctué de façon rituelle d'un " Vous voyez, on n'est pas tellement télé. ", *quelle que soit l'intensité de la pratique*. Le " tellement ", ou, variante, le " pas tant que ça ", atténué déjà l'énoncé et vaut comme expression même de la dénégation. " **Je sais bien** qu'on regarde beaucoup trop la télé **mais quand même il** y a des moments où on ne la regarde pas ".

## 2.2. Un déficit de légitimité : la masse et le flux

Voilà une pratique qui a du mal à s'exprimer comme telle, quels que soient les milieux socioprofessionnels d'appartenance. Cette volonté de **mise à distance** de son propre goût, de sa pratique télévisuelle, signale ce que Chambat et Ehrenberg appellent le " **déficit de légitimité** " de la télévision. Être placé dans la foule des " téléspectateurs ", c'est à coup sûr déchoir ou tout au moins perdre la marque de son particularisme : j'essaierai d'établir plus loin les différentes formes de cette distance à la télévision mais elle s'appuie sur deux phénomènes caractéristiques du médium : l'effet **masse** et l'effet **flux**. Que la télévision diffuse ou non de la culture cultivée, qu'elle soit marquée par son maintien en position de relais et non de producteur ou de source autorisée de cette culture cultivée, comme le proposent Chambat et Ehrenberg, me semble secondaire du point de vue de la position de la télévision dans une hiérarchie des pratiques de loisirs. L'argument de la culture cultivée se trouve sans aucun doute dans la bouche de l'élite et des formateurs de l'opinion. Dans les discours recueillis chez les téléspectateurs, la distance affichée vis-à-vis de la télévision n'est pas liée à son contenu mais avant tout à la

nature de leur relation à la télévision. On semble être toujours **trop près** de la télévision et on court alors deux risques.

### 1.2.1. La dilution dans la masse des téléspectateurs.

Même en jouant de la distinction interne par les programmes de télévision, on reste classé dans ce peuple, dans cette catégorie pseudopolitique la plus vaste du monde, les " téléspectateurs ", objet de mesures et de conjectures diverses, de découpages, mais toujours définis par leur relation à la télévision. Je l'avais déjà mentionné dans l'étude des conversations télé au point d'en faire la condition même de la possibilité de conversation : on en vient à considérer comme " naturelle " l'activité télévisuelle et à supposer qu'il existe au moins ce lien, cette propriété commune entre tous, au même titre que le temps qu'il fait. Qu'on se distingue en regardant une émission au label " culture cultivée " ou non, on reste dans un univers commun, le " téléspectacle ", et la conversation peut s'engager à partir de là.

Toute l'importance de la dénégation " On n'est pas télé. " prend une partie de son sens : " On n'est pas seulement de ce peuple de téléspectateurs. " semblent chercher à dire tous nos interlocuteurs. On ne peut être ramené à la masse : tout est bon alors pour recréer de la distance, pour ne pas être défini selon cette dimension unique. La situation est identique à celle de toute cohabitation sans principe clair de définition des frontières sociales : chacun dénie sa présence dans cet univers, cherche à marquer d'abord sa capacité à s'en absenter puis, devant l'impossibilité de le faire absolument (on est de toute façon résident ou téléspectateur), joue activement de la distinction pour souligner son particularisme et briser l'unité fictive de la population, définie seulement à l'origine de façon **quasi technique** : les locataires d'un *immeuble*, les possesseurs de *télévision*, les possesseurs de *CB*, les usagers-clients du *train* (pour ne citer que les terrains que j'ai étudiés). Cette définition technique laisse plus ou moins de marge pour recréer des frontières sociales selon les circonstances : mais pour l'architecte ou l'homme d'entretien de l'immeuble, pour le producteur de postes de télévision ou le technicien responsable d'un relais hertzien, pour le conducteur du train ou le vendeur du billet SNCF, cette population est traitée comme un tout. Quand une différenciation technique est proposée par l'offreur (ex : une chaîne

cryptée payante, une première et une seconde classe, un F2 et un FS etc.), les principes de sélection par le coût ne suffisent pas à établir la légitimité de cette sélection sociale, et la cohabitation demeure avec les autres types techniquement définis.

En ce sens, la diversification des chaînes ne remet pas en cause la communauté technique des téléspectateurs : les principes de distinction n'ont rien d'explicite (quelle différence entre la une, la deux et la cinq justifierait un clivage social pertinent, c'est-à-dire un clivage à usage pratique stable et reconnu ?). Seuls Canal + et la 3 (les régions) peuvent introduire une définition télévisuelle socialement transposable à une population sélectionnée mais toujours très diversifiée. Le déficit de légitimité de la télévision ne sera pas résolu par cette pseudo-diversification.

La diffusion de masse du terminal télévision crée les conditions mêmes de son déficit de légitimité : avoir la télévision est une condition commune, dont il faut se distinguer à tout prix en affichant le caractère " commun " de cette activité et en prenant ses distances avec elle.

### 1.2.2.L'effet flux

L'effet flux représente le deuxième volet du rapport ambivalent à la télévision. Le dispositif technique, là encore, ne crée rien par lui-même, n'a pas " d'effet sur ", et encore moins le contenu diffusé : ce n'est qu'à travers la reprise dans la communication quotidienne de cette dimension " flux " qu'il y a construction d'un déficit de légitimité. Les leitmotiv de la " passivité " du téléspectateur n'ont pas seulement été proférés par les élites soucieuses de marquer les activités nobles du sceau de " l'activité " : ils ont un certain fondement d'une part et se sont imposés à tous comme modèle supposé du téléspectateur d'autre part.

La distance qu'on doit afficher à la télévision comporte cette dimension : on doit faire la preuve de sa capacité à arrêter le **flux** continu qui caractérise la télévision. La crainte d'apparaître **captif** est clairement exprimée dans ce souci de mettre en scène toutes les occasions d'être là sans y être. (" Quand je suis occupée l'après-midi, des fois aussi je tricote en regardant le feuilleton de la cinq, alors je



fais pas attention. J'arrive à suivre sans regarder l'écran " n°11. " On regarde pas beaucoup, c'est allumé mais de là à dire qu'on la regarde " n°4). Le flux se matérialise dans l'impossibilité d'éteindre la télévision : ça coule, ça se répand, ça envahit, la télévision automate existe sans téléspectateur. C'est du moins ce qu'on voudrait dire en montrant la capacité que l'on a à être sans y être.

À l'opposé, plus classiquement, on peut afficher une maîtrise sans faille (" Jamais le matin, ni le dimanche ", " de 19h30 à 20h30, un point c'est tout " etc.), mais le **flux** et son pouvoir envahissant demeurent inquiétants ou tout au moins perçus comme une menace à son autonomie. Admettre qu'on y a succombé, qu'on est un téléspectateur assidu peut difficilement prendre une connotation valorisante. Revient alors la comparaison implicite avec les autres activités culturelles " nobles " : on ne va pas à la télévision, elle vient à nous, il n'y a pas un temps et un lieu pour cette activité mais elle se déroule en tous temps et en tous lieux. On pourrait alors presque dire qu'on n'allume pas la télévision mais qu'on l'**éteint**, et que cet acte volontaire de coupure dans le flux est le seul qui marque l'indépendance. La seule façon de valoriser sa relation à la télévision devient la **capacité à s'en priver**. L'enquête-expérience Antenne 2/Télérama de 1986 s'intitulait d'ailleurs " Privés de télé " et mettait en scène les traits de la dépendance commune à toute drogue: le manque, les activités de substitution, la cure de désintoxication, la rechute etc.

Les supposés " intoxiqués " eux-mêmes, bien que vivant très bien leurs habitudes de consommation élevée de télévision, peuvent difficilement la dire si ce n'est sous une forme où ils reconnaissent leur position d'accusé. Le seul modèle de légitimation de la pratique télévisuelle réside dans la capacité **d'abstinence**, ce qui conduit nécessairement au déficit de légitimité déjà évoqué.

La télévision fonctionne alors comme un **bain** culturel auquel on ne peut échapper (même sans regarder la télévision) : il n'y a rien à faire pour y accéder, on y est déjà ! Je ne prétend pas analyser ce qui se passe au niveau de la réception, sur le mode de la psychologie cognitive, mais seulement souligner que cette réception elle-même est travaillée par ce déficit de légitimité lié aux effets de masse et de flux,

qui contraignent à afficher sa distance à sa propre pratique, à dénier sa participation et sa captivité (un roman n'a jamais été illégitime parce qu'il était captivant, au contraire, mais il n'y a pas de " flux de romans "). Les changements techniques comme le magnétoscope peuvent tous être réinterprétés comme un indicateur de maîtrise et de dépendance accrue : ils ne réhabilitent en rien la légitimité de la télévision mais permettent seulement d'accroître le jeu des distinctions au sein de cet univers, au même titre que les nouvelles chaînes.

### 2.3. La construction des styles

Quelques exemples illustrent cette permanence du discours de distanciation à sa propre pratique, qui oblige à se présenter comme **étranger** à ce qu'on fait (" C'est moi mais c'est pas moi ", " J'y suis mais j'y suis pas "), expression de la difficile mise en scène publique de sa relation à la télévision, qui peut, **éventuellement**, renvoyer à un réel dilemme personnel. Mais l'analyse se situe seulement au niveau de ce qu'il est légitime de dire dans l'état présent du statut de la télévision.

" On regarde d'un oeil, comme ça " (n°6) " Je regarde distraitement, je fais autre chose " (n°6) " On n'est pas souvent là, ni le samedi ni le dimanche, donc la télé, à part le soir, elle marche pas trop " (n°11). " Disons qu'autant que possible, on essaye que ça n'empiète pas sur nos lectures, et puis nos rencontres avec les gens, nos réunions et autres, c'est pas ça qui nous empêche, c'est pas la télé qui nous retient, ça rejoint ce qu'on vous a dit, on n'est pas télé " (n°10) " Le dimanche soir je regarde le film mais le samedi, la plupart du temps, c'est des conneries l'après-midi. Parce qu'il faut bien assouvir le besoin du peuple. Ce qui fait que je ne regarde pas " (n°4) " Je vais pas être concentrée tout l'après-midi, à rester là pour regarder ma télé " (n°8) " On trouve qu'on est déjà trop feuilleton , alors on regarde pas le mercredi et le jeudi " (n°8) " De toute façon, autrement, y'a rien, hein, y'a rien qu'on regarde particulièrement, y'a rien de... " (n°9) " Si je la regarde, c'est parce qu'on m'oblige à regarder, c'est mon mari qui la regarde, parce qu'il aime bien " (n°9).

Un premier traitement des procédures employées pour mettre à distance sa pratique de la télévision fait apparaître deux formules de distanciation explicite ainsi que deux autres plus complexes:

a) Je regarde mais je ne regarde pas.

b) Je regarde seulement ce qu'il est bon de regarder, j'ai d'autres intérêts que la télé.

c) Se trouve aussi une formule qui dit l'impossibilité à prendre de la distance ou qui en attribue la responsabilité à d'autres : " Je regarde mais parce que je suis forcé par les autres ou parce que je ne peux pas m'en empêcher.". L'absence de distance est mise en scène en référence à une norme de la distance qu'on ne peut appliquer. Cette conscience malheureuse est une confirmation du statut illégitime et trouble de la relation à la télévision.

d) Il ne faudrait pas oublier de mentionner, à l'encontre de tout ce qu'on vient de dire, qu'il existe des téléspectateurs fiers de l'être, même s'ils doivent parfois prendre le ton de la revendication contre les lieux communs anti-télé pour faire passer leur goût : " Je regarde la télévision parce que j'aime ça et je n'ai pas honte de le dire ".

Ces brèves notations sur des processus de distanciation plus ou moins actifs et plus ou moins réussis vis-à-vis de la télévision ne suffisent pas à fonder la dynamique des styles de relation à la télévision. Les deux derniers cas cités sont remarquables par leur distance moindre à la télévision et pourtant ils s'opposent à tous les autres points de vue, comme s'opposent d'ailleurs les deux premiers entre eux. Dans les deux couples d'opposition, la *gestion du discrédit de la pratique télévisuelle* est antagonique : à un pôle, on subit le discrédit et on le renvoie ailleurs, en dégageant vers d'autres la cible des critiques. À l'autre pôle, on " assume " le discrédit mais en le retournant pour re-qualifier sa pratique télévisuelle (" Je ne regarde que ce qui est bon ", " J'aime ça ") de façon offensive. Cette opposition classique du détournement et du retournement (Gruel, 1985, Boullier, 1987) dans le traitement du discrédit souligne une échelle de légitimité de l'argumentation : dans un cas, on peut prétendre à l'auto-définition en assumant le discrédit pour le contredire et dans l'autre on dénie l'accusation et on la détourne éventuellement sur d'autres (" Ce n'est pas moi. "). Cette légitimité de l'argumentation n'est pas nécessairement liée à une position sociale dans une hiérarchie objective, mais constitue un élément de la compétence personnelle à s'auto-définir comme centre

ou à subir la définition par d'autres : chaque relation est traversée par cet enjeu et l'issue, le compromis final, est le plus souvent une commune redéfinition. Mais cette polarité donne lieu à des styles de relation à la télévision différents : on est en effet plus ou moins capable d'assumer son activité de téléspectateur dès lors qu'on doit la re-situer dans un contexte connu et supposé général de discrédit.

À l'axe de la distance télévisuelle, se combine donc un axe de légitimation de l'argumentation (+/-). Cet axe porte sur le dispositif d'argumentation, sur la relation de sa relation **à la télévision** : il ne dit rien des pratiques effectives.

Sur la base de cette double opposition, j'ai tenté de construire un tableau des styles de relations à la télévision. Il se distingue d'un tableau comme celui de Rosengren et Windahl (1972, p.173) qui proposent une typologie des relations entre audience et acteurs des mass media. Leur tableau s'organise autour de deux axes : identification (oui/non) et interaction (oui/non), les auteurs voulant signaler par "interaction" une dimension absente des études de réception, de *uses and gratifications* ou de "fonctions" de la télévision, la *dimension d'usage dans l'échange* très proche de "l'avant-après télé", que nous avons mis au centre de notre étude. Mais il s'agit pour eux d'établir des types fonctionnels en termes de dispositions psychologiques. Voici leur tableau.

		Interaction	
		NO	YES
Identification	NO	Detachment	Parasocial interaction
	YES	Solitary identification	Capture

L'opposition *detachment/capture* va se retrouver d'une certaine manière dans notre construction des styles de relations à la télévision qui croise deux axes distance/proximité et retournement/détournement (noble et centré, légitime VS non noble, esquive, non légitime.)

#### Rapport à la TV

Distance	Proximité	Mode discursif
Maîtrise	Passion	Retournement (discrédit contré)
Tangente	Dépossession	Détournement (discrédit subi)

Bien que construite sur des principes très différents, l'analyse des **attitudes** vis-à-vis de la télévision par Glick et Levy (1962) est assez proche de ma démarche : ils différencient l'auditeur acceptant la télévision (*television embraced*), l'auditeur adaptant la télévision (*television accomodated*) et l'auditeur critiquant la télévision (*television protested*). Ces styles de **négociation** avec la télévision sont l'objet d'un axe d'analyse particulier que je combine avec l'investissement émotif pour complexifier ce modèle.

#### 2.4. Au-delà des styles : négociation sociale et investissement émotionnel.

La construction de ce tableau m'a conduit à développer d'autres oppositions. Ainsi la maîtrise et la dépossession s'opposent terme sur l'axe de la qualification sociale, c'est-à-dire des modalités de négociation avec l'univers de l'autre, en l'occurrence ici la télévision. Au-delà des procédures discursives, vis-à-vis du discrédit, apparaissent des styles de mises en scène de sa relation à la télévision. Comment traite-t-on avec ce flux puissant, captivant mais, somme toute, limité à un poste de télévision ? Comment négocie-t-on avec l'univers de l'autre, c'est-à-dire ici l'institution télévision ? Parvient-on à le faire sien au moins partiellement ou est-on absorbé, capturé, englouti dans cet univers ? Les pratiques sont toujours prises dans cette tension qui est la condition même de l'échange mais on ne peut guère en dire autre chose que ce qu'en dit lui-même le téléspectateur. Son discours s'organise de façon analogique selon cette polarité : maîtriser ou être possédé, contrôler ou subir, être indépendant ou dépendant. Ce thème **de la prise**, de la capture, de la dépendance n'a rien de spécifique à la télévision.

Cet enjeu est présent dans tout échange, dans toute communication qui peut à chaque pôle se traduire par la disparition de l'un des partenaires dans l'univers de l'autre : la toute-puissance de l'amateur vidéo, qui fait sa télé lui-même d'un côté, la possession, l'envoûtement face à la télé toute-puissante, de l'autre. Ces passages-à-la-limite peuvent s'observer et sont révélateurs de cette tension qui organise "normalement" toute relation à la télévision entre maîtrise et dépossession. Cet axe social proprement dit peut s'organiser selon une échelle de la qualification sociale, de la capacité à imposer plus ou moins "son point de vue", à domestiquer la télévision, à la faire sienne et non à devenir son extension protoplasmique à forme humaine qu'est le "téléspectateur".

On peut aussi dédoubler cet axe selon que la dépendance est sienne ou par intermédiaire, selon que la maîtrise est active ou par absence. La dépossession est en effet argumentée le plus souvent autour du

pouvoir des enfants, éventuellement du mari : dépossession vis-à-vis du pouvoir de décider de sa relation à la télévision qui est imposée par les autres. C'est donc une dépossession à distance différente de celui qui admettrait " Je ne fais que ça, regarder la télé, jusqu'à la " neige " la nuit, je ne peux pas m'en empêcher. " : je n'ai pas pu trouver parmi les personnes rencontrées quelqu'un pour soutenir cet aveu de " TV-addiction " totale. Ça ne peut sans doute pas se dire, comme bien d'autres intoxications ou envoûtements. Dans ce cas, la personne est directement **possédée**, sans intermédiaire : il ne s'agit plus seulement d'une domination sociale mais d'une dépendance à ses propres désirs, d'une incapacité à s'interdire. Ce cas représenterait un passage-à-la-limite de l'*escapism*, souvent condamné comme l'un des effets de la télévision ou de *narvotizing dysfunction* (Merton-Lazarsfeld, 1948) dont la télévision ne serait en rien la cause : le dérèglement qu'est la dépendance peut se porter en effet sur n'importe quel autre objet.

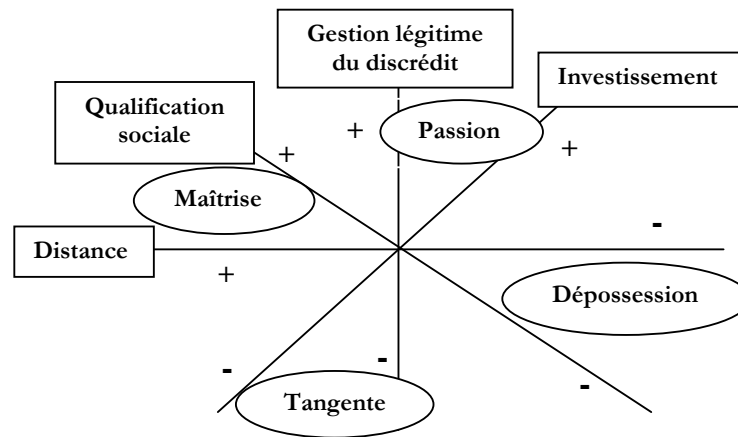
De même, pour la maîtrise, on observe à la fois une maîtrise qui s'exerce personnellement dans les choix télévisuels quotidiens et une maîtrise qui s'exerce par retrait total de toute interaction " physique " avec la télévision. Dans ce deuxième cas, l'absence est totale et peut prendre la forme de **l'inhibition** ou seulement de " l'étrangeté " totale. L'axe maîtrise/dépossession proprement social pourrait ainsi être redoublé par un axe inhibition/dépendance dans l'ordre du désir et de la norme. Dans la mesure où je n'ai pas testé sa validité sur le matériau recueilli, je le signale seulement comme piste d'investigation qui complexifie toujours le modèle et dépasse les fausses évidences des observations et des modèles successifs.

Mais l'opposition Passion/Tangente peut, elle aussi, être prise en compte : elle transparait empiriquement dans le ton même de l'entretien et la vigueur de l'argumentation qui sous-tend chaque position. La relation à la télévision s'exprime de façon passionnée, fougueuse (dans les goûts et dans les dégoûts) à l'un des pôles, alors qu'elle est entièrement vidée de toute intensité à l'autre pôle, qu'elle est dépassionnée, " désaffectivée ", ou plutôt " **apassionnelle** ", ce qui rapproche de l'apathie. Ces cas d'indifférence dans la relation à la télévision —que nous avons rencontrés— peuvent être associés à une pratique intensive, d'aucuns diraient à une consommation élevée.

Alors que le dépendant peut vibrer, tout " collé " qu'il est à sa télé, le " tangent " est là sans être là, est blasé, ne croit à rien mais reste là quand même : c'est du moins la façon dont il **exprime** sa relation à la télévision. Il effectue bien une mise à distance mais sans passion. Le passionné, à l'autre extrême, s'enthousiasme et s'irrite de tout, la télévision est **chargée** d'intensité émotionnelle, il lui en prend, lui en rend, en projette, en diffuse autour de lui.

L'introduction de cet axe (très rudimentaire dans sa formulation) de l'affectivité ou de la charge émotionnelle permet de prendre en compte la mobilisation qui se manifeste autour de la télévision. Mobilisation qui ne peut se laisser cadrer par le modèle du débat académique ou parlementaire qui prétendrait évacuer des cas non répertoriés tels que la passion de celui qui regarde rarement la télévision et la "dépassion" de celui qui la regarde en permanence. Le traitement des frontières sociales sera, de plus, nécessairement différent.

La combinaison des 4 axes peut se représenter ainsi



Le placement des styles repérés à l'origine sur deux axes devient cependant problématique. L'observation montre que les antagonismes



sur les axes de l'investissement et de la qualification sont incontournables : on ne peut être à la fois passionné et " dépassionné ", maître et dépossédé. Mais on peut en revanche être passionné et maître, ou passionné et dépossédé. De même la tangente (la dépassion) peut se combiner à la maîtrise ou à la dépossession. Quatre nouveaux styles plus complexes, mais sans doute plus proches des types observés, peuvent alors être dégagés.

#### Maîtrise + passion

Ce modèle correspond à un idéal du point de vue du statut culturel de la télévision. La mise en scène de cette position est inattaquable, elle cumule les avantages de la proximité affective et ceux de la maîtrise sociale. Elle crée un pont culturel en réintégrant la télévision dans l'univers légitime (**medium légitimé**).

#### Maîtrise + tangente

Ce style de relation à la télévision joue le coup de " mépris " : l'hyperdistance sociale et affective est mise en scène en allant jusqu'à l'extériorité totale. Le medium est marqué comme froid.

#### Dépossession + passion

À ce pôle, la distance sociale et affective est nulle : on baigne dans un monde télévisuel sans pouvoir s'en démarquer. Au contraire, on aime cette dépendance, cette " capture " pour reprendre le type de Rosengren et Windahl. On peut parler d'un medium en fusion.

#### Dépossession + tangente

Alors que la passion représentait encore un investissement qui disait quelque chose d'un sujet, ici on atteint le degré zéro de la personne, l'écran absorbant et annulant le sujet. Le téléspectateur est absolument étranger à sa propre pratique : il n'y est pour rien, il fonctionne véritablement comme *téléspectateur* face à un **medium tout-puissant et automatique**.

Ces quatre styles de relation à la télévision mis en scène dans les entretiens renvoient à des formes différentes de négociation avec la proposition télévision. Lorsque la passion s'en mêle, la négociation est complexe et contredit toute stratégie sociale simple : cet investissement-attachement à la télévision n'est pas aussi maîtrisable qu'on le voudrait, il n'est pas aussi passif qu'on le dit. Négociation active dans tous les cas. Mais lorsque la tangente s'impose, ce frottement dépassonné avec le medium, cette impossibilité d'y croire et d'être présent à sa propre pratique, la négociation devient nulle ou simplifiée. Associée à la maîtrise, la position tangentielle se traduit dans sa forme extrême par une **extériorité dure** qui coupe toute relation avec le medium. Associée à la dépossession, la tangente conduit à une **absorption molle** et superficielle dont l'image type serait celle du téléspectateur permanent tournant le dos à son récepteur.

Ces styles de négociation avec la proposition culturelle qu'est la télévision rappellent sans nul doute des styles construits par Eliseo Veron à propos des parcours de visite d'une exposition (Veron, 1983). Il faut préciser ici que notre observation porte sur des entretiens : les styles construits sont plutôt les styles de mises en scène de sa négociation avec la proposition télévision. La réalité des pratiques n'est pas interrogée et encore moins la pertinence de ces styles dans une quelconque " réception " : l'univers de la conversation télé ou du récit télé (cas de l'entretien) peut se construire indépendamment de toute proposition effective, de tout spectacle réel. La convergence de la télévision et du téléspectateur est un a priori que j'ai rejeté puisque parler du " téléspectateur ", c'est le définir strictement par sa relation à la télévision, tel que l'institution le construit. Parler à l'inverse de la télévision en tant que proposition tangible, spectacle effectivement regardé ou message reçu, c'est retourner l'hypothèse sans changer ses postulats : le fait télévision construit par les acteurs dans différents univers et dans différentes situations ne saurait coïncider avec la proposition télévision faite par l'institution.

Les styles mis en scène dans les entretiens donnent une cartographie des positions tenues dans les interactions à propos de la télévision : ils

renvoient sans doute à des pratiques mais auxquelles personne n'a accès. On peut ainsi identifier quatre styles construits de spectateurs

- le spectateur démiurge (maîtrise + passion)
- le spectateur-sectateur (maîtrise + tangente)
- le spectateur-addict (dépossession + passion)
- le spectateur-zombie (dépossession + tangente).

Le spectateur démiurge et le spectateur zombie sont les deux modèles auxquels semblent se référer la télévision comme institution : le premier est le spectateur noble, autonome, qui rend sa légitimité au médium et qu'il faut flatter, le second est le " téléspectateur " construit par les mesures d'audience, par les indices d'écoute où l'on s'intéresse finalement peu à sa réalité, l'essentiel étant qu'il soit intégré au dispositif du terminal-télé pour allumer son poste (car hélas, on ne peut pas l'allumer automatiquement sans lui demander son avis et en l'obligeant à être présent, cf " 1984 "). Mais rien ne prouve qu'il soit là : il le dit lui-même, il est toujours ailleurs, il fait toujours autre chose, assumant au plus profond la position fictive qui lui est attribuée.

Le spectateur démiurge, qui organise son univers de fantaisie sans y succomber, est flatté par les revues télé haut de gamme; le spectateur zombie, lui, est le roi des indices d'écoute, il est flottant (comme son écoute) à souhait.

2.5. Intermède méthodologique : où l'on apprend que tout ce qui précède est douteux (mais ce n'est pas sûr).

### **Comment sortir d'un cercle de méthode sans torticolis ?**

On peut dès lors s'interroger pour savoir si les modèles de mises en scène de sa relation à la télévision (et de mise en scène, par contraste, de la relation des autres qui l'accompagne toujours) ne subissent pas eux aussi le " formatage " de ces relais d'opinion télé que sont les divers outils de construction du public télé. On n'aurait alors recueilli que les stéréotypes déjà construits par les médias eux-mêmes. En recueillant des conversations au travail, je cherchais à saisir les

occasions de construire la télévision comme " objet-pour-parler " d'autre chose (cf *coin of exchange*). La construction d'une opinion locale relativement partagée obéissait à des impératifs indépendants des modèles diffusés par les média eux-mêmes sur ce qu'il faut penser.

L'entretien isolé, par contre, ne fournit pas ces " lois du milieu " qui contrebalancent la prégnance des stéréotypes généraux. Le risque est grand de recueillir alors seulement ce qui a été construit ailleurs, sans que des règles de production de ce discours, particulières à un acteur, puissent être mises en évidence. La démarche de l'entretien relève alors, sans que je le soupçonne, des dispositifs mis en place par l'institution télé pour connaître/construire un téléspectateur selon des catégories, plus fines certes, mais qui ne sont que celles de l'institution. La situation d'entretien n'est plus, contrairement à ce que j'énonçais en préambule, une situation comme une autre de la vie quotidienne, équivalente aux interactions propres à un univers relationnel : *l'entretien suppose au contraire de " sortir " le sujet de ces interactions pour le convoquer comme " téléspectateur ".*

Le travail de double mise à distance de la télévision que j'ai tenté (par le biais des procédures discursives) ne suffira pas à évacuer la correspondance entre mon traitement du sujet et celui effectué par l'institution-télévision. Il est alors nécessaire d'admettre, sur un plan déontologique, l'identité de ces positions dans la construction de la réalité, le sociologue ne faisant rien d'autre que ce que produit l'institution-télévision avec ses sondages, ses indices et ses revues. Mais l'acteur lui-même ne fait rien d'autre et ses procédures sont identiques (mais son poids est différent).

C'est pourquoi il serait erroné de coller aux types ainsi décrits et évoqués qui, dans leur " matérialité ", dans leur dimension conjoncturelle, sont des constructions arbitraires mais imprégnées des modèles produits par la télévision à ses propres fins : le " téléspectateur " par ses procédures rhétoriques, comme le sociologue grâce à ses décodages multiples, ne renvoie que les mêmes fictions déjà construites.

En revanche, les axes proposés à la construction des styles sont eux, d'une validité structurale qui dépasse les manifestations conjoncturelles dans lesquelles on les observe, à condition cependant de reformuler les catégories utilisées dans ce texte. Leur pertinence ne

dépend pas du contexte, elle met en forme tout contexte en tant qu'il est enjeu relationnel de distance/appartenance et de légitimation.

Problème cependant : ces axes, construits pourtant à partir des entretiens, relèvent d'un modèle de la compétence sociale qui s'appliquerait à toute situation. Le bilan est alors le suivant : d'un côté, un modèle formel, sans contenu, universel; de l'autre, des manifestations sous forme de types, de descriptions qui sont déjà entièrement prises dans la communication, dans un contexte, et donc toujours relatives, d'une pertinence limitée à ce contexte. Dans le cas de la mise en scène de la relation à la télévision, l'intervention de la télévision dans la construction de son public ne peut être sortie du contexte. Son poids pèse en permanence sur le discours des acteurs, en raison même de la prégnance de "l'activité télévisuelle" déjà évoquée.

Mais sortir un acteur de tout contexte social, c'est l'exposer sans antidote à la répétition des stéréotypes : il se peut dès lors que les entretiens ne soient que cela. L'interviewé est mis en position de "téléspectateur" alors que l'interview cherche à reconstituer l'ensemble des univers sociaux auxquels il participe et dans lesquels se retravaille et se dissout cette relation fictive à la télévision, cette population sérielle, sans existence sociale. C'est seulement en saisissant la production de la télévision dans un univers social donné, en situation, comme je l'ai fait pour les conversations télé, que peut apparaître un travail sur la "matière télé" qui soit autre chose qu'une reproduction des styles de téléspectateurs déjà construits.

Dans ces groupes de travail, la société se fabrique en combinant des multi-appartenances : la télévision n'est plus alors toute-puissante ni atomisante, comme dans la situation d'entretien, même si le groupe observé parle sans cesse de télévision. Le groupe parle, on le sait, de lui-même, de l'état de ses relations, de ses frontières internes et externes avec les autres univers d'appartenance. L'interviewé, seul, aussi bavard et aussi inséré soit-il dans de multiples réseaux, ne fait pas le **poids** face à la télévision et aux stéréotypes de relation qu'elle a diffusés. Il peut trouver des arguments de poids (de grandeur, dirait Boltanski), des alliés solides, mais l'opération demeure strictement rhétorique, sans effet pratique dans une situation où il est mis avant

tout en position de " téléspectateur ", sans possibilité de recadrer, de redéfinir le cadre lui-même.

Faudrait-il revenir à la méthode d'observation de Lull (présence dans une famille) puisque l'unité famille serait alors un groupe de poids, avec ses règles propres ? L'idée paraît techniquement difficile à réaliser surtout si l'on admet que ce que le groupe fait de la télévision se déroule principalement avant et après le spectacle lui-même et qu'on y mêle toutes sortes d'autres sujets de conversations.

Le cercle de méthode peut sembler résolu dans l'étude des conversations télé mais ne l'est absolument pas dans le cas de l'entretien. Le problème dépasse largement la question de la télévision, on l'aura compris. Ce cercle de méthode rejoint celui présenté par Halbwachs et rappelé par Champagne : " Si, pour étudier les groupes, il faut les constituer, comment pourra-t-on en effet les constituer si on ne les a pas étudiés ? " (Champagne, 1975). Dans ce cas, le cercle serait le suivant: " Si pour étudier un processus de communication, il faut observer les unités/identités que ce processus constitue, comment observer ces unités/identités sans avoir étudié le processus de communication ? ". Dans le cadre de cette enquête, je fais parler des individus hors situation, sériels, en pariant à la fois sur la mobilisation de leur appartenance à d'autres univers sociaux, malgré leur isolement, et sur l'analogie qu'il y aurait entre le discours produit dans la situation d'entretien et celui produit en situation d'interaction dans un groupe donné. J'avais même souhaité aller jusqu'à la tenue d'une conversation télé " ordinaire ", au cours de laquelle le chercheur s'engagerait dans ses goûts et dans ses habitudes, pendant l'entretien : opération qui consiste à sortir du cadre de l'entretien tout en y restant, et qui a échoué à chaque fois.

À titre de comparaison, la critique que Labov adressait à Bernstein quant aux conditions d'enquête pour mesurer les performances linguistiques d'enfants ou d'adolescents se retrouverait ici : dans la mesure où l'on cherche à établir certains traits d'une compétence communicationnelle, pour aller au-delà de grands traits structuraux (cf mes axes), il faut faire varier les situations au-delà de la situation

d'enquête calquée sur l'institution de référence (l'école pour Bernstein, la télévision pour moi).

Je préfère laisser ces questions ouvertes sur une impasse (!) et admettre l'incertitude qui est la mienne. Provisoirement, la question peut être esquivée en retournant à la description des cas observés correspondant aux types construits, ce qui peut laisser croire qu'ils font office de démonstration alors qu'ils ne sont que " monstration ".

Les entretiens-minutes par téléphone

Il faut souligner que le cercle de méthode évoqué s'est retrouvé dans l'étude par téléphone des " événements ". Le dispositif consistait à interroger une trentaine de personnes par téléphone, triées au hasard à partir des numéros pour les interroger sur les événements qui avaient pu les marquer dans les jours précédents, sans précision au départ puis avec la précision " à la télévision ". (sous entendant événements rapportés par la télévision, ou créés par la télévision etc.). L'opération a été répétée 3 fois, dans des périodes où j'estimais qu'il y avait eu un événement. L'objectif était de mesurer le degré de partage d'une même actualité, un degré de **contemporanéité**, et le rôle de la télévision dans cette éventuelle unification des histoires particulières en une histoire.

Le problème, qu'avait fort bien souligné Patrick Champagne, tenait à la démarche même : en reprenant des catégories comme " événement ", en adoptant une méthode analogue au sondage, je construisais moi aussi du " téléspectateur " et je mesurais seulement le degré de conformité de cette construction avec celle de l'institution télévision. " L'événement " ne peut être pertinent que dans un registre médiatique dès lors qu'on sort le sujet enquêté de tout autre contexte personnalisé. La réponse ne peut qu'entrer exactement dans les cases préparées par la télévision elle-même. *La télévision désigne et construit de l'événement : elle enregistre par sondage des réactions à ses événements (il n'y a qu'eux par construction) et en conclue qu'il s'agissait bien d'un événement.* En adoptant une technique et des prémisses identiques, je ne pouvais qu'enregistrer des échos de catégories entièrement produites par

l'univers télévision : la capacité des enquêtés à les restituer ne dit rien de **leur travail** de négociation avec la télévision, avec ses catégories. À tel point que le sondage a pu apparaître pour certains enquêtés comme une devinette : il fallait trouver ce qu'on voulait leur faire dire (le bon événement, celui qui était censé avoir fait événement). De fait, j'étais dans cet état d'esprit, malgré moi, puisque les vagues d'entretiens n'avaient lieu qu'après certains " événements ", considérés comme tels par moi uniquement.

### Les styles en action : types observés

Les entretiens recueillis associent comme toujours plusieurs éléments de la typologie constituée sans que l'on puisse trouver de représentants purs des pôles de la maîtrise, de la passion, de la dépossession ou de la tangente. Grâce à l'introduction des axes de la **négociation sociale et de l'investissement émotif**, il a été possible d'établir les combinaisons possibles entre ces types. À l'observation, ces types combinés s'avèrent remarquablement proches de quelques-uns des interviewés.

Aussi, vais-je présenter chacun d'entre eux, de façon plus détaillée, en distinguant au sein de chaque type et à partir de l'entretien-clé, les indicateurs rhétoriques et pratiques particularisant ce type. Il sera alors possible de greffer autour de ce tronc commun les éléments pertinents puisés dans les autres entretiens et s'en rapprochant.

#### 3.1. À la conquête de la télévision (maîtrise et passion)

Ce discours de la conquête se caractérise par son aisance, son intensité, la jubilation qui s'y exprime et sa volonté offensive vis-à-vis du discrédit dans lequel se trouve la télévision. La télévision devient un champ social total où tous les goûts et les classements sociaux peuvent s'exprimer. Chez ce couple d'enseignants, (n°6) d'emblée, les goûts et les dégoûts s'affichent de façon véhémente.



" Alors par contre la Formule 1, je rate difficilement, c'est vrai que je renoncerais volontiers à une promenade pour rester voir le grand prix de Formule 1. Et le tennis (...) il m'est arrivé de rester pour le Championnat des États-Unis, je me suis couché à des 3-4 heures du matin pour regarder des matches, donc là, je fais des sacrifices, si je peux dire. Ça n'a jamais été jusqu'à supprimer une réception quand même, hein ! "

La passion est ici légitimée par une autre sphère d'intérêt dont la télévision n'est que le relais : le sport. Le procédé se retrouvera pour le cinéma qui est une passion associée de près à la télévision et dont on peut revendiquer le statut culturel " quasi-noble " (le septième art), ou encore pour les émissions liées à leurs spécialités d'enseignement. Ce premier degré de la passion télé peut s'exprimer parce qu'il est relayé et reconnu dans d'autres sphères.

Cependant, l'entretien fait apparaître que la pratique de la télévision est assidue puisqu'ils connaissent aussi très bien les émissions qu'ils déclarent détester. L'investissement puissant se fait à nouveau sentir dans la critique véhémement ou cruelle de certaines de ces émissions.

" Sabatier, j'aime pas tellement, c'est assez viscéral, finalement. "  
" J'aime pas tellement Polac non plus. Je lui reproche d'attirer les gens dans un traquenard, très souvent il invite deux trois personnes qui posent un problème quelconque et il aura d'autres invités qui sont de son camp et tout ce monde va être / j'ai vu une émission, il y avait un pauvre type, il était tout seul et tout le plateau était contre lui, j'ai trouvé ça, mais lâche complètement lâche (...) et alors il pratique le terrorisme intellectuel. Il y a un exemple qui vraiment m'avait choqué de sa part, c'était à la remise des récompenses de la télévision, où il avait dit quand il avait reçu sa récompense : " Si Camus, que j'ai rencontré avait su qu'un jour j'emporterais un prix devant Sabatier et Drucker, je crois vraiment, il ne m'aurait plus parlé ! ". Mais qu'est-ce qu'il a de plus ? C'est un homme de télévision, mais Sabatier et Drucker que je n'apprécie pas (en tous cas Sabatier) ce sont des professionnels, ils font leur boulot, point final. "  
Conjoint : " Et ils font plaisir à beaucoup de gens, ils ont leur raison d'être. "

- " Exactement, Sabatier fait plaisir à des millions de gens c'est très bien, c'est très bien ! "

Cette défense de goût majoritaire, dont on se distingue, est un plaidoyer pour la " démocratie " contre la domination éventuelle des intellectuels et leur discours anti-télé. On retrouve l'une des caractéristiques de la télévision, comme univers commun minimal au-delà des divergences de goût.

" Ce qui m'énerve un peu, on rencontre pas mal dans le milieu enseignant, une critique , je dirais, viscérale de la télévision. Ça existe encore, " Oh non, moi je regarde pas la télévision, moi vraiment, mass-media et compagnie, je laisse ça –je vais être un peu méchant mais– je laisse ça au peuple quoi ".

- C'est du snobisme intellectuel si ça se trouve, ils regardent.

- Je vais plus loin, c'est du terrorisme intellectuel ".

Cette dénonciation passionnée de son groupe d'appartenance permet de trouver un terrain de connivence avec le peuple, de se penser comme des gens ordinaires et de légitimer tous les goûts, tout en sachant bien qu'on n'est pas dupe. La bonne volonté " populiste " va parfois très loin mais échoue sur certaines barrières.

" Dallas, alors là surtout pas. On a regardé une fois ou deux parce que quand même faut pas mourir idiot, il fallait quand même savoir à quoi ça ressemble mais franchement, là, non, je peux pas comprendre comment ça passionne les gens (...) Dans Dallas ils trouvent les ragots (comme dans les journaux à grand tirage) et ça les fait rêver en plus, il y a les grosses voitures, il y a les hommes d'affaires, les jolies filles, enfin question de goût ça. Moi ce qui me frappe dans les deux séries (Dallas et Dynastie) c'est que les gens n'arrêtent pas de se faire des crasses, ils sont méchants, moi personnellement je comprends pas. "

À Dallas, on opposera Colombo, une vraie passion.

" Alors là, vous me téléphonez pas entre 20h30 et 22h, hein, pas question. "

Cette passion pourrait être proche de la dépossession. On en trouve régulièrement la trace dans ces couches aisées qui reconnaissent alors leur faiblesse.

" Le soir après une journée de travail, on rentre, on a encore des copies à corriger, le soir on est saturé et on n'a pas forcément envie de lire (...) alors j'aime bien après manger me faire une toile " (n°6).

" Il y a des soirs faut bien admettre, je n'ai qu'une envie, me foutre dans un fauteuil devant la télé, je ne suis pas bon à quoi que ce soit d'autre " (n°15).

Mais cette passion garde aussi la **prétention d'être** sélective.

" On regarde de temps en temps Champs-Élysées, ça dépend un peu des invités, on regarde dans Télé 7 jours et si vraiment personne ne m'intéresse, moi, je vais faire autre chose. Champs-Élysées, avec Claude François, là franchement non, ça non. "

" Bon Julien Clerc, j'aime bien, Sabatier j'aime pas tellement, mais je regarderai distraitement, pour Julien Clerc, je ferai autre chose. Ça vaut surtout pour les variétés, pour qu'on regarde d'un œil comme ça. (...) On sait ce qu'on va regarder, on prévoit. (...) On ne cherche pas à tout prix à regarder, sauf si c'est quelque chose de très exceptionnel. "

De plus, l'utilisation du magnétoscope permet de reprogrammer ses soirées " en différé " avec des émissions ou des films de son choix.

La consommation en somme intensive de la télévision est ainsi distinguée d'une captivité : d'autant plus que la télévision peut être présentée sous un jour " téléphilique " de consommation savante, au même titre que le cinéma, qu'elle redouble souvent chez ces personnes. On peut alors faire état d'un savoir télévisuel (les réalisateurs par exemple) et d'un jugement esthétique ou quasi-professionnel sur la facture même d'une émission.

" Vive la crise, ça c'était une grande émission de télévision. "

" Sur le plan technique, je trouve que le Grand Échiquier qui dure 3 heures, c'est une émission bien faite. Bon c'est en studio, je sais bien. Mais une émission en direct comme ça de 3 heures, les émissions en direct, c'est ce qu'il y a de plus dur à faire, ça nécessite quand même une grande maîtrise. "

" Il y a des documentaires qui sont bien filmés, comme par exemple là sur les grandes villes. L'émission sur Paris était bien faite, Tokyo aussi, des images surprenantes, des choses qu'on ne voit pas dans les dépliants touristiques. "

Il faut noter que le couple joue le jeu dans le même sens, avec quelques nuances de goût seulement. Par contre, dans un autre couple de commerçants (n°18) le mari joue la passion et l'épouse la maîtrise. La présentation de son style se fait de cette façon sans que la pratique soit réellement différente. Le goût affiché est moins noble sans doute mais l'aisance à le présenter est aussi grande. Leur goût est d'ailleurs confirmé tous les jours par les conversations qu'ils ont avec leurs clients ou, fait intéressant, par les fluctuations de la clientèle (plus personne pour la coupe du monde par exemple). Là aussi, la pratique de la télévision pourrait être considérée comme relativement intensive.

" On mange en regardant la télé, c'est peut-être dommage, d'ailleurs... Le dimanche on regarde Jacques Martin puis Poivre d'Arvor, les infos et le film. Mais on va faire un tour quand même. "

On s'en défend somme toute mollement, parce que le travail limite le temps libre à peu de choses et qu'on trouve pourtant les ressources pour avoir des activités diversifiées qui montrent son indépendance vis-à-vis de la télé. Madame fait de la gymnastique, monsieur du chant, ils vont au cinéma cinq à six fois par an, au concert ou au théâtre (amateur) de temps en temps, ils jouent aux jeux de société avec leurs enfants : par contre ils lisent peu, plutôt le journal que " la lecture genre Pivot à la télé ".

La distinction n'est pas réellement jouée sur le terrain des émissions. Dallas est " immoral, trop lent, et vu et revu ". Madame estime que " ceux qui aiment Dallas n'ont pas trop de culture ni de divertissement " mais monsieur considère que " c'est comme on aime un magazine ou un autre " Les émissions ou les films sont avant tout sélectionnés en référence aux enfants (ni violence, ni pornographie) et Collaro est à la limite (Monsieur : " Y'a de bonnes choses ", Madame : " C'est vulgaire ").

Alors que l'entretien précédent n°6 était marqué par une volonté de réhabiliter la télévision, y compris dans sa dimension populaire, ce couple ne semble pas soucieux de défendre quoi que ce soit, car il est particulièrement en phase avec la proposition télévision (sans en être

captif) et avec son milieu. La maîtrise et la passion s'affichent succinctement sans l'esprit de conquête mentionné précédemment. Il fallait souligner qu'il existe des " téléspectateurs " heureux et non victimes du discrédit supposé de la télévision. La tactique de présentation en couple est une méthode particulièrement efficace pour produire des jugements bien balancés, à condition que les contradictions internes y soient tempérées... !

### 3.2. Méfiance, méfiance (maîtrise et tangente)

Chez ce couple d'agriculteurs, la relation à la télévision est présentée comme une activité secondaire, intéressante sur un plan de " culture générale ", mais rarement en tant que distraction qui pourrait créer du plaisir. Tout attachement est renié. Un idéal ascétique semble présider à la mise en scène de leurs goûts télévisuels. Le seul moment où une certaine " vibration " signale un investissement émotionnel apparaît pour une émission de Guy Béart.

" Je ne sais plus le titre de l'émission mais c'était chez lui, avec ses deux filles, il y a eu tout un pot-pourri de chansons qu'il a chantées quoi. Et puis quelles chansons ! Pour nous, c'était merveilleux, cette soirée, là ça vaut le coup. Derrière ses chansons, il y a quelque chose, ça sonne pas creux. "

La sélection est là aussi mise en scène de façon beaucoup plus systématique, à tel point qu'il n'y a pas de rendez-vous ni d'habitude qui semblent y résister. Tout peut être examiné et critiqué.

" On regarde un film le lundi s'il y a un film intéressant. Le mardi il y a Mardi Cinéma, si ça nous convient, sinon on va se coucher, on prend une revue ou un bouquin. Quand ça nous intéresse pas, on coupe carrément. Quand les enfants étaient encore ici, on le faisait moins, on restait avec les enfants, maintenant, c'est fini ça. "

"Les Dossiers de l'Écran, c'est selon le sujet, mais en général on regarde. Au fond, c'est surtout le débat qui est intéressant. Pour Apostrophes, par exemple, si ça nous intéresse pas, on regarde pas, et

on le dit plus facilement, le choix se fait suivant les bouquins qu'il y a. "

" Non, Champs Élysées, je juge que personnellement ça ne m'apporte rien de particulier quand je vois toutes les revues qu'il y a autour de moi, je me dis, bon, ben, vu le temps dont je dispose, je fais un choix, je prends un journal, je lis. "

Cette hyper-sélection vaut aussi distinction vis-à-vis de ceux qui n'ont plus aucun critère pour choisir dans l'offre télévisuelle.

" Y'a des gens qui sont très intéressés par le foot, ils ne louperaient pas un match à la télé, ça oui. Dans notre famille, on en a un comme ça. C'est pas notre genre. "

" Par exemple, le dimanche après-midi, ils vont passer l'après-midi à regarder les différents sports qui sont présentés à la télé. Hein, on va chez eux, ils regardent l'après-midi. C'est pas notre genre. " " Vous vous amenez le midi, c'est toujours la télé, il semblerait que quand les hommes sont présents à la maison, la télé marche, et à fond les manettes, comme on dit. Et c'est désagréable, pour ceux qui arrivent, on les sent ennuyés, ils sont obligés de fermer. Et après dans les conversations, après, on s'aperçoit que l'information c'est uniquement la télé. "

" Y'a eu telle émission, tu l'as pas regardée, ça va polariser les trois heures qu'on passe ensemble, alors qu'on s'est pas vu depuis deux mois. C'est désastreux. "

" Moi, je suis pas sûr que la télé ... on ne sait pas s'en servir, c'est pour ça qu'elle a des effets désastreux. "

Dans leur activités professionnelles, ils sont souvent pris ailleurs et ne se sentent absolument pas captifs de la télévision, au contraire. Ils n'ont pas de programmes.

" On ne sait même pas quels sont les jours (pour Racines). Vraiment dans notre tête, on ne suit pas un programme de télé. " " L'été, avec l'heure d'été, c'est trop tôt pour nous. Souvent on arrive, le programme est commencé et puis la fatigue aidant... on va dormir. "

" On ne fait que passer, on n'est pas réellement présent, on jette un œil. Souvent, on fait autre chose, je prends un journal, la télévision est

placée là; ceux qui regardent la télévision se mettent sur le canapé, les autres se tournent vers le feu. Mais c'est pas très pratique, parce qu'on ne se concentre quand même pas. On jette un œil, mais si on veut vraiment lire, il vaut mieux aller dans la chambre. "

Cette introduction à la pratique de la tangente (" on n'est pas réellement présent ") demeure cependant moins marquée que la maîtrise qui n'opère pas dans le registre noble, en valorisant la culture cultivée, mais qui affirme son refus d'être captif/capturé par la télévision : tout engagement émotif est entièrement dévalué, ce qui renforce cette force d'indépendance vis-à-vis de la télévision. Que cette position soit mise en œuvre dans un univers culturel qui n'a rien de dominant laisse apparaître que les styles de relations à la télévision ne sont pas seulement liés à la cartographie des goûts mais relèvent d'une compétence sociale variable, d'une capacité à négocier avec un univers autre, quel que soit le " capital " de départ.

L'activité télévisuelle est présentée seulement dans sa dimension d'information et de formation, mais elle ne fera l'objet d'aucun échange, nous dit-on, dans la famille ou dans le réseau de sociabilité lié au travail. Il n'y a rien à discuter (d'où la relative difficulté de l'entretien), il ne s'accumule pas de savoir télévisuel comme tel : on ne trouvera pas trace de références téléphiliques. Activité privée mais liée à la position de citoyen, un peu à la mode de l'isoloir pour les élections. Dans tous les cas, aucun débordement n'est toléré qu'il soit social (parler télé ailleurs) ou affectif (prendre du plaisir à). L'activité télévision est à la fois sérieuse et suspecte : on y réintroduit en permanence une relativisation, une dévaluation ou une distance qui la laisse à **sa place**.

### 3.3. Le tout-télé ou le plaisir de la défaite (passion + dépossession)

L'enquête-expérience d'Antenne 2 et de Télérama (" Privés de télé ") donnait un ton de victoire aux témoignages de ceux qui avaient réussi à rompre leur dépendance à la drogue-télé :

" Nous avons gagné la bataille. " (3 avril 1986).

Certains des entretiens recueillis correspondent totalement au pôle de la passion combinée à la dépossession, au point que l'on peut parler de **plaisir** de la dépendance ou de la défaite pour prendre le contre-pied des articles cités.

Mme M. (n°8) est une captive de la télévision et elle aime ça ! Elle doit pourtant préciser qu'elle est en fait **irresponsable** dans cette relation à la télévision. Comme tous les possédés –qui sont dépossédés de leur contrôle sur la télévision– elle attribue la faute à d'autres, particulièrement au mari et aux enfants. Cette procédure rhétorique est constante quels que soient les milieux sociaux.

" Mon mari c'est un fada de télé. Il a été arrêté pendant un an, il était malade, c'est pour ça qu'il s'est attaché à la télé. "

" Après, on met sur la première, il y a Tarzan, enfin, "on" met, c'est pour Marina parce que ça m'intéresse pas tellement, Winnie. "

Autres exemples :

" La télé ne marche pas beaucoup le week-end, si peut être le samedi soir parce que les enfants sont là donc c'est Disney Channel et le dimanche, si, on est tenus de regarder parce que c'est pareil, c'est Starsky et Hutch à une heure et demie, je crois, et puis avant, il y a Supercopier sur la 5 et puis après dans l'après-midi, je sais plus, il y a un truc K 2000, je crois, alors là c'est sacré. Pas forcément pour nous, mais comme les enfants sont là, bon, ben, ils regardent ça, il, n'y a rien à faire. " (n°12) (La même personne regarde tout ce que décide de regarder son mari même si ça ne l'intéresse pas.)

" Il faut que vous sachiez que je ne suis pas prioritaire dans le choix c'est-à-dire que les enfants vont commander les choix si bien que je



m'adapte à leur propre choix (...) Comme il n'y a qu'un seul poste, de temps en temps je suis obligé de me taper Champs-Élysées, ce qui m'emmerde profondément. " (n°15)

Mais comme ce dernier le déclare plus loin, la dépossession n'est pas le seul fait des autres mais aussi *un aveu de sa propre faiblesse* :

" Le film du dimanche soir, c'est pour se reposer, quoi. Alors même si c'est une connerie, ben malheureusement, je le regarde. " (n°15). De même, Mme M. admettra sa propre captivité :

" Ma télé, elle marche régulièrement c'est pas pour ça que je la regarde. C'est parce que je suis plus habituée d'allumer mon poste que d'allumer mon poste de radio. Pourquoi je ne sais pas. Parce que ça me fait peut être une présence, je vois des images, je sais pas, je pense que c'est un peu psychique. " (n°8)

Lorsqu'elle veut manifester une volonté de sélection, c'est uniquement parce qu'elle reconnaît flirter avec l'overdose :

" Le mercredi et le jeudi c'est beaucoup de feuilletons, on suit pas, on trouve qu'on est déjà trop feuilleton, on regarde déjà Santa-Barbara, qui dure et redure, comme Dallas, qui dure et redure et on regarde tout le temps. "

" La faute aux enfants " n'est jamais bien éloignée de " sa propre faute ". Cette présentation en termes de faute est sans doute excessive : chacun connaît son état de dépendance à la télé et sait que, dans la hiérarchie des comportements culturels, celui-ci est au bas de l'échelle. Mais on l'admet malgré tout et lorsque la confiance se noue dans le cours de l'entretien, on admet qu'après tout c'est plus facile de céder à ses enfants et... à la tentation, et qu'on y prend plaisir.

Les goûts exprimés par Mme M. sont rarement négatifs : tout semble la satisfaire avec quelques nuances, jamais présentées en termes de condamnation d'une émission, d'un animateur, d'un acteur. Exception faite pour " Les enfants du rock " qu'elle n'aime pas tellement comme " tout ce qui est criminel, tout ce qui est violence, enfin des fois y'a de la violence qui est bien. " Et aussi pour Maigret, qui " est trop mou, c'est pas mon style, ça s'explique pas ".

La dépossession se marque ainsi dans une relative difficulté à critiquer : on n'aime pas trop mais on regarde. Par contre, la passion transparait dans l'intense activité de sociabilité qui se noue autour de la télévision. Si l'on est dépendant de la télévision, on sait aussi partager sa dépendance et sa passion. Elle a invité une amie à regarder " Le faiseur de morts " (sic) l'après-midi. Elle achète aussi sa revue télé (Télé Star) et sa revue " Femme Actuelle " le lundi.

" Je sors le lundi, je fais mes courses à Carrefour, je monte ma côte, chercher mon petit bouquin, je regarde mon " Faiseur de morts", et hop, je lis ça, je fais mes mots croisés, quand mon mari arrive, on en parle tous les deux parce qu'il y a des mots qu'il trouve plus facilement que moi, des fois, et voilà. "

" Mon mari finit à 5 heures, il regarde tous les feuilletons de la 5, enfin, je m'impose mon horoscope, je m'impose mon Santa-Barbara, après il regarde ce qu'il veut. "

" Mon amie de Betton (environs de Rennes), elle regarde un petit peu Télé Matin, elle regarde Santa-Barbara, ben il y a des choses qu'elle loupe, comme l'horoscope, donc elle me téléphone pour me dire un petit peu bonjour et hop elle raccroche, le temps de lui dire son horoscope. Et puis y'a Josiane, on suit Dallas toutes les deux, donc des fois un mardi sur l'autre elle travaille, donc elle me téléphone pour me demander le compte-rendu. "

" Il y a des amis qui voulaient voir le même film que mon mari, ils venaient chez mon mari, moi j'allais voir autre chose chez ma mère, à une époque, c'était Dallas que j'allais voir. "

" Si on va chez des amis qui regardent Claude François à Champs Élysées, on regarde par la même occasion. " (n°8)

Cette activité de **sociabilité** autour de la télévision passe souvent inaperçue : dans une position de dépendance au spectacle télévisuel, au flux, se nouent cependant des réseaux qui s'organisent autour de rapprochement de goûts, au point de se déplacer au-delà du domicile, aire de réception privilégiée, pour créer une situation de réception collective.

Entourée de proches qui regardent autour d'eux la télévision, Mme M. se considère comme étant dans la moyenne des

télespectateurs, même si elle connaît ses tendances " dépendantes ", qu'elle attribuerait plus facilement à son mari. Elle admet d'ailleurs que placée dans la situation de l'expérience " Privés de télé ", ce serait le " grand vide " pour elle.

#### 3.4. Y a-t-il un téléspectateur devant ce poste ? (dépossession + tangente)

Mme T. (n°9) a trois téléviseurs, un dans le salon, un dans la chambre à coucher, un dans la cuisine. Est-ce une passionnée de télévision ? Au contraire, elle se vit enchaînée à la télé (et sa famille avec elle) mais sans percevoir autre chose que le flux permanent où tous les goûts s'étiolent.

La dépossession se marque vis-à-vis du mari ou des enfants de façon encore plus tranchée que pour les passionnés car elle se combine à une indifférence qui fait douter de la raison pour laquelle on est là et finalement de sa présence même à ce " spectacle télévisuel ".

" J'aime pas du tout les films de Catherine Deneuve, je les regarde parce qu'on m'oblige à les regarder, c'est souvent mon mari qui les regarde, parce qu'il l'aime bien.

Bon, mon mari me dit, s'il y a, je sais pas quoi un film pour enfants ou un film bien... il me dit " faut que tu fasses regarder ça au petits, tu regardes avec eux ", alors, je regarde avec eux mais autrement, non. "

" Bon, on va regarder Dallas, parce que ma fille suit ça, et puis ben moi je regarde avec elle, elle est contente et puis c'est tout. "

" Des fois je regarde les infos le matin, ça dépend, quand ma fille me laisse, maintenant qu'elle a son truc à regarder là, avant je regardais Télé-matin, maintenant je peux plus parce qu'elle change tout de suite d'émission, donc, ou alors des fois elle regarde en haut et moi je suis en bas en train de faire autre chose. "

Le thème de la *dépendance par procuration* est ici exprimée dans sa forme la plus explicite car il n'y a pas de risque de dépendance personnelle, la télévision ne suscitant *aucun accrochage émotif*. Cette position privilégiée des enfants met en scène une impuissance sociale totale,

qu'on peut cependant dire publiquement sous la version " bons parents ", qui a comme contrepoint non-dit " petit tyrans ". Le retournement des positions de générations n'est pas l'un des moindres troubles qui se manifestent face à la télévision : le statut dévalué de la télévision s'y renforce mais se confirme en même temps une relation institution télévision/enfants comme substitut à la relation parents/enfants ou tout au moins comme occasion de montrer le retournement de celle-ci. Le parent se considère face à la télé comme un enfant et préserve une position fictive de " bon parent " en admettant la dépendance des enfants et sa propre dépendance vis-à-vis des enfants. Pour les enfants, il serait naturel d'être capté, fasciné par la télévision et ces parents les accompagnent en montrant à quel point ils ne font plus le poids face à cette attraction de la télévision. La description du dimanche-télé est assez parlante à cet égard.

" Le dimanche il marche toute la journée pratiquement. Dès le matin, il y a Bonjour la France, mon mari regarde pour avoir le journal télévisé, tout ça, après les petits ils regardent sur la 2, donc ils restent en haut à regarder la deuxième chaîne. Après ils regardent Tarzan, puis ils descendent, après il y a les barns, ils mangent et puis l'après-midi ils recommencent à regarder la télé, à partir de deux heures, des fois en mangeant, et si on sort pas, ben jusqu'au soir. Et puis le dimanche soir, on regarde le film à huit heures et demie. "

La dépossession des uns s'enchaîne avec celle des autres mais elle se connote d'une absence de plaisir, voire d'une déception quasi dépressive en permanence. Les indicateurs verbaux d'une sélection explicite sont presque absents.

" Le jeudi, à 8h30, souvent, je suis en haut dans le lit et je regarde le film, je sais pas n'importe quoi, celui qui se trouve le mieux sur le journal. "

De façon significative, la dénomination des émissions est parfois difficile : " Je connais pas tout. ", " Il y a Maguy, sur la combien, je sais plus, sur l'autre chaîne il y a, je sais plus un autre truc qui intéresse le gars, et sur l'autre, un truc qui intéresse la petite, les trois télés marchent ! "

Dans ce flux à plusieurs entrées, tout repérage devient difficile. D'autant plus qu'il s'agit toujours des émissions des autres, pour lesquelles elle semble peu concernée.

Ce désintéret peut être une forme de distance à la télévision qui peut, là encore, s'exprimer légitimement: Mme T. représente la mise en scène idéale de la tangente, du *frottement* quasi accidentel avec un flux pourtant permanent, d'une absence d'investissement malgré la présence physique.

" Si, je la mets quand même mais je suis rien du tout. Souvent, je suis toujours en train de faire autre chose, donc je suis pas là en train de regarder, je suis pas forcément. Elle marche quand même mais je m'intéresse à rien du tout. "

" Ah oui, ce film là je l'ai vu, mais j'étais en train de faire autre chose en même temps, oui, de préparer les chemises à mon mari, je l'ai vu mais pour dire vraiment comment il était, je pourrais pas trop vous raconter. "

Si un goût doit être exprimé, il le sera lui aussi sur le mode dépassionné, en accord avec les stéréotypes du " bon goût " : Romy Schneider est appréciée parce que " réservée ", Drucker parce que " convenable ", Claude François parce que " gentil garçon ". Seule exception une émission sur la 5 :

" Avant c'était " Tout pour s'acheter " ou je sais pas quoi, je connais pas le titre de l'émission, c'est à 7h1/2 ou 8h et puis à chaque fois qu'ils regardent cette émission, ça me met en boule, parce que je n'aime pas cette émission là, c'est grossier, il y a rien à... c'est que des bêtises qu'ils racontent, alors je leur demande de changer puis comme des fois ils veulent pas, alors on laisse. "

La condamnation virulente au nom du bon goût (cas unique pendant tout l'entretien) retombe devant l'impuissance à imposer son point de vue à ses enfants.

On ne trouvera pas de jugements exprimés en termes esthétiques ou savants (une exception pour faire plaisir à l'enquêteur : " Dallas, c'est bien filmé ") ni de développement long sur ses goûts (" J'aime bien ça,

c'est tout. ") Les souvenirs marquants de la télévision sont en fait la reproduction stricte de ce qui a été construit par la télévision elle-même comme marquant, notamment l'image de la petite fille mourant ensevelie dans la coulée de boue du volcan colombien. Ce qu'on pourrait attribuer à la constitution d'un patrimoine commun –et qui, de fait, prend cette dimension, vérifiable dans son utilisation passe-partout dans les conversations, sans autre référence précise– relève en fait ici d'une imprégnation où l'émotion personnelle ne joue aucun rôle. On répond en fait avec beaucoup de bonne volonté à la question de l'enquêteur en lui renvoyant ce qu'il cherche en fait, malgré lui.

S'il y a bien participation " physique " à un univers commun créé par la télévision, toute participation active, qui supposerait soit une négociation active avec l'offre télé, soit un investissement affectif (ou les deux), est absente. Le commun ainsi délimité devient une fiction pure et non plus seulement une construction : on ne peut guère en parler au travail ou ailleurs, car on préfère relativiser les goûts des uns et des autres et on ne comprend pas pourquoi on s'opposerait sur des questions aussi vidées d'enjeu. Dans tous les cas, on serait incapable de formuler réellement un jugement et d'argumenter, non par incapacité verbale mais parce qu'on ne sait jamais trop ce qu'on a regardé, si on l'a vraiment vu et quel intérêt on y a trouvé. On était là sans doute mais est-ce bien sûr ? Et qui est " on " ?

Le cas de cette femme est remarquable parce qu'il ne s'agit pas d'une personne " objectivement " affaiblie ou dépendante. En effet les mêmes thèmes de l'indifférence et du flux continu sont développés par un couple de vieillards, dont les problèmes de santé envahissent tout l'univers (" On l'allume machinalement. ", " C'est pour passer le temps. " " On a commencé le feuilleton, on continue. ") (n°17).

Mais Mme T. travaille, elle est mère de famille : pourtant elle négocie avec la télévision de la même façon qu'elle négocie avec le reste de son univers. Désaffection et soumission sont omniprésents.

On pourrait certes le renvoyer à la structure de communication intra-familiale mais pourquoi ne pas prendre en compte sa position dans son travail ou dans d'autres univers ? Sa position est construite dans toutes les expériences et dans la communication sans aucun doute :

elle se renouvelle face à la télé au point de figurer de façon inquiétante le téléspectateur fictif que construisent les sondages. Contrairement à ce que le lecteur pourrait croire, cette position sans négociation ni investissement est plus fréquente qu'on ne l'imagine et se retrouve, comme on l'a vu, partiellement ou à certains moments, dans les comptes-rendus fournis par d'autres acteurs bien que leur position globale soit différente.

Au-delà des types ici construits et de la recherche de "correspondants" parmi les personnes rencontrées, il faut en effet souligner la fluctuation possible entre ces styles de relations à la télévision. Seule la dynamique des axes construits préalablement demeure opératoire pour ensuite envisager des différenciations fines entre sous-types ou des oscillations selon les contextes.

Cette remarque doit permettre de relativiser toute tentative de catégorisation objective des téléspectateurs, qui, définissant les sujets comme téléspectateurs dès l'origine, répond par avance à la question qu'elle feint de poser à une réalité qu'elle construit entièrement.

**INTERVIEWS RÉALISÉES (Février à Mai 1987)**

1	M		Expert géomètre		Marié + 2 enf.
2	F	25	SP/routier		
3	M	39	Notaire	Licence	Marié + 1 enf.
4	+F	21 /23	Stagiaire pupitreuse	BAC BTS	
5	M	30	Enseignant LEP	DUT	
6	M+F	37/38	Enseignants lycée	Licence	Marié + 1 enf.
7	F	24/28	SP/ingénieur	CAP Maîtrise	1 enfant
8	F	23/28	Assistante maternelle Ouvrier SNCF	CAP CAP	Mariée + 2 enf.
o	F	34/39	Serveuse/ VRP	BEPC	Mariée + 2 enf.
10	M+F	59/57	Agriculteurs 30 ha	CAP/BEPC	Mariés + 5 enf.
11	F	26	Garde d'enfant (mari : ouvrier SNCF)	4ème	Mariée
12	F+M	29/31	Secrétaire Magasinier	BEP BAC	Mariés + 2 enf.
13	M+F	25/23	Artisan pose bâtiment Ouvrière	BAC CAP	Mariés
14	F+M	63/67	Retraitée infirmière Ingénieur	BAC BAC+5	Mariés + 4 enf.
15	M	44	Chirurgien	Doctorat + Spé	Marié + 3 enf.
16	F	76	Retraitée (mari mécanicien)		Veuve (5 enf.)
17	F+M	84/80	Commerçante retraitée		Mariés
18	M+F	52/49	Commerçants Bouchers	BEPC-CAP CAP	Mariés + 3 enf.
19	M	30	Avocat	BAC +5	Marié + 1 enf.
20	F	44	SP	CEP	Mariée + 2 enf.





**Chapitre 3**  
**Je regarde, j'aime, c'est bien : les téléspectateurs jugent la**  
**télévision.<sup>4</sup>**

Dominique Boullier, Marc Legrand, Françoise Gouriou

---

<sup>4</sup> Étude réalisée par l'INA dans le cadre d'Euristic Média en 1990.



## 1.Introduction

Notre travail se veut exploratoire sur la question des modes de représentation des téléspectateurs. Nous nous situons dans la lignée des travaux qui cherchent à proposer d'autres techniques et d'autres critères, au-delà de la pratique effective d'écoute qui reste elle-même très modifiable et dont les données peuvent être traitées de différentes façons. À côté de l'audience, il est possible de s'intéresser à la satisfaction, à la qualité d'écoute, à la fidélité à un programme, par exemple. Cependant l'ensemble de ces mesures complémentaires s'appuient non plus seulement sur un " téléspectateur-consommateur " mais sur un " téléspectateur-public ". Ce public a des goûts ou plutôt exprime des goûts dans certaines situations d'enquête. Il a été déjà noté à quel point il existait une distorsion entre pratiques et goûts exprimés. L'appréciation est la forme conjoncturelle du goût recueillie dans les enquêtes. Peter Menner, de la BBC, souligne le décalage entre les chiffres de l'audience et les scores d'appréciation :

" There is (close to) no relationship between Appreciation score and audience size. Some high audience programs are not highly thought of by their viewers. Many low audience programs are high performers in terms of audience appreciation."<sup>5</sup>

Ces décalages, qui rappellent aussi ceux évoqués à propos du Motivac, posent deux questions qui seront au centre de nos analyses :

- Quels autres critères de jugement peuvent s'exercer sur la télévision au-delà de la mesure de l'audience ?
- Que disent les téléspectateurs quand ils disent : " Je regarde ", " J'aime ", " C'est bien " ?

---

<sup>5</sup> Menner, Peter.- " Audience appreciation. A different story from audience numbers ", 1987.

Nous menons de front la réflexion sur cette dimension particulière qu'est le jugement, que nous différencierons de la satisfaction, du goût ou de la pratique (et donc de l'audience) et l'interrogation sur les formes de recueil des déclarations des " téléspectateurs ", sur leur exploitation comme ressource, comme *feed-back* pour les programmeurs. Ces deux réflexions sont menées de pair mais il importe que le lecteur note bien le double niveau où elles se situent : Peut-on trouver un critère de jugement qui soit d'ordre public (et non plus du goût personnel) dans les expressions individuelles ?

Les discours recueillis chez les téléspectateurs peuvent-ils nous aider à analyser ce qu'est un jugement sur la télévision ?

Nous nous situons d'emblée à contre-courant de deux points de vue :

1) Ce qui intéresse la mesure d'audience, c'est précisément de se débarrasser de tout discours, de tout avis du téléspectateur, pour atteindre la " vérité " des pratiques recensées et analysées, donc construites malgré tout, par de multiples médiations. Nous nous adressons à autre chose qu'un " corps de téléspectateur. "

Mais pour autant nous ne prétendons pas à plus de " vérité ", à rendre compte de plus près, de façon plus " authentique de la réalité du vécu du téléspectateur " !!! Car nous le plaçons nous aussi en position de téléspectateur, d'emblée : c'est déjà une pré-construction de la situation qui n'est pas anodine<sup>6</sup>. Qui plus est, nous obligeons les interviewés à se livrer à un exercice de jugement explicite, ce qui n'est sans doute pas leur attitude la plus courante.

Nous allons ainsi à l'encontre d'un rapport à la télévision très répandu, que l'on pourrait désigner comme la " télévision-flot ", la " télévision-évidence ", naturelle, qui fait tellement partie de son environnement qu'il est impossible d'en dire seulement quelque chose. Nos enquêtes précédentes nous avaient permis de rencontrer ces acteurs pour qui la télévision était vécue dans une pseudo-

---

<sup>6</sup> Nous avons démontré les limites intrinsèques à ce genre de dispositif d'enquête dans notre travail sur les styles de relation à la télévision en proposant d'en sortir relativement par le biais du recueil des conversations télé dans des milieux de travail par exemple.

présence, qui ne pouvait dès lors donner lieu à aucune verbalisation en termes de goût ou de jugements. Mais pour tous les téléspectateurs, pourrait-on dire, il existe des moments ou des types d'émissions qui résistent à toute explicitation, à toute argumentation. Ce domaine de la vie privée n'est pas nécessairement mis en mots, il n'est pas non plus "à justifier", et nous le montrerons dans l'analyse des entretiens recueillis pour cette enquête.

Il y a donc un certain paradoxe à vouloir fonder les principes d'un jugement sur la télévision indépendant de la pratique sur les dires de sujets contraints par exercice à l'argumentation. L'attitude de non-jugement et de non-verbalisation est par contre en totale concordance avec les méthodes de recueil de l'audience. Elle est aussi en total accord avec le principe de programmation qui repose sur le *less objectionable program* : le jugement des téléspectateurs est précisément ce qu'il faut éviter, car il s'agit dès lors d'une mise à distance qui peut fort bien se retourner favorablement ou défavorablement. Lorsque le téléspectateur ne peut pas dire que ce n'est pas ce qu'il voudrait et qu'il n'a pas d'objection, la programmation est réussie, même si la satisfaction est réduite. Le téléspectateur muet (ou zombie) peut dès lors devenir un idéal pour fédérer des publics très divers, sans relation passionnée ou susceptible de produire des jugements.

Notre enquête tente d'explorer cette zone où subsiste encore une activité du "téléspectateur". C'est un principe méthodologique que nous maintenons en permanence, à savoir que malgré toutes les médiations qui interviennent pour fabriquer du "téléspectateur" (si possible muet), l'acteur objet de ce traitement réalise lui aussi la même opération de traduction, d'intégration et de réduction de la proposition télévision à ses univers propres. Notre enquête force donc le trait sur un point d'activité du téléspectateur, sa capacité de jugement : non pour dire qu'il faut la prendre à la lettre, nous verrons à quel point elle est complexe, mais pour souligner les limites des médiations existantes pour se représenter le téléspectateur avec l'objectif de proposer de nouvelles méthodes pour l'entendre.

2) Nous faisons l'hypothèse en effet qu'il existe d'autres méthodes et d'autres principes de représentation du téléspectateur qui permettraient notamment de reposer la question de la place du service

public et des critères d'évaluation qui devraient lui être appliqués. Bernard Cache a présenté, à partir de la " Théorie de la justice " de Rawls, certains éléments pour avancer dans cette direction, en considérant que l'accès à l'information devait être traité comme un " bien premier " : la sanction du service public ne relève plus alors de la mesure d'audience effective mais d'un vote de justification (la question posée étant : " Est-il juste que l'impôt finance une telle programmation de service public ? ") Il s'agit dès lors de distinguer complètement pratique et vote, que la mesure d'audience pouvait sembler fédérer. Mais trois questions se posent (au moins) :

**Qui est capable d'imposer stratégiquement** (ou tout au moins de faire reconnaître dans un univers relativement restreint) **ce mode d'évaluation** ? Ce ne peut être que le collecteur de l'impôt en question, à savoir l'État qui collecte et redistribue la redevance. Toute la chaîne doit être construite : un état d'humains (les contribuables), une sanction (le reversement de la redevance aux chaînes), un demandeur (l'État), une technique (comment recueillir ces votes et les traduire ?)

**Comment faire passer le " téléspectateur " de l'état de terminal** qui était le sien dans l'ancienne version de l'Audimat (un poste allumé) à celui de citoyen se plaçant du point de vue du bien commun ? Comment recueillir et traduire des pratiques ou des goûts pour en faire des éléments constitutifs d'une vision du bien commun ? Est-ce seulement justifié et pourquoi ne pas le faire à tout propos, la sphère des " biens premiers " pouvant historiquement varier énormément ? Comment construire un état civique de téléspectateurs et est-ce justifié ?

**Qu'est-ce qu'un jugement de " téléspectateur " ?** Quel est son statut ? Dans quelle mesure, mis en position de " téléspectateur " par l'enquête, le sondage ou l'association de téléspectateurs, un sujet peut-il traduire de lui-même ses goûts personnels, ses préférences conjoncturelles, ses pratiques en argument " du point de vue du bien commun " ? C'est ce que notre enquête permet de vérifier.

Nous avons centré cette recherche sur deux questions, le lien avec la télévision et le jugement chez les téléspectateurs. À partir des entretiens que nous avons réalisés, il est possible d'appréhender ce qui fait la trame de la relation à la télévision et plus particulièrement du

discours sur la télévision, ce qui met en cause directement les techniques actuelles de représentation du téléspectateur.

Notre parti pris méthodologique consiste à prendre à la lettre les discours des interviewés en nous attachant précisément à leurs formulations, à leur argumentation, à leurs procédures rhétoriques, à leurs catégories. Cette démarche, proche de l'ethnométhodologie, doit nous permettre d'observer comment se justifient pour les acteurs eux-mêmes les écarts existant entre les pratiques déclarées, les goûts déclarés et les jugements déclarés, sans parler de l'écart avec les pratiques observées qui restent toujours tributaires des techniques d'observation.

Notre démarche ne prend pas en compte les seuls jugements formulés comme tels ou répondant aux catégories de l'enquêteur : mais en refusant d'effectuer ce travail de réduction qui est le propre de tout sondage ou de toute enquête, nous prenons le risque de nous trouver confrontés à la dispersion absolue des formes de jugement, à la confusion dans les belles catégories du chercheur (par exemple, quand l'interviewé dit : " Champs-Élysées, je regarde. ", s'agit-il d'une déclaration de pratique ou d'un jugement ? Selon le ton adopté, l'enquêteur peut catégoriser de façon très différente). Alors que tout dispositif de représentation des téléspectateurs cherche avant tout à faire entrer leurs réponses dans les cases prévues à cet effet pour pouvoir généraliser, nous nous trouvons confrontés, nous, à un désordre que nous avons délibérément engendré pour mieux comprendre les ressorts des jugements des téléspectateurs. Malgré une orientation de l'enquête en faveur de ces jugements hors contexte, car en situation d'enquête et indépendants d'une pratique effective, nous nous apercevons qu'il faut complexifier très nettement le traitement des discours recueillis et proposer de nouvelles catégories pour les traiter.

Précisons les artefacts méthodologiques qui orientent le recueil des entretiens :

1- Comme nous l'avons déjà précisé, nous forçons le jugement, nous créons une épreuve pour sortir de l'évidence et du rapport " naturel " à son activité de téléspectateur. Nous le contraignons à un méta-



discours sur sa propre pratique. Nous demandons, de plus, que l'on motive son jugement. Tout cela n'a que peu de rapport avec le comportement ordinaire des " téléspectateurs ". Mais, dans l'épreuve à laquelle ils sont soumis, les interviewés donnent la mesure de toute la complexité de leur argumentation et des principes au nom desquels ils peuvent porter un jugement sur la télévision, sur une émission, etc. Et ils retrouvent un impératif de compte-rendu formel qui est devenu un classique de la vie en société, le sondage. À cette différence près qu'il est possible, dans la situation que nous avons construite, de procéder en même temps à une justification de ce compte-rendu qui peut remonter à divers niveaux de généralité. Nous ne statuons pas a priori sur le niveau de discours valide car c'est précisément le passage de la pratique au goût et au jugement qui va nous intéresser.

2- Notre questionnaire était bâti sur une entrée particulière : les émissions, que nous avons mises sous forme de fiches présentées successivement pendant l'entretien, fiches reprenant le texte d'une présentation d'une revue de télévision. Ce choix va à l'encontre de la diversité de catégories mobilisées par les téléspectateurs pour effectuer leurs jugements. C'est là aussi un enseignement de cette enquête : l'organisation logique de la représentation de l'univers de la télévision ne s'ordonne pas selon une hiérarchie conceptuelle : télévision, chaînes, jours, genres, émissions, présentateurs, sujets, invités, etc. Le modèle que nous avons adopté fait cependant sens dans cet univers télé, c'est celui des programmes télévisés, des revues qui, notons-le, développent cependant souvent des entrées différentes de celles bâties uniquement sur le jour et sur la chaîne (ex : les films de la semaine, vos soirées).

3- Autre problème posé par cette entrée systématique des émissions : les impressions vagues que l'on peut avoir sur une émission ne sont pas nécessairement énoncées sous forme de jugement et ne se rapportent pas nécessairement à cette émission. Être capable ou contraint de nommer l'objet du jugement, c'est déjà faire une opération de cadrage très sélective.

4- Notre position d'enquêteur met délibérément l'interviewé en position de téléspectateur. Nous nous intégrons donc entièrement au dispositif institutionnel de la télévision et c'est à ce titre que l'on nous

répond. Ce qui pose de sérieux problèmes méthodologiques comme nous l'avons exposé dans notre enquête précédente sur " la conversation télé ". Il est ainsi impossible de tenter comme nous l'avons fait de vérifier la connexion de la pratique télévisuelle aux différents univers de l'interviewé (à travers des discussions, des opinions de voisins, de collègues, des intérêts particuliers) car nous n'avons accès à tous ces univers qu'à travers la grille de la position de téléspectateur déjà pré-formée. Le jugement ainsi provoqué est donc la réponse supposée attendue par l'institution télévision et il est impossible de transférer cette information vers des situations hors institution pour savoir comment les acteurs jugent entre eux par exemple, lorsqu'ils discutent en famille ou au travail.

5- Notre intervention est centrée autour d'un jugement sur divers produits télévisés et non sur la télévision dans son ensemble, l'enquête tend dès lors à se focaliser sur la pratique télévisuelle : nous encourageons d'une certaine façon la confusion pratique-jugement et nous restreignons implicitement le travail de la réception à ce qui se déroule devant le poste de télévision, contrairement à ce que nous avons montré précédemment. Mais en faisant parler sur la télé, y compris dans le cadre d'une enquête, nous incitons à rendre compte des jugements émis dans d'autres situations, en montrant dès lors que la réception déborde le temps de " l'exposition " simple.

La question est ainsi posée : y a-t-il seulement une pertinence à recueillir des jugements individuels qui, par la force des choses, se confondent avec la pratique, alors que l'opinion qui prend valeur publique est autre chose qu'un simple agrégat statistique ? S'affrontent ici deux conceptions de l'opinion et ainsi de la pertinence des jugements recueillis par toutes les enquêtes : pour obtenir ce produit à haute densité qu'est une opinion publique, existe-t-il d'autres méthodes que la méthode industrielle-scientifique des sondages et des agrégats statistiques ? Nous pensons qu'il est possible de considérer de façon privilégiée d'autres mises en scène des jugements télévisés, dans les discussions ordinaires notamment, comme nous l'avons fait en étudiant la conversation télé.

Nous avons souhaité évoquer clairement ces a priori méthodologiques pour montrer qu'il est toujours nécessaire de chercher à savoir ce que l'on fait lors d'une enquête et pour souligner que l'on fait parfois le contraire de ce que l'on croyait faire.

Pour pouvoir comparer deux situations différentes de formulation des jugements, nous avons choisi d'examiner brièvement des courriers de lecteurs de revues de télévision. La situation dans ce cas est aussi pré-construite mais par les journaux et non par l'enquêteur : le jugement ainsi mis en scène est entièrement orienté par le rapport au médiateur qu'est la revue de télévision. L'initiative est cependant prise par le " téléspectateur " lui-même, qui cherche parfois à être publié mais qui peut aussi exprimer seulement son sentiment personnel. Dans tous les cas, il a accès à un mode de traitement de son opinion particulière qui est bien différent du traitement statistique (supposé) de l'enquête. Son jugement restera, après un formatage plus ou moins important<sup>7</sup>, sous sa forme individuelle. Mais l'auteur sait qu'il s'exprime en public, ce qui contribue à une mise en forme tout à fait différente de son jugement par rapport à celle qu'il pratique face à l'enquêteur. Le courrier des lecteurs pousse à la mise en scène civique (le poids collectif et non seulement l'humeur personnelle), ce que renforce encore les choix des lettres par les rédacteurs, qui privilégient des lettres représentatives d'une opinion plus large<sup>8</sup>. Mais par la publicité qu'il donne à chaque lettre, le courrier des lecteurs attire sur lui les désirs de renom (" être publié ", " être l'auteur de cette lettre ") qui sont parfois présents de manière très explicite (" j'aimerais que cette lettre soit publiée "). Le dispositif d'argumentation adopté se révèle assez différent de celui observé dans les entretiens, notamment à

---

<sup>7</sup> Et parfois plus que moins, au point de susciter des critiques de la part des " auteurs ".

<sup>8</sup> Mais qui s'autorise aussi parfois à susciter le débat en faisant entendre une note contradictoire dans un concert d'opinions unanimes. Il existe toute une technique de validation des lettres de lecteurs et d'organisation d'une " justice " dans la publicité des opinions toujours diverses, technique qui devrait être étudiée pour elle-même tant elle contribue à forger l'image de ce que l'on doit penser ou tout au moins l'image de la façon, de la méthode que l'on doit adopter pour s'autoriser à émettre un jugement.

travers la présence beaucoup plus nette de l'impératif de généralisation : cela souligne à quel point le jugement recueilli n'est jamais indépendant des techniques de recueil, des médiations qui le rendent visible.

Cet écart entre les deux situations est intéressant à observer et peut être rendu encore plus productif en étudiant le passage du courrier dit " brut " <sup>9</sup> au courrier publié et parfois entièrement réécrit. Il ne s'agit pas de critiquer ce travail de réécriture qui montre, au contraire, à quel point les rédacteurs de certaines revues de télévisions ont conscience d'être des médiateurs, des traducteurs, qui peuvent s'accorder certaines licences que nécessite leur charge, en ne prétendant pas cultiver " l'authenticité " : le courrier " spontané " est lui-même déjà mis en forme et dépendant de la situation dans laquelle il va être énoncé.

Précisons encore que cette investigation est restée très brève mais a permis de montrer tout l'intérêt de ce support autre que les entretiens. D'autres courriers, ceux reçus directement par les chaînes de télévision, seraient sans doute encore différents dans leur argumentation.

## 2. La mise en œuvre de catégories

Pour parler de la télévision comme de tout autre objet, le locuteur doit organiser conceptuellement l'univers qu'il représente : son opération logique est en même temps sociale. Identifier et catégoriser l'univers télévision en termes de chaînes, genres, émissions, présentateurs, invités, acteurs ou sujets ou encore en termes de jours, d'heures de diffusion ou de durées, c'est toujours mettre en œuvre une grille qui n'est pas nécessairement celle dominant les principes de la programmation ou de la présentation des programmes. Cette

---

<sup>9</sup> Nos sources étaient en " courrier brut " grâce à la collaboration amicale d'une revue de télévision.

catégorisation n'est pas non plus définitive, elle est en effet une arme polémique, elle permet aussi de classer socialement et de juger. L'organisation de toute argumentation doit procéder à la mise en place de ces catégories.

### *Comparaison et contagion*

Le discours télévision s'ordonne autour d'une redéfinition de supra-catégories conjoncturelles à partir des catégories ordinaires : le locuteur jouera alors de deux procédés classiques : la comparaison et la contagion.

Dans le premier cas, on rapproche deux éléments pour les comparer (rendre équivalents ou opposer, exemple : Ex-Libris et Apostrophes) : on les compare éventuellement dans la même catégorie logique mais pas nécessairement (Ex-Libris comparé à Pivot.)

Dans le second cas, on étend la propriété attribuée à un élément vers un second, sans autre lien que la contiguïté (" si je suis sur la 2 je regarde le journal de la 2 ") ou la généralisation (" de toute façon, c'est une truc de la 5, alors ! ") : la propriété du proche vaut pour le suivant ou pour le précédent et la propriété du tout vaut pour la partie ou inversement

Ces deux opérations permettent de " rentabiliser " des jugements, des stéréotypes, de structurer l'univers télévision en quelques catégories seulement et de les faire varier au moment voulu selon les nécessités de l'argumentation.

Il n'existe pas de jugement mis en forme pour une seule émission pour un cas particulier, même si l'on énonce parfois des jugements d'exception qui font alors référence à un jugement plus général (" j'aime pas Avis de recherche mais celui avec Aznavour c'était quand même valable. ") Il faut toujours faire appel à une généralisation et à une catégorisation plus larges, à des modèles pré-formés qui permettront d'avoir une opinion sur ce que l'on ne connaît pas, que l'on n'a pas vu et de s'orienter dans les choix d'émission. Mais notre consigne qui poussait les interviewés à argumenter les amenaient à soutenir des arguments contradictoires d'un échange à l'autre ou dans la même séquence, ce qui est tout à fait intéressant à observer.

Nous présenterons (chapitre suivant) des exemples de cette argumentation par comparaison et par contagion dans le cadre de chaque registre.

### *Jugement , goût et pratique*

Le discours télé met en œuvre ces trois registres, que nous distinguons précisément ici, mais qui n'ont pas nécessairement de pertinence pour les acteurs. Notre seul but est d'inventorier des opérateurs d'expression, qui orientent le discours télé plutôt vers un jugement (" c'est bien "), vers un goût (" j'aime ") ou vers une pratique (" je regarde "). L'argumentation ne peut être la même quand on part de l'un ou l'autre de ces points de vue, elle n'a pas non plus la même prétention à la généralité, elle peut ne pas avoir le même poids.

Notre objectif n'est pas de retrouver nécessairement nos registres tels quels mais bien de montrer comment ces registres issus à la fois des modèles de recueils d'opinions et des discours effectivement produits par les acteurs peuvent être totalement croisés dans l'argumentation des acteurs et valoir l'un pour l'autre.

Le discours peut viser ce que nous appellerons un idéal de cohérence argumentative : nous rencontrons alors un cheminement classique qui permet de passer d'un registre à l'autre et de soutenir l'un par l'autre.

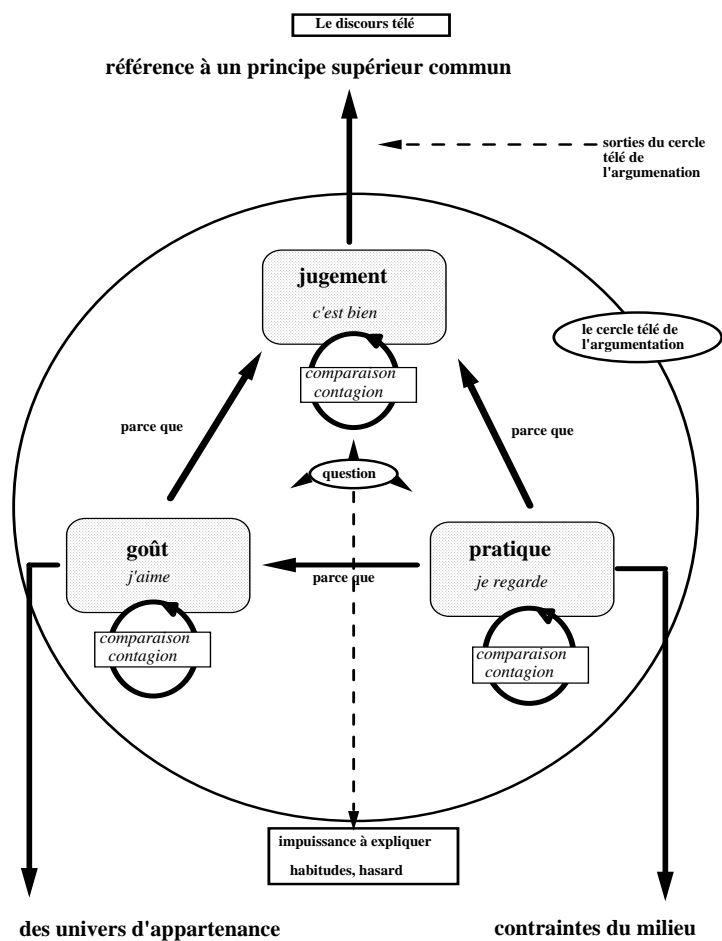
- Je regarde parce que j'aime (pratique parce que goût.)
- Je regarde parce que c'est bien (pratique parce que jugement.)
- J'aime parce que c'est bien (goût parce que jugement.)

On notera déjà qu'il est impossible de trouver des cas où l'argumentation est basée sur " j'aime parce que je regarde ", " c'est bien parce que je regarde " ou encore " c'est bien parce que j'aime ". Ce qui paraît une évidence n'en est pas moins à souligner : le jugement qui prétend attribuer une valeur universelle ou tout au moins une valeur intrinsèque, non contingente, à un élément de l'univers de la télévision possède un statut " d'argument suprême ", qui n'a plus besoin lui-même d'être justifié dans les autres registres. Il reste encore à argumenter selon différents principes supérieurs communs, comme nous le verrons. De même, la pratique n'est

explicative de rien, elle est seulement la preuve, l'indice ou l'occasion de l'actualisation d'un goût ou d'un jugement.

Le développement d'une opinion argumentée sur la télévision est rappelons-le un exercice provoqué par notre enquête : il apparaît immédiatement qu'il est indispensable de passer d'un registre à l'autre et de soutenir sa pratique ou son goût d'un jugement ayant valeur au-delà de sa position personnelle.

Le schéma suivant peut résumer nos axes d'analyse.





Les exemples proposés ici seront répartis en neuf groupes :

- les pratiques expliquées par le goût (je regarde parce que j'aime) ;
- les pratiques expliquées par le jugement (je regarde parce c'est bien) ;
- les goûts expliqués par le jugement (j'aime parce que c'est bien) ;
- la comparaison d'une pratique à une autre ;
- la contagion d'une pratique par une autre ;
- la comparaison d'un goût à un autre goût ;
- la contagion d'un goût par un autre ;
- la comparaison d'un jugement à un autre ;
- la contagion d'un jugement par un autre.

Ce découpage nous amène à éliminer toute la complexité de l'expression qui fait appel tour à tour à toutes les procédures. Nous en donnerons seulement un exemple pour bien montrer que le cheminement logique que nous voulons retrouver n'est pas toujours aussi aisément découppable en types :

Q : Et "Champs-Élysées" en général ?

R : Oui je regarde.

Q : Qu'est-ce que vous en pensez ?

R : C'est pas mal, j'aime bien ces émissions là parce qu'il y a de tout je trouve, il choisit pour tous les goûts Michel Drucker, c'est un bon présentateur d'abord, c'est bien composé, t'as du lyrique, des gens du théâtre, un peu de tout, c'est bien varié, t'en as pour tous les goûts. Y'a des artistes que je ne raffole pas, que les jeunes aiment beaucoup, ça me gêne pas de regarder. Ce soir va y'avoir Bedos, par contre ça je vais regarder. J'aime bien Bedos. Je vais pas regarder que pour lui mais je pense que c'est une émission qui est bien faite. Il pense à toutes les gammes de spectateurs.

Sur l'insistance de l'enquêtrice pour faire argumenter sa formule " je regarde ", qui peut paraître peu engagée, succède une variation complexe d'arguments où sont mis en avant des pratiques, du goût et

du jugement, de façon relativement indistincte : on y trouve aussi ce que nous appellerons plus loin des références à des principes supérieurs communs tels que " t'en as pour tous les goûts ", expression télévisuelle de la " démocratie-self service ".

#### **a) les pratiques expliquées par les goûts**

RM1

Si c'est un acteur que j'aime bien, je regarde.

Ça m'intéresse pas alors je regarde pas.

Moi je regarde ce qui m'intéresse.

RM2

Si ça me plaît pas je regarde pas.

J'aime pas, je regarde pas.

F1

Je fais par rapport à ce que j'aime.

Même le sujet ça ne m'intéresse pas, je regarde jamais.

L'explication peut paraître quasiment naturelle : elle débouche cependant parfois sur une argumentation de ses goûts en termes de valeur intrinsèque attribuée à une émission, à un genre, à un acteur, mais, comme on le voit dans les exemples cités, elle peut aussi se suffire à elle-même. Le goût demeure personnel et s'affiche même comme arbitraire, comme exercice d'un libre arbitre, ce qui conduit en fait à rendre sa discussion plus vive et plus " insoluble " (on ne discute pas des goûts et des couleurs !). L'explication par le goût ne peut en aucun cas prétendre à l'universalité, à devenir un critère autre que particulier : c'est au contraire l'affrontement des particularismes qui pourra poser problème lorsqu'on envisagera de faire débattre de ces goûts ou de mettre ces goûts en actes<sup>10</sup>.

Notons que le goût peut s'exprimer de manière plus ou moins passionnée : c'est dans cette forme d'argumentation que l'expression peut être facilement renforcée (j'adore, je déteste, j'ai horreur), ce qui

---

<sup>10</sup> cf. plus loin financer la chaîne ou l'émission de son choix.

confirme à la fois le fait que l'on a un rapport affectif à la télévision (en dehors des zombies que nous avons déjà évoqués qui ne peuvent jamais dire " j'aime ") et que ce rapport ne peut être " débattu " pour aboutir à un principe commun.

#### **b) les pratiques expliquées par les jugements**

F10

C'est le genre d'émissions qu'on regarde quand même parce qu'elles ont de l'intérêt quand même.

RM1

Si c'est un mauvais film je vais pas regarder

PM3

Sur la 5 : Reporters.

Ça je regarde. Quand je suis pas trop crevé, j'aime regarder parce qu'elle est bonne.

Le jugement est, dans ces exemples, peu explicité : nous verrons plus loin qu'il peut faire référence à des critères extérieurs à la télévision. Mais il est important de noter le saut direct de la pratique au jugement : le lien est en fait bien souvent faiblement construit, dans le sens où l'on puise très rapidement dans des jugements collectifs, voire dans des stéréotypes. Deux des exemples cités soulignent bien la dimension de bonne volonté culturelle qui existe dans ces expressions : " c'est bien ". D'une part, on ne déclare pas " c'est bien " à propos d'émissions dévaluées (ex : les jeux ou Les Nuls), on ne reprend cette expression que dans les cas où une opinion générale positive existe déjà qui sert de point de repère. Ce qui est un point essentiel à souligner : les jugements des téléspectateurs sont " toujours déjà " mis en forme et ne peuvent se dire que dans la mesure où ils reprennent des opinions constituées publiquement comme telles<sup>11</sup>.

D'autre part, ce jugement de valeur universelle, qui prend forme éventuellement de stéréotype, est loin d'entretenir un rapport explicatif avec la pratique : on dit souvent qu'on " devrait " regarder,

---

<sup>11</sup> Déjà observé dans la conversation télé où il s'agissait ensuite de les adapter à la situation locale.

quand on dit que l'on regarde une émission qui est " bien ". La déclaration de pratique reste intentionnelle et le jugement reste général : le risque est grand lorsque l'on recherche des jugements à prétention " universelle " de retrouver un catalogue de bonnes intentions que personne ne mettra en pratique. C'est déjà le sort des critiques cultivées sur la télévision qui, se plaignant qu'il n'y a pas de théâtre à la télévision (ce qui serait bien) ne regarderont pas le théâtre-de-la-télévision, à la fois parce qu'ils ne regardent pas la télévision et parce que ce théâtre n'est précisément pas celui qu'ils aiment pratiquer. Les critiques moins cultivées répètent ce scénario, ce qui peut dès lors donner les meilleurs chiffres de bonnes opinions et de bonne image associés aux chiffres d'audience les plus faibles. Rechercher des jugements à tout prix, c'est à coup sûr les trouver, mais sous leur forme pré-construite d'opinion publique.

### c) les goûts expliqués par les jugements

F10

Oui on aime bien l'équipe des trois journalistes ; y'a la partie des informations régionales qui n'est pas inintéressante

PM2

Les présentateurs ?

Ils sont bons partout. Je les aime bien.

Le Bébête show sur TF1 ?

Ca c'est magnifique. C'est vraiment très bon quand je n'oublie pas. Je trouve ça excellent.

L'argumentation est en général ici complète, d'une pratique à un goût jusqu'à un jugement plus général exprimé ici de façon lapidaire sous la forme classique " ils sont bons ". La forme " n'est pas inintéressante " est particulièrement... intéressante parce qu'elle souligne à nouveau cette dimension " de principe " du jugement : cette négation de négation donne un jugement très distancé qui ne peut plus guère être rapporté à un goût réel (qui suppose un investissement affectif minimum) ni à une pratique très ancrée. On approche alors du jugement qui ne peut pas se dire, de la critique qui ne peut se formuler, que l'on rencontrera plus loin.

Le jugement positif sur le Bébête show n'est encore une fois pas associé à une pratique assidue. On peut se demander si les assidus ne se suffisent d'énoncer l'intensité de leur pratique (" on regarde tous les soirs ") comme critère de jugement. Pourquoi serait-il si difficile de regarder beaucoup la télévision et de dire ce que l'on considère comme bien, d'un point de vue plus général ? Il s'agit sans doute en fait de deux états de téléspectateurs qui ne correspondent pas nécessairement et qui sont mis dans des situations différentes : avoir une pratique et la déclarer (cf. l'audience) et donner un opinion. Le lien entre les deux états du téléspectateur nous apparaît de plus en plus comme très précaire.

**d) la comparaison d'une pratique avec une autre**

RM3

Q : Vous ne regardez pas en général, il y a quelque chose qui vous déplaît dans ce jeu là ?

R : (F) Ah non. (H) C'est à 18h40, on regarde la troisième chaîne à cette heure là.

RM1

J'aime pas tellement les jeux.

Q : Mais il vous arrive d'en regarder quand même ?

R : Oh oui ça m'arrive. C'est pas ce que je regarderais le plus.

RM2

On ne regarde pas, c'est le mercredi, on regarde autre chose.

PM2

Sur A2, le journal télévisé.

Je le regarde, mais le plus souvent TF1.

PM3

Par rapport à la série américaine, je regarderais plus une série française.

PM4

Par rapport au cinéma américain, qu'est-ce qui vous dérange particulièrement ?

Je ne sais pas, c'est-à-dire qu'on ne peut pas regarder toutes les chaînes à la fois, je choisis plutôt les autres.

F12

Je regarde pas les infos de la 5.

Q : Pourquoi ?

R : On regarde en principe la Une ou la 2.

L'argumentation ici n'a pas à être développée en termes de goût ou de jugement : il existe une pratique alternative, " on regarde autre chose ". Il ne s'agit pas de comparer ce qu'on regarde mais seulement de déclarer qu'il se trouve (pour des raisons x) que l'on regarde autre chose. Car l'offre télévisuelle n'est pas totalement modulable : elle intervient dans un contexte donné et plutôt que de choisir, on peut **opter**, saisir une autre opportunité, sans pour autant choisir. La question de la complémentarité des chaînes du service public visait tout à fait ce type de comportements. Donner une dimension de choix motivé à l'option entre deux chaînes en mettant en concurrence des produits nettement différents. La fréquence des expressions que nous avons recueillies allant dans ce sens de l'option (une pratique comparée à une autre) pourrait justifier cette orientation. Pourtant deux problèmes se posent :

- L'option ne se fait pas entre deux chaînes particulières mais au sein de toute l'offre télé (étant entendu que ces téléspectateurs n'envisagent pas le choix avec autre chose que la télévision), la complémentarité n'est pas dès lors nécessairement perçue (nous y reviendrons).

- L'option, qu'il faut bien différencier du choix motivé, ne tient pas nécessairement compte du contenu, du genre, etc. : il n'est pas utile d'argumenter cette pratique, il se trouve qu'on regarde autre chose, ce qui ne signifie pas qu'on lui préfère autre chose ou que l'on est pris dans un dilemme pour opter. La complémentarité suppose implicitement que le choix motivé guide la pratique alors qu'il apparaît que les circonstances et l'option sans motivation particulière sont un mode fréquent de pratique de la télévision. Les critiques portant sur

" il y a deux émissions bien au même moment " ou encore " ils passent trois bons films certains soirs et rien les autres " sont, soit des critiques savantes qui peuvent s'autoriser à dire ce qui est bien et ce qui n'est pas bien (ce qui n'est déjà pas si courant), soit des reprises des stéréotypes les plus répandus. Notre enquête sur la conversation télé nous avait permis de recueillir de fréquents consensus tels que " il n'y a encore rien de bien ce soir " qui débouchait néanmoins sur une présence devant l'écran.

**e) la contagion d'une pratique par une autre**

RM2

Chaque fois que je le vois, quand je suis sur la chaîne là, je regarde.

Q : La 5, le journal avec M.France Cubada ?

R : Oui, je regarde, c'est pas spécialement la 5, c'est suivant le film qui y'a après. En principe je regarde les informations sur la chaîne où je regarde le film après. Si je suis sur la 2 je regarde le journal sur la 2.

F1

J'aime ce qui est subtil, c'est la météo, il montre une image après ça me fait rester sur A2.

PM4

Si je dois regarder aujourd'hui la Une, je regarde le journal sur la Une. Quand il y a une émission sur la 2, si je regarde Drucker, je mets le journal sur la 2. Je m'installe devant et je mange.

Je prends la messe à 11h, et après ça continue car c'est sur la 2.

F3

La Une, non, de temps en temps mais vraiment très très rarement. Par ailleurs, s'il est programmé un match de football ou de rugby à l'heure du journal, qu'ils passent le journal pendant la mi-temps, je regarderai la Une. À cette occasion là seulement.

F 6

Les infos de la 5 .

Je regarde la 5 quand on est sur un film ou une émission de la 5.

"Apostrophes" ?

Oui je l'ai regardé mais ça dépendait du sujet avant, si c'était un film qui m'intéressait je regardais dans la foulée "Apostrophes".

Cet effet d'entraînement d'une émission sur l'autre est bien connu des programmeurs qui ont l'art d'enchaîner les changements de registres progressifs pour que les nouveaux arrivants sur une tranche puissent compenser de faibles pertes parmi les téléspectateurs issus des tranches précédentes. Et les téléspectateurs interviewés ne se privent pas de le mentionner : une pratique contamine une autre chronologiquement et spatialement à la fois, puisqu'on reste sur la même chaîne. Notons que la catégorie de contagion la plus évoquée est celle au sein de la même chaîne. Nous aurions pu rechercher des contagions en termes de genres (je regarde tous les dessins animés) mais nous n'en avons pas rencontré.

Il apparaît aussi que la contagion des pratiques opère rétroactivement et non seulement dans le sens de la programmation : on regarde le journal de la 5 dans la mesure où l'on a l'intention de regarder le film de la 5. Cette contagion est donc programmée pour minimiser les efforts alors que la télécommande pourrait avoir considérablement accru l'instabilité de l'audience tout en diminuant sa " fatigue " (se lever de son fauteuil pour aller changer de chaîne). Il faudrait sans doute vérifier cette différence à travers les études actuelles sur le zapping, plus répandu qu'on ne le pense mais qui peut aussi ne pas remettre en cause les enchaînements d'émissions tels que certains de nos interviewés nous les ont décrits.

Dans ces descriptions de pratiques, il est clair que le jugement n'intervient pour rien : il existe cependant des objets privilégiés qui ont guidé soit le premier choix (on s'est placé sur TF1 pour telle émission) soit le choix futur (le futur film de la 5) et ce sont ces choix qui ont " contaminé " le reste de la pratique. Les mesures d'audience comme les sondages sont impuissants à saisir ce que l'art du programmeur, lui, se donne comme objectif : gérer cet effet de contagion qui explique une grande part des pratiques et qui se suffit à lui-même dans l'argumentation.



**f) la comparaison d'un goût à un autre goût**

RM3

Q : Quelles sont, selon vous, les raisons de ce désintérêt ?

R : (H) Les raisons, je m'intéresse davantage à d'autres émissions

RM1

J'aime mieux un film qu'une émission de variété.

MM1

Je le préfère à TF1. Je trouve qu'il est mieux présenté, c'est une question de présentation, pour moi l'information est la même, mais y'a une question de présentation d'informations que j'aime mieux sur A2 que sur la Une. (F) Et c'est toujours ces coupures de pub que tu détestes ! (H) Oui mais dans le journal y'a pas. Sur la Une c'est PPDA, j'aime pas tellement. (F) Le midi c'est toujours l'homme et la femme, William Lémergie.et...

Q - Non c'est fini, ils viennent de partir y'a une ou deux semaines.

R - Moi j'aime mieux la présentation de l'A2.

MM2

Q : Sur A2, " Providence "

R : Je ne suis pas ça. (F) Moi non plus je ne regarderais pas ce genre de film, (H) Ben si y'avait pas autre chose ! (F) C'est pas ma partie tout ça.

Q : Qu'est-ce qui vous fait dire ?

R : Rien qu'à le voir et je le dis franchement. (H) J'aime pas tellement les acteurs étrangers.

F10

FR : Et Ex-Libris, est-ce que vous regarderiez et pourquoi ?

J'ai regardé parce que c'est des bouquins mais je préférerais " Apostrophes " peut être aussi parce que j'étais plus habituée, peut être aussi j'aime pas trop PPDA, j'ai pas encore vu suffisamment cette émission pour en parler. J'ai peut être regardé une fois et encore mon souvenir est assez vague.

FR : " Apostrophes " !

Oui, j'aimais bien, je regardais toujours.

FR : Mais ça passe toujours, vous en parlez au passé, ça n'a pas remplacé Ex-Libris, ça passe le vendredi.

Mais pourquoi je suis allée chercher que ça passait plus moi ! Toujours avec Pivot, ça c'est marrant alors, ah non je sais parce que j'ai changé de vie et le vendredi soir à cette heure là je ne peux plus regarder la télé, voilà pourquoi. C'est vrai que depuis quelques mois, vous voyez je suis dans cet appart, je suis séparée, y'a eu des tas de changements, ce qui fait que le vendredi soir je suis jamais chez moi, je regardais même plus le programme, c'est peut être pour ça que j'ai pensé que c'était supprimé, voilà ! Mais sinon je regardais.

R : La 1ère, j'aime bien PPDA, par contre je détestais Madame Ockrent, elle m'énervait, j'aimais pas cette bonne femme, sa façon d'annoncer, j'aime mieux PPDA.

#### **g) la contagion d'un goût par un autre**

F5

J'aime bien les films de fictions... c'est le côté fictif qui m'intéresse.

F12

R : Stade 2. Ben oui ça on regarde parce que c'est l'ensemble des sports, Pierrot aime bien regarder ça, oui on regarde les résumés, on aime bien quand même le cyclisme, le sport automobile, l'ensemble quoi, ça nous donne les résultats de tous les sports.

F9

Alors non, ça non plus. C'est ça les téléthons, j'aime pas. Ah d'accord c'est les téléthons de " Champs-Élysées " C'est le samedi soir, j'aime pas, qu'est-ce que c'est ?

- Des chansons

- J'aime pas trop les chansons

F10

Le journal en 6 minutes de M6 ?

J'aime bien parce que c'est court, j'aime les trucs courts. Surtout le matin pour te mettre un peu au courant, quelque chose de très rapide.

Q : le journal de la 5 ?

(H) Moi j'aime bien le gars qui le présente, Guillaume Durand. Je connais pas suffisamment, c'est un des rares journalistes, peut être pas objectifs car il n'y en a aucun qui soit vraiment objectif, mais qui soit capable d'aller chercher quand il a un invité, d'aller le chercher complètement. Je pense que les autres n'ont pas cette indépendance, beaucoup plus complaisants. C'est ça qui m'attire dans le journal de la 5.

#### **h) la comparaison d'un jugement à un autre**

PM4

Son avis de recherche, c'était pas terrible, y'en a des mieux.

F3

Les matchs de foot m'intéressent à la télévision, moins que le rugby mais enfin ça m'intéresse.

F6

PPDA. Je pense que ça doit être intéressant aussi, c'est similaire à " Apostrophes ".

La Une : elle est moins bien que la 5 en tant que chaîne de divertissement.

MM1

Q : Sur TF1, " Avis de Recherche ". Avec Charles Aznavour ?

R : (F) Avis de recherches, on le regarde. Souvent, (H) c'est pareil y'en a qui sont mieux les uns que les autres. Et là par exemple, avec Aznavour, que j'aime bien mais je trouve que l'Avis de Recherche a pas été sensationnel, on a vu beaucoup mieux. On avait vu, avec Jean Lefebvre, j'ai trouvé que c'était formidable, mais enfin on regarde, on connaît un peu Aznavour et puis il cache pas mal de petites choses lui, il veut pas tout dire.

Je vais vous dire ce que je vais regarder ce soir, ça va être les dossiers de l'écran, c'est peut être pas folichon mais c'est mieux que les autres !

MM2

Je trouve que Champs-Élysées, c'est pas que Drucker est plus fort que les autres, il sait bien conduire son émission aussi, ça vole un petit peu plus haut que Carnaval, comment il s'appelle, Sébastien ! On le trouve un peu moins fort que Drucker, je trouve. (F) Il se défend, en tant qu'imitateur en plus, il y tâte sérieusement.

F10

(F) Les pièces de théâtre, rarement bonnes. Y'a eu toute une série sur Guitry sur la 3, alors que d'habitude sur la 3 c'est le mercredi je pense, j'aimais bien regarder les pièces qui y'avaient, y'a eu des séries de pièces qui étaient bien mais Guitry non.

(H) Je dirais que Guitry ça commence à vieillir.

(F) C'était un mercredi soir Ariane Mnouchkine, y'a pas longtemps. C'était très très bien. Mais Guitry, le sujet lui-même non.

Cette comparaison des valeurs intrinsèques des émissions, des présentateurs, des acteurs, etc. est la forme la plus active du jugement : on ne s'appuie pas sur des définitions de ce qui est bien, sur des critères mais sur des étalons, sur des repères auxquels on peut comparer une prestation. Ce type d'argumentation reste interne à la télévision et nécessite une certaine culture télévisuelle : tout peut servir de références à ces jugements lorsque l'on va chercher dans l'histoire de la télévision. Ce jugement sans critère explicite est malgré tout échangeable car il sort du seul goût personnel ou du caractère conjoncturel de la pratique : à condition de partager l'univers de référence commun, il est possible de débattre de la validité de la comparaison, à partir de ce point de repère. C'est donc une opération de généralisation qui est la forme la plus fréquente dans les conversations télévisuelles, qui peuvent cependant se dérouler sans référence, rappelons-le, à des critères mais seulement à un point de repère.

#### **i) la contagion d'un jugement par un autre**

F13

R : " Champs-Élysées ", oui c'est bien. Oui ça c'est pas mal.

Q : Pourquoi vous la trouvez bien cette émission ?

R : Parce qu'il y a là des acteurs qui sont bien, y'a Alain Delon, Goldman, Lenormand, etc. Les autres je ne les connais pas tellement.

R : Si j'aime bien le truc Ben-Hur, là c'est bien, ça oui. Y'a de bons acteurs, y'a Coluche, Serrault, Paul Préboist, oui ça c'est bien.

Q : Le théâtre de Guitry.

R : Une paire de gifles, Daniel Gélin il est bien, il est dans Marc et Sophie, j'aime bien regarder.

R : Ex-Libris. Non d'abord c'est des acteurs que je connais pas. Je regarde quand y'a des acteurs que je connais.

MM2

Q : Et sur TF1, " Avis de recherches " avec Aznavour ?

R : Oui ça c'était bien. Y'a de très bons Avis de recherches. La dernière fois l'Avis de recherches à Annie Cordy, c'était formidable. Et puis je vais vous dire sincèrement, c'est tellement pénétrant qu'on arrive à chialer !

Q : Le théâtre à la télévision, vous aimez bien ?

R : On a vu hier soir, avec les deux cocos, ils avaient changé de femmes , c'était formidable, c'est tellement bien joué , y'a des bons acteurs attention au théâtre !

Q : Vous préférez le théâtre ou les films ?

R : J'aime bien un film attention, un beau film j'aime bien. Enfin un théâtre qui est bien joué c'est très bien, avec des acteurs comme Amarande, Jean Le Poulain, c'était des acteurs, c'est pas de la rigolade.

La partie pour le tout ou le tout donc la partie, telle semble être la procédure utilisée dans le cas du jugement qui contamine un autre : là encore, le jugement ne s'argumente pas mais s'hérite, si l'on peut dire. Dans tous les cas, il apparaît que le jugement, pour se formuler, doit faire appel à des références autres dans l'univers de la télévision et de ce qui lui est associé (ou que la télévision associe), théâtre, cinéma, show-business. Des valeurs d'un des ces univers peuvent être facilement transférées à l'univers de la télévision et servir de ressources pour mettre en forme ses jugements. La distinction entre ces univers devient d'ailleurs elle-même très difficile à faire.

### 3. Les sorties du cercle de la télévision dans l'argumentation

Passer de sa pratique à son goût ou à un jugement, c'est toujours situer son argumentation dans le champ de la télévision. Or, les pratiques, les goûts et les jugements ne se forment jamais en référence seulement à cet univers : d'autres appartenances, d'autres circonstances et d'autres principes valables au-delà de la télévision viennent directement interférer en permanence. Ces "ressources extérieures" sont utilisables dans le cours de l'argumentation et deviennent des points forts, qui suffisent à justifier tout le discours précédent.

Nous avons privilégié jusqu'ici les argumentations qui ne nécessitent pas le recours à des pratiques, goûts, ou jugements forgés dans d'autres univers. Il est important de noter que l'on peut discuter et argumenter son opinion sur la télévision sans sortir des références qu'elle s'est elle-même créées : la comparaison et la contagion sont deux procédures permettant de tourner "en rond", dans l'ilot "télévision". C'est réaliser au mieux son statut de téléspectateur entièrement pris dans l'univers du média, c'est aussi sans doute se laisser prendre entièrement dans l'univers de l'enquête elle-même où l'on est mis précisément avant tout en position de téléspectateur. Ce que L. Sfez appellerait sans doute un "tautisme". Cette fusion réciproque du message et du récepteur, et cette clôture des arguments au sein des mêmes références, inquiète pourtant les programmeurs comme les annonceurs qui sont toujours persuadés qu'il doit bien exister une "raison" aux comportements des téléspectateurs, sous-entendu une raison non télévisuelle, une raison "en béton" sur laquelle il serait possible de faire se combiner des variables, de découper des segments de population.

C'est pourquoi les pratiques pourraient être rapportées à des "budgets-temps", les goûts à des appartenances socioculturelles, et les jugements à des valeurs universelles ou tout au moins dominantes. Chacun de ces aspects du "dit-du-téléspectateur" est utilisé de façon

prioritaire par divers médiateurs (respectivement, les annonceurs, les programmeurs et les politiques). Mais rien n'est moins sûr : rien ne prouve que cette mise en cause possède un quelconque fondement malgré la capacité toujours renouvelée des statisticiens à rendre des " comptes " sur ces causes extérieures à la télévision. Cette opération ne marche que grâce à la capacité de réduction et d'oubli formidable qui se met en œuvre à chaque " opération " de connaissance et qui est inévitable. Notre enquête fournit une photographie d'un autre genre, plus proche de l'auto-référence, qui paradoxalement souligne le succès complet de la télévision. Il faut s'interroger sur cette recherche des explications des comportements télévisuels à l'extérieur de la pratique de la télévision et nous le ferons encore un peu plus nettement en examinant les cas où l'argumentation ne parvient pas à s'enclencher.

Pour rassurer tous ceux que ce raisonnement à la mode autistique inquiète, nous pouvons montrer qu'il existe aussi des argumentations enracinées à l'extérieur de la télévision. Nous avons établi trois modes de sorties de l'univers de la télévision dans l'argumentation :

- les pratiques sont expliquées par des contraintes provoquées par le milieu ;
- les goûts sont expliqués par des univers d'appartenance (extérieurs à la télévision) ;
- les jugements sont expliqués en référence à des principes supérieurs communs.

Ces trois modes de sortie de l'univers de la télévision ne permettent pas pour autant nécessairement que les arguments soient échangeables, qu'ils deviennent des critères de jugement de la télévision, et plus particulièrement du service public : c'est cependant le cas dans les jugements appuyés par des références aux principes supérieurs communs. Dans tous les cas, les informations que nous recueillons ici ne fournissent pas des causalités (une pratique effectivement expliquée par les contraintes du milieu par exemple) et diffèrent entièrement d'un sondage : nous ne nous intéressons en effet qu'à la causalité que se créent les locuteurs en parlant et nous ne supposons aucunement qu'elle soit en lien avec les explications de type statistique.

Les pratiques expliquées par des contraintes, provoquées par le milieu :

RM4

Q : Vous ne regardez pas non plus à la télévision les résultats du loto, du tiercé, du tapis vert ?

R : (H) Ben, ne jouant pas... (F) On ne les regarde pas parce qu'on ne joue pas, il se trouve des fois qu'on a regardé les infos, qu'on a envie de regarder le film et que ça se passe entre les deux, on est devant on va pas regarder mais la télé va être allumée. (H) Ceci dit le dimanche soir quand tu sais que tu as, à la fois le loto sportif et un certain nombre d'autres choses, ça nous arrive de baisser la télé sachant qu'il y a un certain nombre de choses qui vont être présentées qui ne nous intéressent pas. (F) En gros si on avait la télécommande, je crois qu'on arrêterait. Là on a un peu la paresse de se lever pour aller éteindre. (H) On baissera le son.

Q : Sur Canal +, football Saint-Étienne/Monaco ?

R : (H) J'ai jamais regardé un match de foot à la télé. (F) Moi non plus, j'en ai vu des extraits mais jamais volontairement j'ai regardé un match de foot.

Q : Et quelles sont selon vous les raisons pour lesquelles vous regardez le tennis et pas d'autres sports ?

R : (H) Parce que ça a été très à la mode à un moment donné, ça correspond à une période de l'année où on avait un peu plus de temps pour regarder la télé vers le mois de mai.

Ça m'arrive jamais de mon plein gré de regarder " Champs-Élysées " le samedi soir, ça m'arrive quand je suis chez mes parents, que je suis plantée devant la télé et que j'ai pas autre chose à foutre, chez moi ici jamais.

F10

Q : Vous avez TF1, A2, FR3. Quand ça passe en clair Canal +.

(F) Non. Il faudrait juste mettre.

(H) Non on peut pas le recevoir, l'émetteur de Lorient n'est pas assez puissant.



Q : Regardez-vous les bandes annonces des programmes à la télé ?

R : (H) Non. Quand on est devant la télé et que ça passe. (F) On va pas précisément pour les regarder, on peut les voir.

Q : Est-ce que vous jouez à domicile ?

R : (H et F) Non, on regarde rarement ce genre de truc. Si vraiment que les gamins ont branché dessus, oui c'est ça, volontairement on regarde pas. Y'en a qui sont amusants, en ce moment dessinez quelque chose avec Laffont, faut vraiment que la télé soit allumée pour qu'on la regarde. Comme c'est le coin où il y a aussi la cheminée et qu'en ce moment on se met au coin du feu, oui c'est ça, faut vraiment arriver dessus.

Téléfilm américain, connais pas, les téléfilms, pas a priori de gros intérêts donc faut vraiment être crevé et vouloir ne plus penser à autre chose pour regarder ça.

C'est pas l'unanimité à la maison, si j'étais tout seul je mettrais la 5.

RM1

À partir d'une certaine heure je regarde plus parce que le lendemain matin il faut se lever, y'a des émissions quelquefois qui m'intéresseraient mais elles sont trop tard.

Comme à ce moment là, je garde une petite, c'est l'heure du repas de la petite, c'est l'heure que la maman vient la chercher, donc en principe je ne regarde pas à cause de l'heure.

Q : Ex-Libris sur TF1.

R : (Mère) Premièrement l'heure c'est trop tard, dans la semaine je me couche assez relativement de bonne heure, déjà pour ça je regarderais pas. Faut se lever le matin.

RM2

Si je suis là, je jette un coup d'œil comme ça mais je m'intéresserais pas spécialement à ça. Je mettrais pas spécialement la télé pour regarder ça.

PM2

À la maison je ne regarde pas car je fatigue un petit peu Mais lorsque je vais chez des amis à midi, je regarde volontiers " Tournez manège ". Ce sont déjà des amies d'un certain âge qui sont nettement au-dessus du mien. Que ça amuse beaucoup.

Et vous pas trop ?

Non.

PM1

Happy days, série américaine.

A priori, non. Si j'étais malade... je sais pas.

F1

Regarder l'après-midi et le soir, ça fait trop, ou c'est vraiment que je suis malade. Je ne regarde jamais la télévision l'après-midi, sauf si je suis malade.

PM4

Je prends France Soir. C'est surtout pour avoir des journaux pour mon petit chien, il fait pipi sur un journal, quand il pleut ou que je ne sors pas.

F4

Je ne regarde pas particulièrement ces émissions, il m'est arrivé de tomber dessus.

F5

J'aime bien les animaux mais je suis pas un passionné, quand j'allume le poste, si je tombe dessus, mais je vais pas ouvrir spécialement le poste de télévision pour regarder.

F6

Dans la journée ma femme elle est branchée surtout la 5, quand elle est là on regarde surtout la 5, les feuilletons. Elle en dévore en grosse quantité.

F12

La 6 on peut pas l'avoir, c'est l'altitude.

Quand je suis vraiment mordue par un débat je reste quand même un petit peu mais pas jusqu'à la fin, c'est trop tard, je m'endors.

Cette dimension des " circonstances " est un mode de sortie du cercle télévisuel que l'on retrouve en permanence : c'est en effet une dénégation du choix, que l'on reporte sur des contraintes plus ou moins fortes du milieu. Nous employons délibérément le terme de milieu car le téléspectateur se présente comme un élément d'un environnement dans lequel il a même du mal à s'individualiser. Lorsque les horaires et la pression du sommeil sont invoqués, c'est souvent une façon de donner la preuve que la maîtrise, la sélectivité ou la bonne volonté culturelle, sont vite vaincues par les impératifs quasi végétatifs, essentiels à l'exercice des autres fonctions humaines ! Le " public disponible " qui intéresse tant les programmeurs est bien une réalité qui va au-delà du temps contraint du travail : ce public a un conjoint, des enfants, de la fatigue, un logement, une santé, etc. qui peuvent devenir des causes d'indisponibilité. Mais ces mêmes causes peuvent aussi bien l'entraîner à regarder des programmes non " désirés " : il tombe dessus, ce sont les autres qui regardent, etc.

On conçoit que cette sortie du cercle télé de l'argumentation nous ramène encore un peu plus dans le particulier et qu'il soit difficile d'échanger sur des critères de ce type et d'en faire les bases d'un jugement commun sur la télévision. Pourtant, les conversations sur les obstacles posés par les horaires tardifs sont parmi les plus courantes (et les plus stéréotypées aussi : " J'aurais bien regardé... mais c'est trop tard. ") Le magnétoscope remettra peut-être en question ce stéréotype !

Les goûts personnels sont renvoyés à des goûts forgés ailleurs à travers des univers d'appartenance

" Non, je n'aime pas le foot, par contre il m'arrive de regarder les matchs de rugby. Quand il y en a le dimanche après-midi, j'aime ça parce que c'est de chez moi, je suis des Landes. " (F4)

Première illustration qui nous donne l'occasion de réintroduire la complexité de l'argumentation. Plusieurs dimensions sont mobilisées en même temps : argumentation par comparaison rugby-foot, passage d'un registre de goût (" J'aime pas ") à un registre de pratique (" Je regarde ") et explication du goût par son univers d'appartenance (" Je suis des Landes ").

MM2

Je suis déjà un ancien mais je suis un fervent de Bourvil, de Funès, c'est peut être pas très cultivé comme truc mais j'aime beaucoup l'humour qu'on nous repasse, avec Jean Gabin, Ventura, ça c'était des acteurs.

Y'en a des fois, excusez-moi l'expression, " qui font la gueule ", ils n'ont pas été sélectionnés, y'a des bonnes femmes ou des messieurs qui sont un peu distants, c'est le pauvre type qui est cultivateur qui vient là et puis il gagne, heureusement les gars de la campagne il faut pas toujours les prendre pour des diminués.

Ah téléthon, c'est pas cette année ou y'a deux ans, j'ai appelé deux fois et à la troisième fois je les ai eus immédiatement, j'avais fait un don de cent francs, c'est pas grand chose mais bon, c'est quand même pénétrant, moi qui suis dans le bain, je sais ce que c'est.

Je le regarde quand même parce que c'est un fait certain, j'ai de la famille vraiment riche et ils sont obnubilés par le pognon, celui qu'en a, c'est des cousins, ils regardent toujours Santa-Barbara parce que il y a toujours une histoire de pognon là-dessous.

Je vais vous dire, je suis catholique, il faudrait pas trop se brancher sur des films qui ont attiré au lit, je trouve ça irrespectueux.

Moi j'écouterai les informations régionales. Parce que ce qui se passe dans le département et tout ça, on l'a immédiatement. C'est important.

(H) Sur le plan national, on donnera pas l'accident qu'il y a eu à Trivou, ça m'intéresse de savoir ce qui se passe dans ma région.

Drucker c'est un gars du pays, son père était docteur à Vire, son frère n'est pas directeur de la 2, je trouve que Champs-Élysées, c'est pas que Drucker est plus fort que les autres, il sait bien conduire son émission aussi.

Je vais vous dire sincèrement, c'est tellement pénétrant qu'on arrive à chialer ? (F) Dernièrement là, y'a un mois et demi j'ai retrouvé une dame qui était réfugiée chez mes parents pendant la guerre, ils devaient venir au mois de janvier et son mari a eu un cancer foudroyant, ils sont pas venus, 45 ans après, c'est touchant, ben moi je vois ça dans l'Avis de recherches.

Vous savez y'a des moments, étant personnellement diminué, j'évite de regarder des émissions médicales trop pénétrantes. L'autre jour y'avait une émission sur l'adoption, j'en ai regardé un bout et j'ai arrêté parce que ça me faisait mal, quoi.

F3

C'était un scandale. Je suis dans la partie sportive, là une émission pareille sur TF1, c'est un peu dommage.

F4

Non, je n'aime pas le foot par contre il m'arrive de regarder les matchs de rugby. Quand il y en a le dimanche après-midi, j'aime ça parce que c'est de chez moi, je suis des Landes.

FR3 : c'est la chaîne régionale; c'est leur diffusion régionale et journal du soir, je trouve ça très bien, je n'habitais pas Paris, j'habitais la province, c'était intéressant de regarder des infos qui sont intéressantes au niveau régional.

F5

On regarde plus spécialement les choses sur la mer, because... je suis né au bord de la mer, c'est une façon de s'accrocher à ses racines premières... La mer pour les uns, la terre pour les autres, et une combinaison des deux comme pour nous. De temps en temps on a

besoin d'un peu d'oxygène et d'air pur vu qu'à Paris, c'est pas terrible, c'est bien de se prendre son bol d'air facilement.

F1

Q : Qu'est-ce que tu penses des candidats que tu vois à la télé ?

R : Y'a deux possibilités pour moi, c'est pour le plaisir de jouer et également jouer pour gagner. Ils ont peur, c'est expressif sur leur visage aussi. Je connais un peu, c'est dans mon domaine.

F13

Je n'aime pas tellement ce genre de film, je n'aime aucun film violent, film de guerre et tout ça, on en a assez vu, pendant la guerre c'était déjà pas aussi marrant, alors revoir toujours pareil.

R : Ben oui, faire tous les kilomètres à pied, c'est ce qui se faisait dans notre jeunesse, qu'il y avait le marché, les fermiers allaient mener leurs bêtes au marché à pied, y'avait pas de camions pour les transporter, ils faisaient tout le trajet à pied. Si j'aime bien le truc des animaux mais la chasse je n'aime pas ça. C'est pas moi qui ira les tuer.

MM 1

Il restait deux Miss, Miss Aquitaine et Miss Normandie, pas de chauvinisme, pas parce qu'elle était de mon pays, je sais même pas d'où elle était, mais elle me plaisait beaucoup mieux, je disais ils vont quand même pas mettre Miss Aquitaine et ils ont mis Miss Aquitaine, si j'avais su j'aurais téléphoné, c'est peut être ma voix qui aurait compté. (F) Oui c'était dans un mouchoir qu'ils ont dit.

Nous suivons en général. (H) On suit les informations régionales, on les suit de 7h10 à 7h25, le premier quart d'heure, ils donnent tous les gros titres, si vous voulez on s'y intéresse tout particulièrement parce qu'il y a des choses qui se sont passées chez nous, on est encore plus intéressé, si vous voulez les évadés de la prison de Mendes, on a regardé ça dans les journaux, on a regardé à la télé, le soir quand on nous a dit y'a des évadés à la prison de Coutances, ça c'est chez nous, ça nous a marqués davantage, dans l'ensemble c'est des gars qui purgeaient une peine beaucoup moins longue, beaucoup moins dangereux que ceux de Mendes mais ça nous a touchés beaucoup

plus. Le lendemain on a vu qu'il y avait un hold-up à Flers, on a fait le rapprochement tout de suite, on fait déjà notre enquête, la voiture a été retrouvée à Caen, parce que c'est chez nous. Dans les actualités régionales y'a quand même des choses qu'on connaît. (F) Ils passent des fois dans la journée, mais c'est parce qu'on est pas là, sinon ça nous intéresse, c'est dans notre région.

Q : D'où ça vient cette passion ?

R : J'ai joué au foot étant jeune et puis j'ai été à des matchs, même à Granville, j'aime le foot.

Q : Et madame aussi ?

R : (H) Elle est obligée de regarder, elle a pas le choix la pauvre femme.

Oui on l'a regardé. Parce que c'était spécial téléthon d'une part, mais on le regarde, on aime Michel Drucker, y'a un rapport quand même avec le présentateur. On est certainement couillons, on est chauvins quoi.

D'ailleurs nous, toutes nos promenades qu'on fait quand on sort, c'est pour voir la nature, principalement, c'est pourquoi on est proche des écolos, on va en montagne, qu'est-ce qu'on photographie le Mont-Blanc, quand on va en vacances on a vécu dans la nature, on cherche pas les villes, à partir du moment où on pouvait s'en éloigner, on s'en éloignait. Et ça cette nature, on aime bien la retrouver à la télévision.

F7

Football ! Je me sens pas trop concernée par le foot. Chez nous quand c'est un match de volley et que mes filles font du volley, on regarde ; on peut regarder un match de tennis mais on n'aime pas trop le football.

Ces extraits d'entretien illustrent suffisamment les multiples façons d'accrocher un de ses univers d'appartenance (car nous ne sommes que des faisceaux de relations) à celui de la télévision. Des goûts formés ailleurs peuvent aussi être présentés comme arguments pour expliquer son goût télévisuel. Est-ce à dire qu'ils témoignent d'un **lien**

**entre pratique culturelle d'un côté et pratique télévisuelle de l'autre ?** Ces extraits d'entretien ne permettent pas de le dire car nous nous situons dans l'ordre de l'énoncé d'une part et dans celui du goût d'autre part, c'est-à-dire en dehors de toute causalité statistique basée sur des enregistrements de comportements non verbalisés et au-delà des pratiques déclarées.

Le goût introduit une distance à sa pratique comme nous l'avons déjà montré, il en est déjà une forme d'explication : la cause des pratiques que se donnent les acteurs se trouve être l'existence de goûts formés ailleurs, dans d'autres univers. Mais ces goûts extérieurs à l'univers télévisuel ne sont pas nécessairement liés à des pratiques : on aime revoir des images de sa région natale parce que précisément on n'y retourne plus, on aime voir du tennis parce que sa fille en fait (une double médiation : le goût forgé ailleurs et l'influence du milieu)<sup>12</sup>. Il est cependant possible de tirer quelques enseignements de ces entretiens qui éclairent les liens entre pratiques culturelles et pratiques télévisuelles :

Il ne s'agit que d'une partie très limitée des explications possibles de la pratique télévisuelle.

La proximité culturelle vis-à-vis d'un thème, d'une émission voire d'un animateur peut tout autant jouer que la distance culturelle pour expliquer le goût pour un programme.

Les observations recueillies sont souvent paradoxales : on était proche (à une époque) mais on est justement éloigné : la télévision agit donc par procuration et de ce fait peut renforcer la dispense de pratique culturelle.

La médiation du goût est essentielle pour comprendre le lien avec un goût télévisuel voire avec une pratique : il faut que la pratique se soit " sédimentée " (quitte à ne rester qu'à l'état d'empreinte, sans pratique réelle) pour qu'un goût se soit formé et qu'il puisse retentir sur la pratique télévisuelle.

---

<sup>12</sup> Rappelons encore une fois que l'on parle ici... pour causer ! C'est-à-dire pour contraindre les acteurs à trouver des causalités à leurs comportements mais que cela n'a pas nécessairement de rapport avec un mode de recherche de la causalité par interrogation statistique.



Du point de vue du programmeur, l'enregistrement ou l'observation des pratiques culturelles actuelles ne possède guère de vertu stratégique. On ne déduira jamais l'intérêt des matches de football télévisés de la courbe de fréquentation des stades ou du nombre de licenciés, même si le football est le principal sport en France. C'est plutôt l'état des goûts déclarés qui peut servir de repère à un niveau de contrôle, plutôt effectué a posteriori ou en cours de programmation, alors que dans une stratégie prospective, ce sont des tendances socioculturelles complexes qui doivent servir de repères globaux.

Le choix des réalisations précises peut s'appuyer, dans le cadre de ces tendances plus globales, sur un suivi régulier d'un état de l'opinion, d'un " état des passions " dirions-nous, à travers de multiples réseaux d'information et non à travers une unique technique d'enquête. En dernière instance, c'est la capacité des programmeurs et des réalisateurs à sentir les tendances des goûts contemporains qui sont essentielles. Il serait d'ailleurs particulièrement intéressant d'étudier les techniques mises en œuvre par ces professionnels pour assurer cette connexion, techniques qui vont bien au-delà de l'étude quantitative, qui supposent un investissement personnel ainsi qu'un pari. Il faut échouer souvent pour parvenir à s'accorder finalement avec une tendance des goûts contemporains et il faut aussi admettre que le programmeur ou le réalisateur peut se trouver momentanément déconnecté du flux culturel contemporain : aucune technique ne peut suppléer à une régénérescence personnelle.

Nos entretiens à l'évidence n'étaient pas construits dans l'optique d'un recueil de ce type de corrélation entre pratiques culturelles et pratiques télévisuelles : ils suggèrent néanmoins que ce sont des indicateurs de goûts qu'il serait plus utile de construire au-delà des indicateurs de pratiques. Cette cartographie des goûts possède cependant un caractère statique (d'ailleurs pertinent car les goûts ne bougent pas si rapidement) qui doit être corrigé par l'instauration d'un système de " capteurs de courants socioculturels " qui ne se résument pas à la lecture de la presse ou à la collecte de sondages aussi sophistiqués soient-ils. Il existe à notre avis des lieux spécifiques où peuvent être entendus, recueillis les tendances nouvelles des goûts et d'autres où l'on peut repérer les tendances plus lourdes.

Les jugements sont référés à un principe supérieur commun, valable au-delà du " jugement télévision " et permettant de guider son opinion dans d'autres domaines :

#### MM1

C'est des gens qu'on a l'habitude de voir en télévision et tout ça, ça nous permet de mieux les connaître et de savoir ce qu'ils ont vécu, on dit tient c'est des gens " qui on mangé de la vache enragée ", " qui ont réussi à la force du poignet " parce qu'ils en voulaient, tels que Lefebvre, Hossein, tu vois que c'est des gars qui ont réussi vraiment par une certaine volonté, ils sont pas arrivés là tout seul.

#### MM2

(H) Celui qui plane quand même un peu sur sa personnalité, ses connaissances, je crois que c'est Drucker. (F) Foucault il a commencé à vendre des briquets, pour le voir arrivé comme il est, c'est quand même, moi je dis faut le faire. (H) Faut beaucoup de doigté, de dialogue et d'arrondir les angles quand ils sont un peu carrés. (F) Pour moi ils sont tous égaux pour amuser les gens comme ils font, faut le faire.

(H) Y'a quelque chose je trouve quand même dans tous les jeux télévisés, au point de vue sujet pour gagner ou bien pour perdre, les perdants ont vraiment des fois rien du tout, parce que quand vous avez un instituteur là le soir, y'en a qui gagnent beaucoup d'argent à partir du moment où ils ont le bonus tu vois, puis ils ont le gros cadeau, une voiture ou autre, y'a des gens qui partent quand même avec 120 000 francs, je trouve que le pauvre malheureux qui est à côté, qui était d'un niveau intellectuel un peu moins haut, il se trouve avec un quid, y'en a qui gagnent et qui disent je fais cadeau de ceci au malheureux... qui n'a rien si vous voulez, y'en a qui en aurait encore moitié plus, il n'en aurait pas encore assez, je trouve pas ça élégant, le perdant il devrait avoir au minimum une prime de... 5 000 francs, à partir du moment que le gagnant passe 100 000 francs.

F13

R : La Roue de la Fortune, oh oui je regarde.

Q : On en a déjà parlé toute à l'heure, vous m'avez dit que vous ne trouviez pas juste que les autres reviennent.

R : Et puis y'a pas que moi. J'en ai parlé avec pas mal de monde, ils trouvent ça injuste, y'en a qui gagnent des millions, qui le même soir vont tout gagner et alors au 5 lettres, s'ils ne gagnent pas, ils reviennent le lendemain, alors que d'autres malheureux qui n'ont rien du tout gagné. Moi je trouve que c'est à ceux qui n'ont rien gagné de revenir, de tenter leur chance, mais celui qui en a déjà eu, pas toujours le tour au même. Qu'on vienne une fois et laisser la place aux autres. Enfin moi je m'en fiche parce que je n'irais pas, mais enfin pour ma part je trouve ça comme ça.

F9

Là y'aurait moyen de fournir plus de choses, de diversifier le goût des gens pas pour faire de l'éducation avec la télé, mais pour qu'ils voient d'autres choses et qu'ils peuvent se dire tient aussi ça peut être intéressant, du coup ça ouvre les horizons au lieu de les fermer tout le temps avec les mêmes présentations stéréotypées. On ne montre pas suffisamment de beaux spectacles, dans ce sens là, à la télévision, si on prend le théâtre, l'opéra. C'est trop rare. Ça devrait pour que la culture soit à la portée de tout le monde. On choisit après de regarder ou pas. Dans ce sens-là on en n'a pas le choix, voilà.

F13

J'aime le reportage. C'est instructif. Il y a des images d'une qualité extraordinaire, un commentaire d'un niveau formidable. et je dirais même que je rentrerais le dimanche soir pour voir ces émissions.

F9

Non je ne regarderais pas ça. C'est une sorte de vie privée qui regarde le chanteur ou la star dont il est question, puis qu'on veut faire partager au niveau émotionnel à tout un tas de gens qui vivent par procuration, toutes ces retrouvailles, c'est pas mon truc. Non plus !

RM3

Q : Qu'est-ce que vous pensez de ce type d'actions (Téléthon etc.) ?

R : C'est bien ceux qui peuvent participer, ça aide beaucoup parce que les gens souvent il faut leur rappeler un petit peu, c'est bon de faire une journée comme ça.

Bien sûr c'est toujours important d'être au courant de ce qui se passe dans sa région.

Le problème de la télé c'est le problème de communication, les enfants on s'en aperçoit pas mais ils regardent les dessins animés, disons que ça peut empêcher aussi la communication entre parents et enfants.

F10

Ce sont des émissions qui attirent les gens je crois qu'il faut pas se leurrer sinon ça existerait plus. On fait beaucoup miroiter le gain, c'est comme au tiercé, y'a plein de gens qui jouent, y'en a peu qui gagnent. C'est presque indécent pour toute une catégorie de téléspectateurs qui sont chez eux, qui auraient envie d'avoir tous ces biens matériels.

L'appel à un principe supérieur commun ne signifie pas que l'on parle d'autre chose que de la télévision : il s'agit seulement de mettre en forme son jugement au nom de principes qui gouvernent des jugements dans d'autres sphères. Ces principes ont une valeur générale, peuvent prétendre être partagés. Ils sont donc communicables, discutables parce que supposés partagés.

Nous avons surtout noté quatre types d'argumentation faisant appel à des principes supérieurs communs :

- *la performance professionnelle, le " métier ", le savoir-faire*

" C'est bien, ce sont vraiment des professionnels qui font ça. "

La qualité de l'émission ou de la chaîne ou du présentateur n'est pas seulement appuyée par des expressions du type : " Ils sont bons " mais par une dimension de compétence professionnelle. On peut juger le métier : l'art de se rattraper dans toutes les situations pour les présentateurs, la qualité de l'image pour d'autres émissions (" C'est très bien filmé. "). On pourra contester la prétention de chacun à juger sur ces critères techniques mais cela n'aura aucun intérêt : il faut

au contraire souligner que le rapport à la télévision s'inscrit alors dans un schéma classique d'échange entre métiers, qui fait que l'on peut juger son collègue, son boulanger, au nom de la performance, de la compétence –sans pour autant savoir faire le pain– et non seulement au nom de sa proximité, de la sympathie qu'il suscite, etc. Nous pouvons alors aboutir à admettre des contradictions comme nous le verrons plus loin : on n'aime pas ce présentateur ou cette émission mais on reconnaît " qu'il est très fort ", que " c'est très bien fait " etc., en développant plus ou moins son jugement sur le mode de l'évaluation technique entre initiés. Ce mode de jugement redonne en fait à son auteur une position d'égalité (de professionnel à professionnel, de métiers différents), en raison du fait même que l'on admet que la télévision n'est pas " sa " télévision mais la télévision faite par d'autres. On admet l'échange des contributions, au-delà de l'affrontement des goûts.

C'est au nom de la performance professionnelle que l'on évalue la cohérence d'une programmation par exemple : si l'on veut dépasser la simple réclamation, qui consisterait à se plaindre de ne pas voir la suite de tel feuilleton, il est possible de se grandir en portant un jugement de contre expert : comment des programmeurs compétents peuvent-ils ignorer qu'en mettant le jeu " Des chiffres et des lettres " à 18 heures, une grande part du public n'est pas encore rentrée du travail ? La critique de la programmation peut ainsi devenir une démonstration de l'incompétence professionnelle des programmeurs, ce qui la transforme totalement par rapport à la frustration personnelle initiale qu'elle était censée exprimer. Le courrier des lecteurs est, rappelons-le, un vecteur beaucoup plus adapté pour cette mise en œuvre de principes supérieurs communs.

*- la justice*

L'adhésion des téléspectateurs aux jeux a toujours été jugée consternante par toute l'intelligentsia, de la même façon que l'on juge le tiercé comme le symptôme même de l'aliénation. Or, en suivant l'hypothèse, à notre avis fort stimulante de Paul Yonnet, il conviendrait plutôt de mettre l'accent sur l'espace civique ainsi créé, sur la représentation d'un certain modèle de la démocratie et de la

justice et sur l'art de ruser avec son propre destin, avec ses espoirs, qui se manifeste dans ces jeux.

Les jugements recueillis sur les jeux, toujours très nombreux, que l'on retrouve aussi dans le courrier des lecteurs, montrent que les téléspectateurs n'adhèrent pas seulement au spectacle mais qu'ils en analysent les règles et qu'ils peuvent les juger au nom d'autres principes. L'espoir du gain les mobilise mais sans plus d'illusion que cela : il y a une réelle " participation " (" On a toujours un favori. ") mais cela n'occulte pas tout le souci de faire respecter les règles. Les jeux télévisés comme représentation de la démocratie, des principes de justice et d'égalité des chances sont sans doute des moments d'épreuve civique très importants : la substance du jeu (ou son thème ou son caractère " éducatif ") n'est pas tant en cause que sa forme.

Cette dimension de la justice qui permet de comparer son destin et celui des autres, se retrouvera encore dans le jugement sur les " vedettes " de la télévision, sur leurs trajectoires, sur ceux qui sont partis de rien. La télévision met en scène en permanence le rêve démocratique de l'égalité des chances : il est alors possible d'en débattre, de mettre en œuvre des critères de jugement qui ont valeur bien au-delà de la télévision elle-même.

*- la morale*

Qu'il s'agisse de l'argent présent à la télévision ou des scènes érotiques ou violentes, les jugements moraux sont très fréquents mais rarement aussi véhéments qu'on pourrait le croire : chacun déplore ces excès, chacun sait qu'il gagne par avance l'accord de l'interlocuteur mais parmi les personnes rencontrées, il n'y a guère de combattants pour la moralisation de la télévision. Les critères pour exercer une éventuelle censure sont en effet difficiles à établir et chacun craint les conséquences de ses choix sur ses propres goûts. Les émissions aussi unanimes que le " Téléthon " n'échappent pas non plus aux critiques, beaucoup plus limitées cependant, qui mettent en cause l'intervention de la télévision dans des domaines qui relèvent de l'action publique : la télévision peut en effet parfois prétendre devenir une autre forme de mobilisation du contribuable.

Plus largement, l'institution télévision peut se croire devenue le héraut de la démocratie voire même son seul lieu d'exercice véritable, grâce au lien permanent qu'elle maintient avec les téléspectateurs (pourtant très imprécis). La condamnation prononcée qui critique cette prétention dépasse alors la morale pour viser le principe même de représentation des téléspectateurs et sa valeur civique : nous y reviendrons en étudiant les divers liens qui sont mobilisés par la télévision.

*- l'acculturation*

La télévision peut être évaluée à sa capacité à apporter la culture à ceux qui en sont démunis ou encore à faire s'exercer les capacités de chaque téléspectateur : " C'est bien, ça nous fait travailler la cervelle. " Ce principe pédagogique est important à noter parce qu'il fait le substrat de tous les jugements cultivés sur la télévision. Il est aussi partagé par beaucoup de téléspectateurs : tout ce qui nous apprend, tout ce qui nous exerce est bien. Mais ces jugements valorisent alors des émissions ou des genres entièrement différents : " s'exercer la cervelle " n'est jamais la version noble de la valeur éducative ou pédagogique de la télévision. Il est certain que l'unanimité peut être plus facilement obtenue autour d'arguments de ce genre qui sont alors particulièrement " monnayables " dans le débat : ils n'ont, " comme le montrent les chiffres d'audience ", que peu de rapports avec des pratiques effectives. Mais il faut savoir qu'un débat public sur la télévision se trouvera nécessairement orienté dans ce sens et qu'il trouvera même des échos dans la bonne volonté culturelle de tous les téléspectateurs qui continueront à parler cependant de tout autre chose sous les mêmes termes.

Habitudes, choix impossible et impuissance explicative

Après avoir fait le tour des développements les plus complets de l'argumentation, au sein du cercle télé qui tend à l'auto-référence, puis au-delà vers des repères extérieurs à la télévision, il nous faut revenir sur les cas où aucun de ces mouvements ne s'amorce, cas finalement

très fréquents et qui manifestent le caractère de forçage de notre méthode d'enquête.

De nombreuses argumentations se trouvent rapidement dans l'impasse lorsque l'explication donnée relève de l'habitude, de la routine, du réflexe, de l'humeur, du hasard, de " l'allergie ", etc. Il est quasiment impossible de verbaliser ce qui relève plutôt d'un niveau quasi physique, d'une incorporation telle de la télévision que l'on ne peut " en sortir ".

F10

C'est ça qui m'attire dans le journal de la 5.

(H et F) Mais le réflexe n'est jamais de mettre la 5.

PPDA j'ai plutôt envie de l'étrangler qu'autre chose. C'est une réaction très instinctive de ma part.

F9

Je suis vraiment habitué à Télérama et j'irai jamais acheter un autre truc.

Je regarde pas assez souvent pour avoir des habitudes.

RM1

Ma femme tous les soirs elle regarde son film, à 8h30 je me couche, je lis mon journal, 9h-1/4 je dors. À 4h le matin je suis réveillé, je suis prêt à partir au boulot. C'est comme ça.

Le journal télévisé on regarde sur la Une, on a toujours regardé sur la Une, je sais pas pourquoi. (Mari) Dans le temps y'avait que 3 chaînes, c'était Mourousi, et j'sais pas comment... on était habitué à regarder sur la Une.

Je ne vais pas regarder tous les jours, ça m'arrive de changer.

En principe c'est le journal TF1 qu'on regarde.

Q : C'est parce que c'est le présentateur que vous aimez bien ?

R : (Mari) C'est une question de routine. (Mère) C'est parce qu'on a été habitué à regarder TF1, c'est la routine, ça m'est arrivé quand on



avait la 2 d'avoir regardé quelque chose avant sur la 2 et de rester sur la 2. On est habitué comme ça.

RM2

Vous faites plus confiance en la 2 qu'en une autre chaîne ?

R : Ah non, ça c'est suivant plus mes goûts et mes humeurs. Moi, c'est quelquefois un fantasme.

À 19h, je regarde Top Modèles. J'ai mes programmes précis.

F1

Je regarde quand ça me prend.

F5

Si on me propose les infos de la Une, je ne les regarde pas. Personnellement j'ai pris l'habitude de pousser le bouton de la 2.

F6

Q : Qu'est-ce qui vous plaît dans ce genre d'émissions ou qui vous plaît pas ?

R : Lui, je ne sais pas, déjà c'est physique.

F7

Ceci dit, on a des habitudes au niveau de la télévision, on regarde systématiquement " Apostrophes ".

Q : Et pourquoi votre choix se porte sur la 2 alors ?

R : C'est peut être un peu lié aux animateurs, au présentateur, y'a de fortes personnalités, Ockrent c'est une forte personnalité. C'est peut-être une habitude au niveau du présentateur.

Ces expressions sont toujours le signe d'une inscription profonde de la télévision dans les temps de la vie quotidienne, inscription analogue à celle des objets techniques les plus usuels qui ne parlent plus et qu'on ne parvient même plus à faire parler, alors qu'ils sont le produit de toute une histoire. Défaire tout le cheminement complexe qui conduit à un choix ou à une habitude, c'est précisément nier ce qui

fait le choix télévisuel et l'habitude, à savoir cette impossible dissociation d'avec la télévision. Nous ne soulignons pas ici une nouvelle version de l'aliénation télévisuelle mais seulement la très grande banalisation de la " vie-avec-la-télé " : toute demande de verbalisation donne paradoxalement à la télévision une importance beaucoup plus grande que celle qu'elle peut avoir lorsqu'elle est entièrement moulée, incorporée à la vie quotidienne en permanence. On baigne dans la télévision, ce qui n'a jamais signifié que l'on s'y noie : mais lorsqu'on est comme un poisson dans l'eau dans sa télévision, comment voulez-vous essayer d'imaginer le monde sans la télévision, c'est-à-dire en sortant de l'eau pour se regarder et pour en parler ?

L'habitude ou le hasard peuvent aussi glisser du bain télévisuel à la présence-absence que nous avons déjà évoquée ailleurs en décrivant des téléspectateurs à la fois dépossédés et dépassionnés. Nous n'avons pas vraiment rencontré d'expressions typiques de ce modèle dans nos entretiens mais il faut souligner l'incapacité absolue où se trouvent ces " zombies ", comme nous les appelions, à formuler un jugement.

Les habitudes limitent déjà singulièrement la possibilité de déboucher sur un jugement mais il est encore des discours qui ne peuvent en aucun cas entrer dans une tentative d'explication quelle qu'elle soit.

RM3

J'ai pas l'habitude de m'exprimer, de faire passer mes sentiments à parler comme ça.

On arrive à se contredire à la force de parler.

F9

Je peux pas vous dire au juste, si ça se trouve y'a des choses intéressantes, je sais même pas. J'ai pas le temps de regarder à cette heure-là, je suis pas intéressée par ça, j'ouvre jamais la télé à ce moment là, je peux pas en parler, je connais pas.

Faut dire que j'ai vu rarement, j'ai du mal à avoir une opinion là-dessus la télé n'étant pas allumée à cette heure là, j'ai du mal à répondre.

J'ai pas encore vu suffisamment cette émission pour en parler.

Q : M6, comment la définiriez-vous ?

Je peux pas dire, je sais pas, je regarde pas, je n'ai même pas d'image. Aucune image.

RM1

Y'a des candidats qui répondent drôlement. Des fois, j'ai l'impression, je sais pas comment expliquer ça !

Q : Ce film, " Providence " ?

R : (Mère) Je peux pas en parler parce que j'ai pas la 2. Les programmes de la 2 je les passe parce que je pourrais rien vous dire là-dessus.

PM 4

Je ne regarde pas. Je ne sais pas quoi vous dire.

Q : " Providence " sur A2 ?

R : Je ne l'ai pas regardé non plus. J'ai sûrement regardé autre chose.

Q : C'est le type de film qui ne vous dit rien ?

R : Non, ça ne me dit rien.

Q : Pouvez-vous me dire pourquoi (!!!).

R : Non.

F3

M6, non. Je ne peux pas répondre à la question, je ne sais pas ce que ça vaut.

F5

TF1 : autant c'était facile de définir pour les autres, autant c'est difficile... je ne trouve pas. Elle est ce qu'elle est, seule et unique et comme je ne la regarde jamais, de toute façon...

" On ne sait pas pourquoi " et même l'habitude n'a pas à être appelée à la rescousse pour donner un semblant d'argument. Cette situation

est plus fréquente qu'on ne le croit, rappelons-le, et la verbalisation de son goût ou de son jugement sur la télévision est un exercice qui doit être provoqué (dans la famille, dans les groupes professionnels ou encore par l'enquêteur) mais qui ne débouche pas nécessairement. On peut ainsi saisir la différence entre l'évaluation de la télévision, qui porte sur des jugements exprimés d'une façon ou d'une autre, toujours plus ou moins contrainte par la situation, et la mesure d'audience qui peut s'abstenir de toute verbalisation : ces téléspectateurs ont de toutes façons leur poste allumé, dire qu'ils le regardent est déjà plus difficile et dire ce qui se passe dans la réception est quasiment impossible dans la mesure où l'on ne peut y avoir accès à travers une quelconque verbalisation.

Les deux raisons les plus fréquentes pour expliquer cette impuissance à expliquer sont la difficulté à s'exprimer ou plus souvent le fait qu'on ne regarde pas, qu'on n'a même jamais vu, qu'il est dès lors impossible d'avoir une image quelconque et encore moins de porter un jugement. Notons que ce critère " avoir vu pour juger ", qui fait tout dépendre de la pratique va à l'encontre de la plupart des jugements tranchés, qui peuvent ne pas être basés sur une pratique, qui parfois se fient à des opinions émises par ailleurs, qui généralisent à partir d'un indice (ex : " c'est un téléfilm américain de toutes façons. ") proposé par les revues de télévision, etc.

#### Gérer les contradictions de son discours

Nous avons déjà aperçu à travers certains fragments du discours sur la télévision que l'argumentation pouvait mettre en œuvre de multiples ressources et parfois de façon croisée (pratiques, goûts, jugements.) Ces croisements peuvent aussi conduire à se retrouver dans des situations inextricables où les contradictions s'accumulent, parfois à son insu. Ces contradictions nous permettent de souligner à quel point le débat public sur la télévision débouche difficilement sur une discussion dite " rationnelle "<sup>13</sup> : Le problème reste toujours de fournir le principe d'équivalence ou les règles de la traduction entre :

---

<sup>13</sup>, que personne n'a jamais connu d'ailleurs, autrement qu'à travers les modèles idéaux d'un Habermas !

- des pratiques toujours conjoncturelles (malgré leur éventuel caractère routinier) ;
- des goûts qui sous-tendent plusieurs de ces pratiques mais qui sont toujours particuliers ;
- et des jugements qui prétendent universaliser sur des critères communs.

Qu'il s'agisse des sondages, des mesures d'audience, des débats politiques sur l'audiovisuel ou de nos interlocuteurs dans les entretiens, le problème est identique. Chacun travaille avec sa méthode à argumenter le lien, l'équivalence qu'il pourrait y avoir entre ces registres. Tous butent rapidement sur des contradictions difficiles à soutenir. À partir des entretiens, nous avons listé ces divergences internes au discours sur la télévision, contradictions qu'il serait possible de relever avec d'autres méthodes ou dans d'autres formes de discours beaucoup plus " officiels. "

1-" Je porte pas de jugement mais j'aime pas. "

F11

On ne les voit pas parce que si par hasard, en allumant, on tombe sur un jeu, on change tout de suite de chaîne. Cela dit on porte pas de jugement sur eux, on n'a vraiment pas envie de faire ça. C'est pas notre truc.

2-" C'est pas bien mais j'aime. "

RM4

Q : Sinon vous n'avez pas à propos de la télévision des désaccords ?

R : Si parce que moi je préfère regarder les merdes que d'autres et lui aussitôt que c'est un peu distraction ça l'énerve. J'aime bien regarder des merdes de temps en temps, je le revendique. Il aimerait regarder que les informations, les débats politiques machins, je suis désolée mais y'en a marre, j'aime bien regarder des merdes de temps en temps, c'est comme ça.

PM3

Sur M6, le journal en image, j'aime bien. Dans les heures d'écoute où moi je peux regarder les chaînes privées, c'est quand même pas terrible.

F3

J'aime bien même si c'est un sport à fric.

MM2

Un Laurel et Hardy, c'est idiot mais ça me plaît, parce que j'ai rien à chercher.

3- " C'est bien mais j'aime pas. "

F10

J'aime pas PPDA. Donc toutes les émissions qu'il fera même si elles sont très bien, j'aime pas ce mec-là c'est tout.

F9

Je trouve que c'est peut être bien, mais en plus de l'heure, c'est trop documentaire sur des machins, c'est lent, c'est des choses qui m'intéressent pas trop, trop. C'est peut être pas mal, je trouve que ce genre d'émissions c'est bien pour se documenter sur la chasse aux mouflons etc. mais ça m'intéresse pas de savoir... ça non.

PM2

Il y a de bonnes choses mais elles me plaisent moins.

F4

Je ne crois pas que je le regarderai car j'aime bien le théâtre au théâtre. Derrière l'écran de télé, le théâtre perd beaucoup de sa qualité. Ceci étant c'est bien qu'il y ait du théâtre à la télé car il y a des gens qui ne vont jamais au théâtre parce qu'il ne le peuvent pas et le fait d'en avoir un peu à la télé, c'est bien.

4- " C'est pas bien mais je regarde. "

RM4

Ça m'arrive jamais de mon plein gré de regarder Champs-Élysées le samedi soir, ça m'arrive quand je suis chez mes parents, que je suis plantée devant la télé et que j'ai pas autre chose à foutre, chez moi ici jamais.

F10

Je dirais je me fous royalement de savoir quels ont été les copains d'enfance d'une vedette, ce serait encore les miens je dis pas, mais d'une vedette, il s'habille comme les autres, qu'on lui foute la paix, oh c'est une bonne pub pour lui d'accord, je dirais pour nous aucun intérêt.

(F) Je pense que l'audimat doit être important !

(H) Quoique les copines de Mireille Mathieu, si elles sont aussi tartes qu'elle, ça vaut peut être le coup de le savoir, ce serait vraiment du cas exceptionnel !

F9

Q : Avez-vous déjà participé aux jeux comme candidats ou comme spectateur ?

R : Aucun jeu. Je ne pourrais même pas vous dire ce qu'il y a comme jeux, de temps en temps j'ai eu l'occasion de jeter un oeil parce que... je regardais un jeu complètement idiot, complètement crétin.

RM2

Je regarde le programme, je dis c'est con y'a rien, lequel qu'on choisit parmi les navets.

F3

J'ai plutôt tendance à regarder les chaînes nationales mais bien souvent c'est aussi minable que les autres.

F5

A2 : je n'irai pas dire beaucoup de bien... mais c'est celle que je regarde.

F12

Q : Vous ne regardez pas la 5 ?

R : Si, ça m'arrive, c'est pas que c'est d'un niveau intellectuel très élevé mais c'est pas grave, ça m'amuse quelquefois. Faut prendre ça comme une détente, pas s'en mettre plein la tête, si j'ai envie de regarder un western tant pis ça m'est bien égal, je regarde un western, ça me gêne pas.

MM2

Le soir quand on est fatigué, je regarderais facilement un film mais complètement idiot, où y'a rien à suivre, où y'a que des petits trucs pour rire

5- " J'aime mais je regarde pas. "

F9

Non je regarde pas non plus, mais je trouve ça marrant Arsène Lupin, mais je regarderais pas. C'est le genre de petite émission que je pourrais aimer éventuellement, je regarde pas je veux dire.

PM4

Q : Le théâtre de Guitry, sur FR3.

R : Si j'aime bien. Surtout Daniel Gélín je le connais, j'ai mangé pas mal de fois à sa table. Je ne cherche pas à regarder.

F12

Alors ça je le regarde pas, c'est trop tard. J'aimerais bien pourtant.



6- " Je n'aime pas mais je regarde. "

PM2

C'est pas ce qui m'intéresse le plus, mais à l'occasion si ma télévision est allumée je la laisse tout de même.

7- " C'est bien mais je ne regarde pas. "

RM4

Les pièces qu'on voit à la télé sont d'un registre bien précis. C'est toujours du théâtre de boulevard que tu n'aimes pas forcément. (H) Mais même de très bonnes pièces, je ne les regarderais pas facilement à la télé.

F10

Ca, ça fait partie des films qui passent sur A2 le dimanche soir et quelque chose comme ça, Ciné-club, je me dis je reste parce que ce sont des classiques, des bons, on arrive rarement à tenir le coup à cette heure-là. Si le titre nous dit rien, Alain Resnais on connaît quand même, c'est que c'était trop tard.

PM2

Les sports ne sont pas de mon domaine. Ça me fatigue. Je regarde cinq minutes mais je n'en fais pas une soirée. Je reconnais que les émissions sont bonnes et qu'elles intéressent grand nombre de personnes.

Je n'aime pas beaucoup. On insiste parfois sur des images pas très belles... sur des cadavres ! Si ça dure un peu trop longtemps, j'arrête.

Q : C'est une rediffusion, vous regardiez avant ?

R : Non, très peu. Par tocade, il m'arrive d'en suivre deux, trois, mais j'arrête vite même si l'émission est bonne.

La difficulté d'argumentation apparaît quand il faut expliquer ses propres contradictions mais on s'en contente finalement facilement, on " fait avec ". Par contre, l'argumentation peut ne pas parvenir à se développer lorsque l'" on ne sait pas trop ". Notons que l'exercice du jugement, au-delà de ses goûts conjoncturels ou de sa pratique

peuvent conduire à rechercher une cohérence tout à fait " artificielle ", dans la mesure où pour s'exposer, le jugement doit prétendre à la cohérence. Or, la relation à la télévision n'est jamais de l'ordre du choix " raisonné " : comme le montrent ces extraits, on peut apercevoir ses contradictions et être incapables d'en sortir, en restant hésitant devant l'avis à donner en fin de compte.

FR : On va continuer dans les petites fiches (présentation des fiches d'émissions : ici Reporters).

Je sais pas, je connais pas.

FR : C'est le vendredi soir ou le samedi midi.

Je connais pas, je peux pas dire.

FR : Regarderiez-vous ?

Je regarderais, le premier truc ça m'intéresserait pas, le deuxième truc, la jeunesse chinoise cinq mois après oui je regarderais peut être encore que c'est peut être idiot car j'ai entendu dire qu'il y avait des choses pas mal là-dedans.

FR : Vous disiez que vous regarderiez pour la deuxième partie de l'émission ?

Éventuellement oui. Mais je crois quand même que je regarderais pas. Parce que c'est tard, parce que la jeunesse chinoise cinq mois après, oh si, je regarderais peut-être, voilà.

RM2

Les meilleures informations c'est la 2 et la 5.

Q : C'est quoi des bonnes informations ?

R : Je trouve qu'ils sont beaucoup plus détaillées sur la Une. La 5 aussi, c'est vrai que leur journal la 5 est pas mal. Y'a toujours un homme politique ou quelqu'un qui est invité souvent et la 2 aussi je préfère, souvent les informations sur la 2.

Je trouve pas grande différence entre la Une et la 2. (Fils) Peut être un peu moins de films sur la Une. (Père) Ah sais pas, y'a deux films maintenant le dimanche ! Hier on a regardé la Une, donc y'a pas moins de films, moi je trouve qu'elles se ressemblent étrangement les deux, c'est bizarre pour une privatisée, je trouve que non, je parle du soir parce que dans la journée, par contre la Une est mieux, je regarde

souvent la 2 parce que je regarde les sports, mais le samedi après-midi la Une est pas mal, y'a des choix de films et tout ça.

PM2

Q : Est-ce que vous faites une différence entre TF1 et A2 .

R : Non pas si grande. Une petite je prendrais tout de même TF1 en priorité, mais ça dépend des émissions, elles se valent en somme. La publicité au milieu d'un programme me dérangera toujours, que ce soit l'une ou l'autre. J'aime bien la publicité quand même mais pas au milieu d'une émission, en général elle est bonne, " Lustucru " notamment et d'autres...

RM1

Ça dépend y'a des candidats où leurs questions sont bien, d'autres qui sont pas bonnes, c'est mon opinion !

F13

Q : Vous regardez Champs-Élysées ?

R : Je regarde plutôt Patrick Sébastien, je regarde Champs-Élysées de temps en temps, mais en principe je regarde Patrick Sébastien, c'est gai, mais l'autre aussi, je peux pas dire que c'est mal mais on peut pas regarder les deux à la fois. Quand y'a une publicité, je mets sur l'autre chaîne bien vite, alors j'en profite un petit peu, c'est dommage que c'est tous les deux le même soir.

Q : Vous préférez quand même Patrick Sébastien ?

R : Oui j'aime bien son émission, j'aime bien Michel Drucker aussi, j'aime bien les deux mais je sais pas, j'aime bien regarder Patrick Sébastien.

La relativisation et la négation du choix

Face aux risques de contradictions et à la difficulté à argumenter que rencontrent nos interlocuteurs à travers notre exercice, il est parfois prudent de faire machine arrière et de ne pas trop s'engager : l'incertitude gagne celui qui prononce son jugement. Mis en demeure de verbaliser, tout se passe comme si le locuteur mesurait le poids de ses paroles, objectivait son avis et ne voulait pas prendre le risque

d'une opinion. On sait que dans les sondages d'opinion les non-réponses sont toujours les populations les plus intéressantes car elles révèlent l'arbitraire (inévitable) du cadre proposé par l'enquête. Dans notre étude, la volonté de relativiser son jugement ou de considérer que tout avis (qui est assimilé à un choix et même à un vote) est incertain et sans valeur, montre bien les limites d'une problématique du jugement dans la représentation des téléspectateurs. On peut avoir une pratique de la télévision mais souhaiter qu'elle ne soit jamais soumise à objectivation ou à explication. On atténue dès lors la portée de son jugement, on veut à tout prix conserver le caractère particulier de son avis alors que l'exercice pousse de fait à prétendre à l'universalité.

Nous retrouverons ce problème dans la conscience de l'existence d'une opinion majoritaire ou même de goûts minoritaires : l'idéal démocratique se transforme en modèle de non-intervention, de non-opinion au nom de la sauvegarde des opinions des autres. L'opinion publique construite par les media et par les sondages vit de cette impossibilité d'avoir une opinion autorisée, qui se trouve valorisée au nom d'un principe de tolérance mais qui dans le même temps rend vains tout débat et toute expression.

RM4

On peut ne pas aimer le genre, la variété mais je crois qu'à l'intérieur du genre émission de variété, Champs-Élysées est une émission de qualité.

RM3

J'aime bien la télé qui apprend quelque chose, enfin pas tout le temps bien sûr. (F) Les variétés aussi de temps en temps.

Je n'aimais pas tellement Ockrent, elle était un petit peu strict, c'est l'apparence qu'elle me fait. Mais elle est pas forcément comme ça.

Moi je joue au football, mais je peux me passer de voir un match pour voir une autre émission.

PM1

Tous ces journaux de télévision ne sont que des journaux "imbéciles", c'est genre France Dimanche ou France Soir. Peut-être pas, mais c'est mon avis.

Cette relativisation de son goût et de son jugement peut même atteindre la pratique et rendre impossible toute motivation du choix : au nom de quoi sélectionner l'un plus que l'autre ? Et sous sa forme inversée : Pourquoi porter un jugement négatif sur l'un ou l'autre puisqu'on peut toujours aller voir ailleurs ? Finalement, le problème principal n'est-il pas qu'il est impossible de choisir parce tout est mauvais ou parce tout est bon ? Pourquoi dès lors se livrer à ce jeu du jugement quand, dans d'autres conditions et pour un léger changement de facteurs, on pourrait aussi bien regarder la première chaîne que la deuxième, Sébastien que Drucker ?

Enfin, le choix se résume parfois à une sélection par défaut, tout le reste n'étant pas digne d'intérêt mais sans pour autant pouvoir être critiqué explicitement. On peut encore regarder des émissions, des films que l'on n'aime "pas tant que ça", que l'on ne juge "pas si bien que ça" etc. Cette dimension de l'absence d'objection est essentielle pour les programmeurs et se retrouve dans les entretiens : elle souligne à quel point c'est l'état conjoncturel de l'offre qui va définir les raisons du choix. Le programme le moins contestable "peut dès lors facilement passer à la trappe face à un programme tout aussi incontestable mais qui a pris le risque d'être un peu plus "attirant". Il est dès lors impossible de bâtir une stratégie sur la représentation des téléspectateurs à partir de leurs jugements lorsque les jugements sont en fait des non-choix, des relativisations ou encore des choix par défaut.

RM3

C'est pareil y'a tellement de films, le problème c'est de regarder tous les films aussi ! C'est pour ça, le jour où on aura quinze chaînes, je ne sais plus ce qu'on pourra dire, on va tourner fou, on a acheté un magnétoscope, je sais pas comment on pourra faire pour voir tous les films, on pourra pas.

RM1

Q : Il y a quelque chose qui vous a motivé pour regarder ça ?

R : Je me rappelle plus. Ça dépend de ce qu'il y avait sur les autres chaînes, c'est-à-dire qu'il y avait certainement rien qui m'intéressait sur les autres chaînes.

F1

Q : On va continuer. Champs-Élysées Spécial Téléthon ?

R : Non je regarde pas du tout ça. Si y'avait vraiment rien sur les chaînes j'aurais regardé.

PM 4

Q : Sur la 5, le magazine " Reporters ".

R : Ça m'arrive, quand y'a rien d'autre, que je tombe dessus.

F 6

Q : Ça, est-ce que vous regardez.

R : C'est le genre de film que je regarde si je n'ai pas de choix à côté. C'est pas le genre de film que je regarde, s'il y avait une émission scientifique à côté, j'hésiterais pas.

F7

Je sais que je n'aime pas les films violents, quand je vois un film violent, je vais sur une autre chaîne et c'est tout.

Je lis toujours le courrier des lecteurs, y'en a que c'est bien, d'autres que c'est mal, moi je trouve une chose, quand ça me plaît pas moi je regarde une autre chaîne et puis c'est tout. Pas besoin d'écrire, y'a assez de chaînes pour avoir le choix.

F13

Moi quand ça ne me plaît pas, j'appuie sur le bouton à côté, et puis c'est tout, je regarde une autre chaîne, j'ai pas de critiques à leur faire, ils font ce qu'ils veulent et moi je regarde ce qui me plaît et puis c'est tout.

MM2

Ce qui serait bien c'est quand ils nous mettront un petit carré de la Une, un petit carré de la 2, enfin faut pas se fatiguer trop non plus, ça arrive à être fatigant.

Q : Sur FR3, le théâtre de Guitry.

R : Non pas beaucoup, vous savez c'est assez complet en première et en deuxième, si on veut se balader.

J'aime bien parce que c'est le soir et qu'il n'y a pas grand chose ailleurs.

Q : Est-ce qu'il y a une chaîne, un animateur ou une émission auquel vous êtes ou avez été particulièrement fidèle ?

R : Celui qui me plairait un petit peu moins, qui est un petit peu plus sophistiqué, ce serait Foucault ; Sabatier aussi, j'aime bien malgré qu'il y en a qui ne l'aime pas beaucoup, mais disons mon préféré c'est Drucker quand même. (F) Moi là je ne dis rien parce que je les aime tous, ils ont tous leur chance. (H) Celui qui plane quand même un peu sur sa personnalité, ses connaissances, je crois que c'est Drucker. Pour moi ils sont tous égaux pour amuser les gens comme ils font, faut le faire.

Q : La 5 et la 6, vous n'aimez pas trop vous.

R : Je vais vous dire sincèrement, même si c'était gratuit, si on avait un poste qui pourrait l'avoir, je ne sais pas si on changerait nos idées de programmes parce que ça fait beaucoup de choses à voir, pour faire un choix c'est pas commode, alors il faut se limiter à trois chaînes pour moi personnellement.

Malheureusement on est obligé de continuer à suivre les nominations des chaînes, 1ère, 2ème et 3ème. L'ordre est comme ça, c'est-à-dire, c'est quand même la 1ère qui plane un petit peu plus sur la 2ème, et la 1ère et la 2ème planent un peu trop sur la 3ème. Que je trouve.

MM2

On regarde beaucoup les jeux télévisés, Intervilles pareil, moins maintenant tout ça dépend du programme qui nous est présenté. (F) La Roue de la Fortune on la regarde parce que c'est de bonne heure, aussi l'autre, les Chiffres et les Lettres, mais la Roue de la Fortune on

est rentré toujours pour la regarder, alors là on enclenche aussitôt, Questions pour un champion, le journal de FR3, les actualités régionales mais on peut pas attendre que ce soit fini car l'autre reprend à 25, enfin tout le principal des actualités régionales est fait et alors là on change de chaîne, de la 3 on repasse à la Une.

MM1

Non je pense que je regarderais pas, tout ça dépendrait de ce que j'ai sur les autres chaînes, parce que je fais mon choix suivant ce qu'il y a. On va pas toujours où on veut !

Policier on regarde ça quand y'a pas autre chose. Maigret, tout ça, faut pas qu'il y ait autre chose.

Je vais vous dire ce que je vais regarder ce soir, ça va être les Dossiers de l'écran, c'est peut être pas folichon mais c'est mieux que les autres !

Petit intermède sur la complémentarité des programmations

Les espoirs mis dans la complémentarité pourraient trouver un écho dans ces extraits d'entretiens. Mais nos interlocuteurs évoquent plutôt un non-choix toujours possible (!), c'est-à-dire une option (sans choix motivé) quelle que soit la qualité du programme proposé : il existe toujours une solution pour rester devant la télévision, que les programmes publics soient complémentaires ou non. Si l'on regarde la télévision et non une émission, il est toujours possible d'aller voir ailleurs, même lorsqu'il y a chevauchement ou redondance, d'autant plus que l'on peut évidemment aller voir en dehors du service public.

La complémentarité répond sans aucun doute à des critiques, déjà évoquées précédemment, qui auraient pu viser la programmation, critiques qui ne s'expriment sous cette forme que dans certains contextes, comme nous l'avons dit. Prendre à la lettre ces critiques en leur proposant une programmation complémentaire, c'est ignorer que l'on a à faire à des formes convenues du débat sur la télévision, formes convenues que nous cherchons ici à décrire. Mais l'idée de la complémentarité suppose aussi le choix du téléspectateur



s'organise sur la base de goûts pour des genres. Or, nous l'avons vu, il est fort peu probable que l'on puisse seulement argumenter des jugements présentés en termes de genres. Les programmeurs ont d'ailleurs pour règle de contrer la concurrence avec les mêmes produits (avec un " plus ") et non d'opposer les genres. Enfin, la dimension " service public " de la complémentarité est sans aucun doute un bon argument du point de vue de l'image des chaînes en question mais elle ne rencontre pas nécessairement d'écho dans les catégories logiques des téléspectateurs qui n'identifient guère quelque chose comme " un ensemble service public " (à l'exception de ceux qui le font en référence à un modèle idéologique très marqué).

L'effet de ce type d'initiative de complémentarité ne peut se faire sentir que dans des indices autres que ceux de l'audience, car cette démarche relève d'une autre logique que celle de la programmation traditionnelle, qui a fait ses preuves dans le " savoir maximiser l'audience ". C'est plutôt dans les indices de satisfaction ou dans des indicateurs du jugement sur le bien-fondé de l'action du service public que cette mesure peut avoir des effets. Or, on le sait, les chaînes publiques restent comme les autres dans la sphère des annonceurs, dominée par la mesure d'audience, et ne peuvent (encore ?) prétendre développer un principe d'évaluation différent. Pourtant, manifestement, l'opération " complémentarité " relève d'une logique de la cohérence du service public, d'un souci de la diversité sociale qui appartient à un autre modèle de référence que celui de l'audience, qui, lui, vise la majorité. La majorité n'est pourtant pas un principe qui peut être ignoré par le service public : le modèle de la diversité des publics segmentés peut certes être légitime mais il n'est pas le seul pour représenter le principe supérieur commun d'un service public de l'audiovisuel et il est, en tous cas, perdant à coup sûr lorsqu'il s'aventure dans la sphère de l'audience ! On se retrouve, en fait, face à deux modes traditionnels de traitement de la diversité sociale et de convention, c'est-à-dire de façon de réaliser un certain universel politique :

- a) établir un modèle de référence, en l'occurrence ici celui légitimé par effet majoritaire, et demander aux autres de s'y rallier,
- ou
- b) dénier tout modèle de référence et proposer que les diversités se côtoient.

Dans les deux cas, on cherche à rassembler et à produire de l'universel mais selon deux visées politiques différentes. Majorité ou segmentation-complémentarité ne sont pas cependant ici les termes d'un débat seulement politique mais se traduisent par des enjeux marchands et apparaissent déjà dans la division du travail entre les chaînes à vocation " généraliste " et celles à vocation " spécialisée ". La mesure d'audience elle-même, selon les modes de calculs qui sont faits à partir d'elle, peut privilégier des modèles majoritaires ou des modèles spécialisés.

#### **4. Les armes de l'argumentation**

Alors que nous avons montré de nombreuses situations où les jugements se défont, ne tiennent pas, n'émergent pas comme tels ou sont pris dans leurs contradictions, il faut aussi souligner qu'il existe des méthodes pour donner un poids supplémentaire à son argumentation, pour la soutenir. Lorsqu'il s'agit d'énoncer un jugement, il est important de lui donner une portée plus large que la situation qui l'a fait naître et qui reste toujours conjoncturelle, localisée et peu transférable dans d'autres contextes.

- C'est mon opinion et je la partage.

Les jugements qui parviennent à se faire admettre comme des arguments non plus individuels ou conjoncturels mais à vocation universelle gagnent en poids argumentatif. Ainsi, le courrier des lecteurs fait souvent appel à la mise en scène d'un collectif : " Nous sommes plusieurs à... ", " Je ne suis pas le seul. ", " Notre amicale... " etc.

Dans les discours recueillis lors de notre enquête, il est beaucoup plus rare de rencontrer cette façon de se grandir : les renforts mobilisés rhétoriquement sont alors, soit très localisés (" ma femme aussi "), soit au contraire très généraux (" tout le monde "). La situation d'enquête ne permet pas ou ne provoque pas la mobilisation de cette ressource : on se trouve toujours en face d'un spectateur singulier qui ne parle que d'un point de vue particulier.

Pourquoi ne peut-il se sentir obligé de se grandir alors qu'il le fera dans la situation du courrier des lecteurs ? À notre avis, le fait que l'enquêteur se soit déplacé est déjà suffisant pour qu'il considère que son point de vue sera entendu : cette assurance, qui n'existe pas dans le cas du courrier des lecteurs, le met déjà en état de grand, de représentant, comme petite portion d'un échantillon. Ce point est important à souligner pour rappeler que tous les sondages autorisent les téléspectateurs à ne pas émettre de jugement, à ne pas se situer du point de vue du bien commun. Au contraire, la situation de sondage les incite à rendre compte du particularisme de leurs pratiques, malgré la formulation des questions qui peut porter sur des problèmes d'intérêt général. Les interviewés peuvent tout à fait accepter cette situation qui les rend déjà "représentatifs" même s'ils aimeraient parfois en dire plus. Le travail de généralisation, de mise en équivalence de ces jugements particuliers, est fait par la société de sondage. Elle devient la seule capable de faire accéder ces atomes de déclarations au statut d'opinion publique.

RM2

C'est pas que je leur fais pas confiance mais enfin ça m'est déjà arrivé de remarquer qu'il y'avait une mauvaise critique et que le film me plaisait. (Le fils) Souvent dans Télé Star (Le père) Je suis pas le seul à le dire.

PM3

Parfois le nom des acteurs, d'un présentateur, peut influencer sur le fait que vous regardiez.  
Le nom des acteurs, oui, car il y a des acteurs comme tout le monde que je préfère.

PM4

Le Tapis Vert je ne trouve pas intéressant. Je ne connais pas beaucoup de personnes dans mon entourage qui jouent à ce jeu.

F5

Arsène Lupin c'est marrant, c'est un petit peu comme gentleman cambrioleur, c'est vieillot, le voleur qui ne vole que les riches. Tout le monde aimerait au moins une fois dans sa vie voler d'une façon aussi subtile. Ça me déplairait pas.

F6

Je m'arrange pour avoir fini de manger à 20h, quoi. J'aime pas louper un journal télévisé. C'est sacré pour moi, pour beaucoup de personnes qui s'informent pas par la presse.

Le présentateur y fait aussi, chacun a ses têtes, j'aimais bien Bruno Masure.

Les Reporters... C'est très intéressant cette émission. Y'a pas que moi, ma femme aussi on ne le loupe pas ce Reporter.

Le Bébête show, j'aimais bien, c'était distrayant, ça permettait de faire une caricature des hommes politiques tout ça et tout... Je pense que beaucoup de gens doivent regarder ça.

F7

Effectivement on avait envoyé avec ma mère de l'argent. C'était des émissions émouvantes qui avaient sensibilisé les gens.

F6

Les Dossiers de l'écran, y'en a qui sont bien et d'autres où on ne comprend rien en fin de compte. Bien souvent c'est pas des réponses franches, c'est un peu évasif, des mots scientifiques... Ils ne tranchent pas assez... Ce n'est pas adapté aux téléspectateurs, ils n'en savent pas plus à la fin de l'émission qu'à la fin du film quand on n'a pas compris. Bien souvent les réponses sont incohérentes, les questions pas finies... On laisse les gens sur leur faim.

- Attention , cette opinion est chargée...

À l'opposé de ce recours à des alliés, l'argumentation peut demeurer dans le registre du particularisme tout en se chargeant

émotionnellement : on gagne alors de la force en s'investissant dans son jugement, en lui donnant une dimension passionnée. Le jugement est alors tranché, le goût est intense, la pratique fidèle ou " sacrée ". Le vocabulaire change alors nettement et suffit à produire l'effet de force de l'argument : dire " c'est intéressant " et " j'adore ça " ne suscite pas la même démonstration par la suite. De même, " je n'aime pas ça " et " j'ai horreur de ça ". Notons que l'emphase passionnelle peut porter sur les jugements (sur la valeur intrinsèque du produit : " c'est un scandale "), sur le goût (" je supporte pas ") ou sur la pratique (" je ne raterai ça pour rien au monde ").

RM4

Les jeux télévisés en plus, je veux dire, d'une part je trouve ça ridicule à vomir, je me vois mal dans ce genre de situation, les gens sont complètement ridicules dans ce genre de situation, déjà les jeux sont bêtes, les gens sont ridiculisés donc pour rien au monde je ne participerais à ce genre de truc.

C'est vraiment un truc que je trouve puant.

Ça débouche beaucoup trop sur un système de pitié que je déteste et que je nie.

S'il y a une émission avec Cavada je vais pas la regarder parce qu'il me sort par les trous de nez.

Qu'est-ce que j'en ai à foutre de comment était Charles Aznavour quand il était petit, j'en ai vraiment rien à cirer et en plus avec Sabatier !

F11

Deux heures moins le quart avant Jésus-Christ.

On regarde pas, parce que c'est un film de Jean Yanne, que j'ai dû le cataloguer au moment où il est sorti comme un truc nul à chier. En plus Jean Yanne il est insupportable, faudrait que je sois malade, alitée et même qu'on me paie.

RM1

Moi j'ai horreur du foot.

PM2

Q : Dans votre foyer combien y a-t-il de téléviseur en état de marche ?

R : Un seul.

Q : C'est un récepteur couleur ?

R : Oui. J'en suis enchantée. Il est grand, j'ai l'impression de vivre ce qui passe. C'est magnifique.

Q : Vous avez une télécommande ?

R : Oui. Ah, quelle chance, c'est merveilleux, on peut régler comme on veut.

Sur TF1, " Deux heures moins le quart avant Jésus-Christ ".

Ah, non ça c'était une ânerie. C'est grossier, grotesque et ridicule.

Le bébête show sur TF1 ?

Ça c'est magnifique. C'est vraiment très bon quand je n'oublie pas. Je trouve ça excellent. Ça reflète tellement la vérité.

Les chiffres c'est dommage pour moi, je n'arrive pas à calculer mais je reconnais que les gens sont très forts, c'est très agréable ; quant aux lettres je participe et c'est intéressant au possible. Je prends parti pour un candidat quelquefois et je les trouve tous très bien. Il faut les soutenir.

J'aime le reportage. C'est instructif. Il y a des images d'une qualité extraordinaire, un commentaire d'un niveau formidable. et je dirais même que je rentrerais le dimanche soir pour voir ces émissions.

PM1

Q : Qu'est-ce que vous pensez de l'idée d'un parlement de téléspectateurs avec des représentants élus pour prendre part à l'élaboration des programmes de télévision ?

R : Ce serait super. La télé c'est vraiment une honte. On a un superbe instrument, c'est vraiment quelque chose de fantastique.

Q : Vous le trouvez mal exploité cet instrument ?

R : C'est nul, nul... vraiment. Jusqu'à 22h30 - 23h, c'est la nullité totale.

Et la 5 : c'est le supermarché Mammouth, y'a pas plus vulgaire que cette chaîne.

F1

Comment ils peuvent oser mettre autant de cadeaux devant les téléspectateurs, moi ça me scie.

PM3

Les coulisses de la télévision, c'est pas du tout ma tasse de thé, vraiment j'en ai rien à foutre.

F3

" Avis de Recherches " ! Ah, non c'est chiant ça. Je n'aime pas.

Ces deux ressources sont en quelque sorte à l'opposé l'une de l'autre dans l'ordre de la généralisation et du particularisme et pourtant elles mettent en jeu deux procédures différentes qui ne sont pas incompatibles. On peut se demander dès lors si faire partager son émotion, son goût et son dégoût, en le marquant fortement, n'est pas une façon d'assurer sa diffusion, de s'assurer une audience. On sait que dans les débats publics ou dans les conversations privées, le *code-switching* que représente ce passage à une langue plus " relâchée " et à une exposition de type émotionnelle sont des marqueurs très forts qui obligent à la transaction, qui ne peuvent être négligés.

Il importe alors de souligner que dans l'entretien, nous avons fréquemment relevé cette charge émotionnelle pour appuyer un goût ou un jugement. On le rencontre aussi dans le courrier des lecteurs (les lettres d'insultes sont fréquentes) mais il semble s'être créé une norme selon laquelle l'insulte écrite anonyme publique n'a vraiment pas de valeur alors que le renfort du collectif est un atout essentiel dans la rhétorique du courrier. Les formes et les médiations mises en place pour recueillir des pratiques, des goûts et des jugements comportent chacune un modèle de l'expression et des tactiques pour

lui donner du poids, dans la mesure où elles sont un pré-assemblage d'un certain support, d'un destinataire et d'un émetteur. Il n'est donc pas indifférent d'adopter l'une ou l'autre comme base de la représentation du public. D'autant plus que les différentes ressources et savoir-faire rhétoriques ne sont pas également répartis selon les publics.

*Une médiation particulière, les revues et les programmes de télévision.*

Le poids de ces médiations a déjà été évoqué maintes fois : rappelons-le, le secteur de la presse télévisée est des plus florissants en France. De façon intéressante, ces journaux ne traitent plus seulement de télévision mais, à l'occasion d'émissions de télévision voire indépendamment d'elles, ils fournissent des informations ou des divertissements de toutes sortes. La revue télévision fonctionne comme la chaîne généraliste, elle agrège des intérêts très divers, elle cherche surtout à ne pas faire fuir pour cumuler les publics tout en assurant la diversité en son sein. De la même façon que l'on regarde la télévision (et non des émissions particulières), on lit la revue-télévision qui devient la "méta-revue", qui les englobe toutes et qui évite d'avoir à sélectionner.

Mais les téléspectateurs sont dans ce cas équivalents aux lecteurs, ce qui n'est jamais totalement exact. Il existe d'autres formes de programmes qui, eux, s'insèrent dans un univers d'information déjà construit indépendamment de la télévision : tous les journaux fournissent des programmes-télé, voire des suppléments et aussi des critiques.

La place de la critique dans la formation du jugement du téléspectateur est difficile à évaluer à son juste poids : le jugement du téléspectateur ne se forme pas seulement sur la base des jugements explicites comme les critiques mais aussi sur la base des informations que fournit cette presse (tel acteur, telle heure, etc.) Se retrouvent, dans le programme télévision, tous les ingrédients qui permettent d'expliquer une pratique, un goût, un jugement. Lorsqu'il s'agit des



critiques ou des appréciations des revues, il est certain que les avis fournis contribuent à former un jugement, au-delà de la pratique ou du goût. Ce qui permettra à un quelconque " télé-lecteur " de participer à une discussion en disant " ce n'est pas un bon film, un bon débat, etc. " sans avoir vu l'émission en question.

Les entretiens nous fournissent pourtant l'occasion de voir la relation conflictuelle que doivent entretenir les téléspectateurs avec les jugements autorisés que sont les critiques télé : on les lit toujours mais on ne peut pas admettre que l'on en tient compte pour sa décision de façon systématique. Tout en faisant un choix différent, on connaît cependant le jugement " officiel ", jugement qui a tendance à se reproduire de revues en revues, surtout lorsqu'il s'agit de critiques de films. Le téléspectateur peut s'appuyer sur ou s'opposer à ce qui malgré tout représente le point de vue dominant, (ce qu'il faut penser d'une émission ou d'un film). Mais, rappelons-le, cela prend de l'importance non pas pour orienter la pratique qui est déterminée par de nombreux autres facteurs et qui ne se découpe pas nécessairement en émissions, mais pour aider le jugement à se mettre en forme publique, ce qui facilitera les échanges par la suite, lors des " conversations télé ". Il faut noter que certaines revues donnent des avis sur toutes les émissions, y compris les feuilletons ou les jeux, alors que beaucoup de journaux se contentent de critiques lorsqu'il s'agit de films.

RM4

Q : Vous, vous tenez compte des avis que vous lisez dans les journaux ?

R : (F) Ouais. (H) Tout à fait.

Q : Vous leur faites confiance ?

R : (H) C'est un avis mais qui compte quand même pas mal mais auquel je ne vais pas accorder une influence à 100 %. (F) Ça dépend desquels aussi, c'est vrai que dans Ouest-France ils ont un petit avis qui est assez succinct mais qui n'est pas mauvais je trouve.

Q : Qui correspond assez souvent à ce que vous ressentez après avoir vu le film ?

R : (F) Dans le Télérama y'a des trucs assez bons en général, par contre tu trouves des trucs nuls. (H) Dans Libération ça correspond

pas du tout au type de critique que j'apporte généralement aux films, ils ont tendance à démonter en flèche les émissions, c'est pas vraiment justifié donc c'est pas la critique à laquelle j'accorderais de l'importance. Par contre Ouest-France plutôt et Télérama, je sais qu'elle sera très bonne mais beaucoup plus de parti pris que la critique de Ouest-France qui est moyenne.

RM3

On a vu des fois des mauvaises critiques et le film nous plaisait. (H) Si le sujet est intéressant, même s'ils disent que c'est nul, je vais quand même regarder le film. C'est leur avis à eux, c'est pas forcément le nôtre.

F 10

On les lit dans Télérama les courriers, je trouve ça très bien des fois, y'en a qui sont très bien, y'en a qui sont complètement cons, y'en a qui correspondent à certaines choses qu'on aurait voulu dire aussi.

Q : Quand vous lisez Télérama comment est-ce que vous le lisez ?

(H) Ils ont un tableau récapitulatif tous les jours, c'est ce que je regarde d'abord. Je suis susceptible de regarder après leur système de T blanc (bon), T noir (à voir), c'est pas toujours l'émission qu'ils trouvent le mieux que nous on préfère.

PM2

Oui des critiques, elles m'intéressent, je ne suis pas toujours entièrement d'accord avec elles, elles sont parfois dirigées, pour ou contre mais enfin je prends note des critiques.

F4

Les critiques sur les émissions je les lis de temps en temps. Dans la revue que j'achète mais il faut dire qu'elle ne vole pas très haut sur la critique des émissions.

Q : Dans votre programme, quand vous le lisez, regardez-vous ce qu'il y a, par exemple " Notre avis " ?

R : Oui, parfois il y a mais par sur tout. Enfin, je n'en tiens pas vraiment compte car ils ne sont pas très futés dans le domaine de la critique.

MM1

Moi je lis tout quand c'est un film que je connais pas, la critique qui n'est pas toujours valable parce que ça dépend par qui elle est faite, ça peut être quelqu'un qui n'a pas les mêmes idées que moi et qui ne voit pas les choses de la même façon. J'ai vu des critiques des fois qui étaient valables et j'en ai vu qui n'étaient pas valables du tout.

La forme la plus répandue et que nous avons citée ici systématiquement est donc cette relativisation de la critique dans l'explication des choix conjoncturels. Mais les critiques sont lues et évaluées, elles mettent en forme un jugement (au-delà des goûts et des pratiques) en servant de repères, elles sont une première occasion de généraliser, de faire appel à des principes supérieurs communs, elles fournissent un modèle de ce qu'est l'intervention critique, elles obligent enfin à placer son propre jugement dans un cadre nouveau, censé être " plus autorisé ".

## 5. Le courrier des lecteurs

En écho de ce travail de la médiation " revue de télévision " que le téléspectateur met à distance, se présente le courrier des lecteurs dont nous avons pu recueillir quelques éléments, à la fois tels qu'ils apparaissent dans les revues et tels qu'ils sont envoyés (" bruts ") aux revues<sup>14</sup>.

Le courrier des lecteurs présente quelques caractéristiques du point de vue des jugements qui s'y expriment, de leurs procédures rhétoriques : 1/ Les pratiques, les goûts et les jugements s'y retrouvent mais l'argumentation doit déboucher sur **un jugement de portée plus générale** : c'est seulement dans le cas des courriers des lecteurs que l'on trouve des argumentations en forme de quasi-plaidoyers. Le récit des pratiques sert avant tout à situer les faits et à documenter l'argumentation qui suit.

---

<sup>14</sup> Ce travail n'a pas pu être aussi développé que nous le voulions, même dans une démarche prospective.

2/ **La force illocutoire de l'énoncé est fournie très souvent par le recours à des alliés**, par la mise en scène d'un collectif<sup>15</sup>. Il ne s'agit plus de cas particulier. Le recours à l'insulte et à l'intensité émotionnelle est cependant très fréquent. Il est aussi fait souvent appel au caractère exceptionnel de la démarche.

" Au nom d'un club de l'âge d'or, je vous écris pour vous demander de ne plus supprimer à chaque vacances d'enfants, notre feuilleton " Haine et passions ", dont nous en souffrons trois fois par an. " (n°44)

" J'aimerais et je ne suis pas la seule que vous nous repassiez Dallas sur TF1 car on n'a jamais vu la suite vu qu'on n'a pas la cinq. "

" Ce n'est pas souvent que je prends le crayon pour vous exprimer ce que je ressens des émissions de télé mais depuis le début de la semaine, je veux le faire. Ce soir, c'est Mac Gyver qui déclenche tout. Pourquoi encore une fois faut-il chambouler tous les programmes de fin d'après-midi ? " (n°45)

" Nous sommes plusieurs à ne pas avoir apprécié ce que Christian Morin a fait à Éric lorsque ce dernier a dit " monter sur les grands chevaux " (signé Johanna et ses amis) (n°35).

3/ **Le courrier est toujours adressé à un représentant de la télévision** : on s'adresse à quelqu'un qui a du pouvoir et les arguments sont organisés en fonction de cette donnée, même s'il y a fréquemment des confusions sur les destinataires.

" Je vous remercie pour les programmes pour les fêtes. Je n'ai pas pu enregistrer tous les films. je vous joins la feuille des films, je souhaiterais une rediffusion pour les enregistrer sur magnéscope. " (n° 40)

4/ **La critique de la programmation** est un exercice très prisé dans le courrier des lecteurs : il est possible de mettre en scène sa pratique, ses habitudes notamment, et de dénoncer le dommage subi par des changements intempestifs, par des non-reprises ou par des reprises trop fréquentes, par des horaires tardifs, par l'absence de

---

<sup>15</sup> Comme l'a montré déjà Luc Boltanski dans son travail sur la dénonciation à partir du courrier des lecteurs du Monde (Boltanski, 1984).

"complémentarité". Le débat sur les pratiques confrontées aux programmeurs est une des formes les plus condensées, quasi-technique, de la relation de l'institution télé aux téléspectateurs. On se retrouve quasiment dans un **modèle consumériste** et les revues semblent d'ailleurs apprécier ce genre de rôle : il est en effet hors de question de débattre du bien-fondé de telle émission. La critique de la programmation prend à travers cette forme consumériste une tournure populiste (" Nous les petits face à ceux qui manipulent. ", " Pour qui nous prend-on ? "), conduisant à l'impuissance (on réaffirme paradoxalement son état de petit). Mais chaque critique s'aggrave à d'autres à travers le travail des médiateurs pour déboucher aussi sur une expression d'une volonté populaire où le courrier des lecteurs devient le seul lieu où l'on écoute " la vraie voix du téléspectateur-de-base ".

" Au sujet de la Roumanie, nous sommes plus que gâtés au sujet des programmes de la cinq. La Cinq nous propose un super programme, Scaramouche à 13h30 mais on l'a eu à 14h10. Je ne suis pas contre la liberté, étant sympathisant communiste. Ce lequel je trouve à redire, c'est le respect de l'heure d'écoute des films. " (n° 41)

"J'ai noté (à partir de la revue) que lundi 13 février 1984, on passait déjà la sirène du Mississippi pour la 4<sup>ème</sup> fois, lundi 5 janvier 1987 5<sup>ème</sup>. Nous allons donc avoir le plaisir ineffable de nous taper de nouveau cette conserve réchauffée pour la sixième fois. Si c'est avec ce genre de programmes à base de conserves réchauffées, navets, rutabagas, soporifiques en tous genres, histoires d'amour, deux hommes pour la même femme, drames, divorces, mésententes, querelles, amants, maîtresses, thèmes identiques, tout un tas de subtilités nec plus ultra, les westerns éculés avec les sempiternels indiens, etc., que monsieur Guillaume, PDG A2-FR3 et ses sous-fifres escomptent 40 ou 45 % de taux d'écoute (selon un article de presse), persistent à pratiquer le changement dans la continuité, ils se fourrent le doigt dans l'œil jusqu'au coude. " (n°1)

5/ Les lecteurs peuvent aussi prendre parti dans des **débats**, de toute sorte (ex : la chasse et Brigitte Bardot). La télé et la revue télé sont alors seulement de nouveaux forums où se met en forme l'opinion publique. Il faut pour cela une volonté délibérée des rédacteurs pour

organiser le cadre des débats, fournir des oppositions, respecter des règles formelles de diversité des points de vue, etc.

6/ Le courrier des lecteurs prend souvent la forme de la **déception**, quasi-amoureuse face à des interruptions, à des comportements d'animateurs qui surprennent, à des attentes non satisfaites. Elles sont déjà l'expression d'une relative impuissance mais en même temps cherchent toujours à montrer l'attachement profond que suscite la télé ou certains éléments de son univers.

" Vraiment, Christian Morin, vous nous avez déçus, le pauvre Éric ne méritait pas cela, on aimerait que vous fassiez parvenir cette lettre à C. Morin pour qu'il sache que nous ne sommes pas contents du tout de lui. "

" Quelle honte pour Sylvie Vartan, le jour de l'école des fans, le 10 Décembre de ne pas apporter de cadeaux pour les enfants venus chanter pour elle. Est-ce les États-Unis qui l'ont rendue aussi près de son argent. Une lectrice éccœurée par son comportement. " (n°23)

7/ Le courrier des lecteurs est une occasion de mettre en scène non seulement son goût au sein d'un goût collectif (un groupe, les gens, plusieurs, etc.) mais aussi **les oppositions de goûts et les oppositions sociales** : pour dénoncer, il faut se trouver des ennemis, dans l'univers de la télévision (les programmeurs...) ou en dehors (les autres qui ont des goûts opposés, les privilégiés de toute sorte...)

" (titre) Santa-Barbara Oh, assez, assez, assez pendant combien de temps allez-vous nous casser les oreilles avec cette publicité et ce feuilleton qui souvent bête et cucu. Vous n'avez vraiment rien à dire pour nous envahir de ces âneries. Vous n'en faites pas autant pour les Français. Eux sont milliardaires pendant que les nôtres sont au chômage et encore ne veulent rien entendre et regarder les nôtres. " (n°27)

8/ Le courrier des lecteurs se situe souvent dans le registre de l'information (connaître une précision), parfois dans celui des félicitations (encouragements) mais plus souvent dans celui de la **protestation**. Il s'y exprime un sens de la justice qui fait de nombreuses lettres une occasion idéale pour argumenter en détail : c'est un plaidoyer disions-nous, et une protestation contre toutes

sortes d'injustice, depuis la programmation jusqu'au traitement des candidats dans les jeux.

" Christian lui a refusé le rectificatif pourtant on dit que la Roue de la Fortune est une grande famille aimable, moi je pense que Christian Morin a voulu privilégier Bernadette parce que sa grande passion c'est le vin et hier, le 21, Bernadette a fait la même chose et tout de suite elle a fait le rectificatif et Christian Morin l'a bien accepté. Pourquoi ? " (n°35)

## 6. Conclusion et pistes de travail

Nous tenterons de résumer les conclusions de cette étude de façon délibérément schématique de façon à en souligner les idées-force.

1- Le discours télé est toujours déjà mis en forme par divers médiateurs et il ne sert à rien de chercher dans un modèle de recueil de l'information des données qui relève d'un autre : chaque méthode pour faire exister le téléspectateur (de l'audience à... notre enquête) est cohérente avec son propre univers de référence (institution, sanction, référent, état des humains-cibles). De plus, les jugements sur la télévision ont déjà été énoncés et sont pris en compte par les téléspectateurs.

Conclusion : ne cherchons pas d'autre téléspectateur que celui que l'on a construit mais faisons-le de façon cohérente !.

2- Les téléspectateurs décrivent leurs pratiques, énoncent leurs goûts ou leurs jugements à l'aide des mêmes ressources que les discours officiels, légitimes ou savants sur la télévision : tous ces discours sont aussi pris dans les mêmes difficultés. Le mode de débat que l'on peut tenir sur la télévision est entièrement convenu et les arguments se retrouvent à l'identique. Voir les trois points suivants.

Conclusion : l'écoute des discours ordinaires sur la télévision peut aider à sortir du cercle de la répétition.

3- Assurer l'équivalence ou la traduction entre les formes d'expression telles que la pratique, le goût et le jugement est la principale activité du discours télé lorsqu'il se développe. Mais cette équivalence relève de la quadrature du cercle. Aussi les débats peuvent-ils rarement s'en tenir à un principe supérieur commun ou à une position du point de vue de l'intérêt général : chacun documente sa position par des récits de pratiques particulières ou par des aveux de goûts. Les téléspectateurs comme les responsables procèdent de la même façon. Or, il ne peut y avoir équivalence ou explication causale d'une pratique par un goût ou d'un goût par un jugement qui ne résistent à la conjoncture. Le discours télé est nécessairement contradictoire lorsqu'il s'agit de rendre universel un jugement qui relève de l'opportunité (des préférences en fonction d'une offre).

Conclusion : il n'est pas possible de faire exister un débat portant sur l'intérêt général ayant trait à la télévision et encore moins d'en faire une base pour des décisions. Les principes propres au service public sont eux-mêmes intenable face à la complexité du lien à la télévision. Dès lors, une autre mesure reposant sur le jugement des téléspectateurs n'a que peu d'intérêt.

4- Le jugement du point de vue du bien commun, le jugement qui permettrait de débattre n'est pas le mode principal de relation à la télévision ni même le mode principal de récit sur sa pratique télévisuelle : il est plus souvent impossible de juger ou encore d'expliquer ses goûts ou ses pratiques. Le téléspectateur regarde la télévision et non des émissions de télévision : tous les débats sur la légitimité d'une programmation ignorent ce point de vue. Le problème du choix n'est plus qu'un problème d'option qui ne nécessite pas de critères mais seulement un art de saisir la conjoncture. Les critères que se donnent par contre les programmeurs et leur propre art d'accrocher le public ne reposent pas du tout sur des opinions, des goûts ou des indices de satisfaction des téléspectateurs, toutes mesures qui ne servent que de contrôle après coup et qui doivent encore être interprétées.

Conclusion : Les mesures les plus diverses n'ont jamais remplacé le pari, le travail et l'art des professionnels qui peuvent prendre en compte le public tel qu'il est déjà " attaché " à la télévision mais aussi le public potentiel plus segmenté.



5- Le téléspectateur mis en position de téléspectateur peut fort bien tenir un discours strictement interne à l'institution télévision : les procédures les plus utilisées sont la comparaison ou la contagion (entre pratiques, entre goûts ou entre jugements). Ce trait du discours se retrouve dans la plupart des discours officiels. La télévision tend vers le cercle auto-référentiel dans la mesure où elle devient le seul garant de la réalité des téléspectateurs qu'elle veut atteindre. Cette tendance relativise les sorties du cercle de la télé que l'on peut tenter en essayant de s'accrocher à des contraintes du milieu, à des univers d'appartenance ou à des principes supérieurs communs pour expliquer ses pratiques, ses goûts ou ses jugements. Les programmeurs eux-mêmes tentent de faire exister quelque chose comme des " conditions objectives " à la pratique, des " tendances culturelles lourdes " (goûts) ou des valeurs partagées (jugements). Mais ces référents extérieurs ne parviennent pas réellement à contrer la force de la preuve apportée par la mesure d'audience par exemple, qui peut se suffire à elle-même comme description non seulement des pratiques mais des goûts et des jugements.

Conclusion : s'il est vain de chercher un guide de la pratique du professionnel dans les jugements des téléspectateurs, il est dangereux de se croire branchés sur les courants porteurs au point de prendre la télévision comme seule source de référence : il y a une vie en dehors de la télé ! (peut-être...) Mais les connexions avec cette vie pour être fécondes pour la télé doivent paradoxalement ne pas être construites par la télé. De la même façon pour connaître autre chose que les goûts déjà formatés des téléspectateurs, il est inutile de les interroger en tant que téléspectateurs (et de ne pas croire que cela fournit une cause à leurs pratiques télévisuelles).

6- Le lien avec la télévision demeure essentiellement la pratique qui fonctionne surtout à la reconnaissance et à l'habitude : les autres liens (paiement, représentativité, opinion, participation même) sont peu actifs voire peu perçus par les téléspectateurs. La télévision, devenue le miroir de la démocratie au point de ne plus savoir si la démocratie ne se résume pas à la télévision, ne fournit pas d'occasion de mettre en œuvre un lien civique avec l'institution. Ce qui est particulièrement dommageable pour le service public, qui dispose pourtant de

médiations pour créer ce lien. La redevance est remarquable d'ambiguïté (ni paiement d'un service, ni impôt général à destination non identifiée, ni abonnement) : le paiement du service public doit trouver une forme plus consistante pour renouer le lien avec les téléspectateurs, grâce au formidable support marketing qu'il représente. Consommateur (les annonceurs payent), client (le *pay-per-view*), citoyen (la redevance actuelle), abonné (cf. Canal +), le téléspectateur peut se conjuguer de façon très différente selon le paiement qu'il effectue.

Conclusion : inventons un nouveau mode de paiement du service public pour en faire le support marketing essentiel à sa relance.

7- La diversité des chaînes n'est pas directement équivalente à la diversité du public. Les chaînes généralistes la traitent d'une certaine façon en leur sein, les chaînes spécialisées doivent trouver d'autres modes de conjugaison de la diversité sociale. La complémentarité qui voudrait jouer entre deux chaînes a peu de chances de devenir un atout durable car elle relève d'un traitement de la diversité des publics sans rapport avec les pratiques des téléspectateurs. La télévision n'est pas crainte en raison des abus de l'effet majoritaire mais plutôt en raison des politiques d'exclusion délibérée qui peuvent s'y manifester (exclusivités sportives par exemple). Les goûts des téléspectateurs ne se prêtent guère à des arbitrages électoraux : il est plutôt fait appel à l'État pour faire respecter cette diversité, cet accès de tous aux biens communs. Le point de vue de l'intérêt général sur la télévision prend plutôt la forme d'un évitement d'un débat impossible, d'une volonté de préserver les goûts minoritaires qui sont en fait présents chez chacun. Une télévision pour la majorité n'est jamais une télévision du goût majoritaire ou d'un goût exclusif. C'est ici le travail des professionnels de maintenir cette télé résultant de "l'accouplement" de la démocratie et du self-service, sans qu'il soit désormais possible de démêler l'un de l'autre.

Les pistes de recherche qui nous semblent fécondes :

- Faire le même travail d'analyse du discours sur les discours officiels ou savants.
- Développer le même travail sur le courrier des lecteurs de revues de télévision.
- Étudier le travail des programmeurs pour capter les courants de société.
- Fournir des pistes d'implantation de capteurs socioculturels analogues au travail des informateurs que nous avons mis en place pour la conversation-télé, c'est-à-dire dans des contextes totalement indépendants de la télévision.
- Inventer un nouveau lien de paiement avec le téléspectateur, en creuser toutes les implications politiques et institutionnelles pour qu'il soit en cohérence avec le reste du dispositif et en exploiter toutes les potentialités marketing.

**Chapitre 4**  
**Les enjeux sociopolitiques des représentations des**  
**télespectateurs**



Le travail effectué sur les discours des téléspectateurs et en particulier sur leurs jugements permet de relativiser les recueils de données faits en situation d'enquête, de comprendre la rationalité interne des acteurs, dès lors qu'ils sont mis en position de compte-rendu et de justification de leurs pratiques. Les situations d'enquête ne sont de ce point de vue qu'un cas particulier (mais contraint) de l'obligation de manifester le sens de ses comportements. On observe d'ailleurs que cela prend rarement la forme d'une justification complète renvoyant à un principe supérieur commun mais plus souvent l'expression " repliée ", d'une " évidence ", de la pratique ou du goût.

Ces formes pratiques des jugements, qui font aussi la trame des discussions entre collègues ou dans la famille comme nous l'avons vu, sont plus difficiles à mettre en commun, à faire monter en généralité pour construire les termes d'un débat public. C'est en effet la question que nous cherchons à soulever : comment le gouvernement de l'audiovisuel (et notamment public) peut-il inventer d'autres formes de liens et de reprise des avis des téléspectateurs ? Selon quel principe supérieur commun, avec quelles médiations et dans quelle mesure les modes d'expression des jugements que nous avons observés peuvent-elles alimenter ce type de construction d'un nouvel espace de débat public ?

Il nous faut pour cela rappeler le contexte de construction des mesures d'audience et en déduire les impératifs pour la construction de dispositifs relevant de principes autres que le principe marchand. L'inventaire des liens avec la télévision, que nous avons déjà restitué dans les comptes-rendus des pratiques, doit alors prendre en compte d'autres dimensions possibles, du courrier des lecteurs à la redevance en passant par les associations de téléspectateurs, par exemple.

## **1. Le téléspectateur introuvable : un champ de débats permanent aujourd'hui particulièrement actif**

*Construire un public, le faire exister : passage à l'industriel.*

Les professionnels des media (journaux, radio ou télévision) ont toujours produit un destinataire de leurs messages en même temps qu'ils concevaient leurs programmes, leurs émissions, leurs journaux. Comme pour tout produit diffusé largement, à l'ère industrielle, il est devenu impossible de connaître ces destinataires de façon certaine. Chaque stratégie de communication repose sur un pari que l'on tente de conforter plus ou moins. Il est essentiel de souligner que l'origine du message, du pari et du public est à situer entièrement chez le professionnel des media : il en est la source, de la même façon que le marché et la demande se construisent, se travaillent et ne naissent pas seulement d'un inventaire de " besoins " préexistants. Les techniques de représentation des destinataires peuvent alors se perfectionner, devenir industrielles, il n'en reste pas moins que le professionnel est toujours celui qui décide, qui fait le pari. Tout d'abord, selon les techniques qu'il choisit, il produit une représentation particulière du public, et en second lieu, il peut choisir d'entendre ou de ne pas entendre les *feed-back* fournis par ces techniques, et enfin il doit encore les interpréter pour prendre des décisions.

Cette nécessité du travail d'organisation des " retours ", de ces représentations de quelque chose comme des " téléspectateurs " est parfois aussi le souci quotidien de chaque professionnel de l'audiovisuel, qui peut difficilement vivre cette situation d'absence de répondant, d'interlocuteur, de porte-parole des " téléspectateurs " qui est la sienne : les techniques de diffusion hertzienne en élargissant considérablement le champ de réception ont en même temps rendu plus aléatoires et incontrôlables les récepteurs eux-mêmes. Le travail de Cécile Méadel sur les professionnels de la radio a mis en évidence

de façon remarquable ces techniques de construction du public. Jérôme Bourdon de son côté montre très bien comment ce souci du retour, cette nécessité d'une représentation du " téléspectateur " a existé dès les débuts de la télévision et comment notamment le courrier des lecteurs représentait la principale source d'informations. Les sondages et les mesures d'audience ont mis du temps à s'imposer, à être reconnus officiellement alors même qu'ils étaient déjà pratiqués parmi les professionnels.

Ce passage d'une technique à l'autre n'est pas anodin, car il faut désormais faire appel à d'autres médiateurs, par exemple des sociétés d'étude, de sondage, qui donnent une version " industrielle-scientifique " du téléspectateur, qui le traitent au moins en chiffres alors que l'on ne disposait auparavant que de repères de type " domestique " <sup>16</sup> à travers les lettres de spectateurs. La médiation met en jeu beaucoup moins d'intermédiaires et le rapport entre le particulier et le général demeure problématique (comment déduire d'un avis de spectateur dans une lettre une opinion générale sur une émission, malgré tous les effets de nombre qui jouent déjà avec le courrier) : cette généralisation n'apporte pas les " garanties " de représentation des procédures statistiques.

Un autre élément nouveau de ces techniques de production des retours tient dans leur capacité à anticiper les réactions et à devenir des guides pour l'action avant même toute décision : les téléspectateurs sont représentés fictivement en permanence et on peut, par avance, limiter les risques du pari déjà évoqué : les pré-testings d'émissions sont aussi de cet ordre.

*Construire le public : de multiples médiations cohérentes entre elles.*

La mesure d'audience est le modèle même de la relation industrielle-marchande organisée vis-à-vis du téléspectateur, mesure qui a détrôné les techniques domestiques telles que les courriers de téléspectateurs, qui n'en continuent pas moins d'exister. Chaque système de représentation (mesure d'audience comme traitement des courriers de

<sup>16</sup> Boltanski et Thévenot, 1990.



spectateurs) doit avoir une cohérence interne qui ne se résume pas à une technique de mesure : il faut en effet organiser tout le réseau de partenaires, tout le dispositif juridique pour faire exister cette technique comme indépendante et pour lui garder sa capacité de " faire croire " à la réalité qu'elle est censée représenter.

Toute représentation des téléspectateurs doit reposer sur plusieurs éléments qui doivent être alignés de façon cohérente :

- **un référent** : il faut un demandeur. Pour qui se fait la représentation ? Qui veut faire exister ces téléspectateurs ? Chaque demandeur ne fera pas appel aux mêmes techniques ni aux mêmes statuts chez les " téléspectateurs ". Le courrier demandé (ou adressé à et reçu) par les producteurs n'est pas la mesure d'audience demandée par les annonceurs publicitaires. À l'heure actuelle ces annonceurs sont les demandeurs dominants, ce qui n'empêche pas les chaînes par exemple de demander des sondages sur leurs images, sur certaines émissions, etc.

- **une sanction** : tout dispositif de représentation des téléspectateurs ne vaut que dans la mesure où lui est associée une sanction, dont le lien avec les " faits " mis en évidence par la technique en question est plus ou moins facile à établir. Dans le cas des mesures d'audience, la sanction est d'ordre financier pour les chaînes, puisque les tarifs qu'elles pourront demander varieront en fonction des chiffres recueillis. Toute mesure et toute représentation doit intégrer la question de la sanction qui peut ou non s'ensuivre. Les mesures sans sanction sont des dispositifs faibles qui ne parviendront pas à aligner suffisamment d'intérêts, à produire un enjeu pour se maintenir.

- **une institution** : qui dit technique de mesure et sanction dit nécessairement règles du jeu, capacité à fédérer des intérêts contradictoires, à créer un consensus sur la mesure et sur sa traduction en termes de sanction : sinon rien n'est mesurable et toute sanction est discutable à l'infini. La concurrence actuelle des lieux institutionnels pour gérer cette mesure (qui sont devenus des mesures), souligne bien une certaine crise. La mesure n'existe que soutenue par un réseau d'acteurs qui se sont mis d'accord pour croire en elle pendant un certain temps : l'institution doit dépasser le seul

arrangement provisoire et sans principe pour arriver à prendre son autonomie par rapport aux intérêts qu'elle fédère, c'est la condition même de l'établissement de la croyance.

- **un état donné des humains-cibles** : dire que l'on cherche à représenter " les téléspectateurs", c'est ne rien dire ou c'est énoncer une tautologie puisqu'il s'agit d'institution et de demandeurs concernés par cette technique. Mais les téléspectateurs peuvent être déclinés de façons fort différentes : ils sont consommateurs, contribuables, citoyens, ils sont un public (comme pour toute autre production culturelle ou pour tout spectacle). Sans parler de leurs diversités socioculturelles : nous mentionnons seulement ici que cette construction " téléspectateurs " permet de faire parler ensemble des acteurs sur une réalité qu'ils décomposent de façon différente. La mesure d'audience demandée par les annonceurs publicitaires vise l'état de " consommateurs " chez les téléspectateurs et ne s'intéresse pas (ou secondairement) à leur état de " public " qui " accroche " ou non à une fiction, à une émission de variétés, ce qui intéressera toujours le producteur ou l'animateur (au-delà de sa survie, liée désormais à l'audience). La redevance télé signale qu'il existe aussi un autre " état de téléspectateurs ", peu mobilisé il est vrai, celui de contribuable. Plus largement, d'autres techniques de représentation de téléspectateurs, comme les associations de téléspectateurs peuvent tenter de mettre en avant l'état de citoyen de ces " téléspectateurs " participant à des décisions publiques par exemple.

- **une technique** : la technique de représentation des téléspectateurs peut être beaucoup plus clairement analysée lorsque l'ensemble des médiations a ainsi été reconstitué. Elle doit être cohérente avec le modèle adopté, le produit de cette représentation demeure indissociable de ces médiations. On peut distinguer plusieurs niveaux dans cette technique :

- elle repose sur un principe (ex : l'audience),
- elle identifie un objet-cible (ex : les téléviseurs allumés, puis les corps-individuels),
- elle met en oeuvre un outillage (ex : un capteur et une ligne téléphonique et un ordinateur, ce qui est différent d'un questionnaire, d'un sondeur, et d'un ordinateur),

- elle établit des **règles de conversion des données** (ex : comment passer d'un téléviseur allumé à un fragment de point d'audience).

Les principes mis en œuvre actuellement vont bien au-delà de l'audience puisque l'on peut mesurer la satisfaction, la notoriété, la qualité d'écoute, etc. On remarquera qu'à ces changements de principes sont associés non seulement des changements de techniques de recueil des informations, mais aussi tout un autre dispositif (réfèrent, sanction, institution, état des humains).

Cet inventaire des éléments constitutifs d'une représentation des téléspectateurs ne propose que des éléments rapidement descriptibles, à l'exception de l'état des humains qui fait appel à l'interprétation de l'observateur. Mais nous n'entrons pas dans les principes de jugement qui sont alors mobilisés. Cet inventaire doit permettre (à la condition d'être systématisé et complété) de mesurer la difficulté stratégique à changer de mode de représentation des téléspectateurs et en l'occurrence à dépasser un modèle de l'audience.

#### *Un modèle déstabilisé.*

Les débats qui ont lieu depuis quelques années en France sur les mesures d'audience soulignent à quel point il existe un lien direct entre tous les éléments présentés ci-dessus. Les remises en cause touchent en effet à peu près tous les éléments et marchent de concert. Les institutions ne sont plus reconnues, il faut rétablir des alliances entre annonceurs et programmeurs (pour qu'une demande commune émerge), de nouvelles techniques sont mises sur le marché, la sanction du financement publicitaire est sans cesse interrogée et réajustée. Le modèle actuel de la mesure d'audience n'est pas cependant sérieusement remis en cause : c'est en effet avant tout d'un perfectionnement qu'il s'agit à travers les techniques nouvelles de mesure de l'audience.

Le modèle actuel de la mesure d'audience est caractéristique d'un registre de jugement industriel-marchand : la programmation doit être efficace pour regrouper le plus de spectateurs possible parmi les spectateurs disponibles et la sanction sera marchande à travers la

demande d'écrans publicitaires et les tarifs que pourront pratiquer les chaînes.

La cible unique des grandes chaînes généralistes est toujours ce qu'on appelle les *heavy viewers* qui sont le public de la télévision. Mousseau propose de bien distinguer dès lors les méthodes et les choix de programmation des chaînes spécialisées vis-à-vis de ces chaînes généralistes. M. Souchon souligne aussi qu'il n'existe pas des publics de la télévision mais un seul, (à moins d'entrer dans une logique de chaîne spécialisée).

Son argumentation est particulièrement intéressante car elle permet de voir que la mesure d'audience peut être selon lui reprise dans un registre " civique " : il ne s'agit pas seulement d'avoir le plus de consommateurs potentiels devant le poste de télévision (optique industrielle-marchande) mais il s'agit aussi d'en satisfaire une majorité. Les soi-disant publics minoritaires ou spécialisés sont aussi souvent des non-publics, c'est-à-dire des non-téléspectateurs qui sont relayés par la presse, qui font entendre leurs voix mais qui finalement, donnent à la télévision une place limitée dans leurs activités, quels que soient les programmes.

La mesure d'audience peut ainsi fédérer deux logiques différentes, celle de chaînes privées et celles de chaînes publiques, dans la mesure où elle est reconnue comme un indicateur de majorité, un indicateur civique, l'équivalent d'une voix, une voix accordée en l'occurrence à ceux qui en général ne sont pas représentés ailleurs, dont " les goûts " ne seront par exemple jamais défendus par les critiques. Par un paradoxe tout à fait stimulant, Michel Souchon souligne que la course à l'audience est aussi un objectif essentiellement démocratique : la mesure d'audience donne une place, une reconnaissance à ceux que l'on n'écouterait jamais autrement. De la même façon, J. Bourdon rapporte qu'en Grande-Bretagne, BBC et ITV ont mis au point des indices, qui sont de façon significative moins dépendants institutionnellement des annonceurs et qui servent de référence pour les décideurs politiques, comme mesure du succès des différentes chaînes. (Il faudrait aussi connaître les éventuelles sanctions qui en découlent.)

Mais la question doit être posée : des mesures conçues dans une logique particulière, dans toute une chaîne d'institutions, de critères, de techniques cohérentes, peuvent-elles réellement être utilisées à des fins différentes ? L'argument de M. Souchon est sans aucun doute très fort et permet d'éviter les fausses solutions qui consisteraient à changer les règles quand la partie devient défavorable en l'occurrence pour le service public actuellement. Pourtant, ces règles sont bien marquées d'un certain modèle, qui reste discutable, puisqu'il est même fortement contesté de nos jours.

De plus, toute cette argumentation repose sur une hypothèse de base qui consiste à supposer une indépendance des "goûts" de ces "télé spectateurs" en dehors de leur relation à la télévision et donc en dehors de l'offre qui leur est faite : c'est dans une histoire commune que se sont produits ces goûts et c'est aussi dans une histoire commune qu'ils évolueront. Les goûts doivent aussi disposer de temps pour se construire dans l'interaction entre offre et réactions des télé spectateurs, pour devenir reconnus officiellement, c'est-à-dire significatifs dans les mesures d'audience.

Dans les débats actuels sur les mesures d'audience, il n'est guère question de remettre en cause le modèle de l'audience en tant que tel, disions-nous. C'est au contraire ses performances qui doivent être améliorées dans le sens d'une représentation toujours plus exacte de cette réalité supposée de l'audience.

Aller toujours plus loin dans la recherche de la "réalité" de l'activité du "télé spectateur", à travers le système Motivac, par exemple, c'est aussi renforcer l'idée qu'il existerait bien une réalité indépendante des opérateurs qui la construisent et que cette réalité serait en l'occurrence réductible à un "être vivant" (on ne peut en dire plus) dont on peut apprécier en temps réel la mobilité. Le système du bouton-poussoir a fait, lui, l'objet de critiques (pas assez passif ni indépendant de la déclaration du télé spectateur lui-même), critiques qui maintiennent l'espoir de s'affranchir de toute verbalisation, de toute participation du télé spectateur. Une caméra est aussi proposée (Euromédia) et aux USA, un bracelet avec une puce électronique. On a même envisagé de greffer une puce sous la peau du télé spectateur pour reconnaître non

seulement ses déplacements mais aussi ses variations de pression artérielle. Lorsque la technique (= le téléviseur, allumé ou non) ne suffit plus à représenter le téléspectateur, on peut encore puiser dans sa dimension biologique, on évitera ainsi les incertitudes de son statut d'être-en-société, sa pression artérielle ou son corps parleront pour lui, sans autre médiation.

Jean-Louis Croquet, président de la société qui commercialise le Motivac, soulignait dans un entretien à Libération (21 Juin 1989) que lors des sondages téléphoniques réalisés pour vérifier les mesures du Motivac, " les gens disent autre chose " que ce que révèle l'appareil. Il mettait en garde contre l'idée selon laquelle les gens mentent mais il tirait la conclusion que " l'enquête téléphonique est sans doute valable pour recueillir une opinion, un jugement de valeur mais ne permet pas de vérifier un fait précis. " Il faut noter à quel point l'idéal du " fait " passe par la mise à l'écart de l'acteur parlant qui ne sait pas ce qu'il dit ni ce qu'il fait (ce qui n'est pas faux, mais s'applique tout autant aux traducteurs des données recueillies par la machine, qui ne recueille que celles pour lesquelles on l'a programmée).

La recherche technique dans la mesure d'audience contribue ainsi à renforcer un modèle du sujet social agissant malgré lui, méconnaissant ses propres raisons, au profit de la seule raison de l'interprète de la machine, qui peut seul se targuer d'énoncer des " faits ". Tous les systèmes cherchent ainsi à méconnaître le travail de construction qui est nécessaire à leur existence et à se présenter toujours plus comme " naturels " (puisque biotechnologiques) et " évidents " (puisque calculés par l'ordinateur). L'opération consiste alors à déstabiliser les mesures précédentes non pas pour mettre en évidence le travail de construction sociale qui y préside, l'arbitraire qui y est incorporé et le poids décisif du compromis, de l'accord entre décideurs sur ces fictions, mais pour proposer un terrain encore plus stable, encore plus réel. Cette technique du faire croire est nécessaire pour emporter l'accord des partenaires sur une nouvelle mesure.

Le trait commun de ces nouvelles mesures, en dehors de ce nécessaire modèle biotechnologique du téléspectateur, tient dans leur effet sur les chiffres d'audience eux-mêmes : à chaque nouvelle innovation, on s'aperçoit par exemple que le téléspectateur est beaucoup moins présent qu'on ne le croyait. Les carnets d'écoute, les sondages

téléphoniques, les mesures d'audience passive centrée sur le téléviseur de type Audimat, puis active (Audimat avec bouton-poussoir), puis passive centrée sur le téléspectateur, toutes ces techniques se sont succédées ou sont encore en concurrence et à chaque introduction, le téléspectateur s'est révélé un peu plus insaisissable alors qu'on prétendait le toucher enfin du doigt ! Les chiffres d'audience baissant, les annonceurs sont fondés à demander des révisions également à la baisse des tarifs des écrans. Là encore la démarche n'est pas indépendante du statut de demandeur et des enjeux en termes de sanctions.

Une autre tendance, tout à fait intéressante, mérite d'être soulignée car elle réalise à merveille l'idéal de prise en compte de l'état de consommateur du téléspectateur : il s'agit du système dit de *single source*, mis au point par Arbitron Ratings Company aux USA et que Nielsen doit mettre en œuvre en Suisse. À travers un système de double enquête (audience et consommation) grâce aux codes barre des produits achetés par le ménage, le croisement téléspectateur-consommateur est directement effectué et permet éventuellement de lire les scores de telle émission sur les acheteurs de cacahuètes ou à l'inverse de vérifier l'efficacité d'un " plan media " sur la consommation du ménage.

## **2. Une autre remise en cause est-elle possible ? Des choix stratégiques pour le service public**

Le service public n'est pas à l'origine des débats actuels sur les mesures d'audience, qui pourtant le desservent cruellement en ce moment précis. Cependant, et c'est l'origine de notre enquête, dans ce climat de relative instabilité, il est peut-être opportun d'envisager de nouvelles formes de représentation du téléspectateur.

Nous avons évoqué les arguments de M. Souchon et posé une première question :

1) Peut-on réellement utiliser la mesure d'audience actuelle comme un outil de mise en scène civique du téléspectateur (une majorité), grâce à ce suffrage censitaire qui donne une voix à celui qui regarde une heure, et quatre à celui qui regarde quatre heures ? (À condition de ne pas utiliser la mesure d'audience cumulée.)

De nombreuses autres questions doivent être posées pour étudier les stratégies possibles du service public sur ce point. Dans un premier temps, il est possible de considérer que le service public peut seulement tenter d'améliorer le système de mesure ou même, qu'il doit tenter de faire de meilleurs résultats dans le cadre de ce système. Il s'agit alors d'une concurrence dans la même "grandeur" (pour obtenir plus de recettes publicitaires), le service public reconnaissant les vertus de ces méthodes de représentation des téléspectateurs. Le débat interne au principe dominant actuellement de l'audience peut porter sur quelques questions :

2) Ce modèle quantitatif est-il le seul possible dans le cadre du principe de la mesure d'audience elle-même ?

3) De plus, a-t-il grand sens puisque l'on ne sait guère ce qui se passe effectivement devant l'écran si ce n'est qu'un poste est allumé et qu'un corps se trouve devant ? La mesure d'audience pratiquée avec l'audimat première version favorisait nettement une représentation du téléspectateur sous sa forme de "zombie"<sup>17</sup>, c'est-à-dire d'une présence douteuse, d'une présence-absence qui était comptabilisée au même titre qu'une présence effective.

Les débats actuels sur les techniques de mesure (sans parler des problèmes aussi importants posés par le choix des indicateurs à partir de ces recensements) montrent que l'on peut faire varier ces méthodes de représentation, sans pour autant remettre en cause le principe (des téléspectateurs-consommateurs visés avant tout). C'est une des stratégies possibles du service public : ne pas créer une "épreuve" sur les principes mêmes de la représentation mais seulement participer à l'amélioration des techniques en sachant qu'actuellement elles "profitent" toujours aux annonceurs.

---

<sup>17</sup> Formulation utilisée dans notre recherche sur les styles de relation à la télévision.



4) Dans tous les cas, pourquoi la stratégie des programmeurs devrait-elle consister uniquement en une adaptation à ces mesures après-coup, adaptation parfois immédiate, par suppression d'un programme ? Communiquer n'a jamais été synonyme d'adaptation systématique de l'émetteur à un supposé récepteur, même s'il vise toujours une certaine forme de " compréhension ", qui reste toujours aléatoire et basée sur le malentendu. La dimension du pari demeure et les stratèges du marketing ne vantent leurs réussites que parce qu'ils ont pu s'autoriser des échecs dix fois plus nombreux !

Précisons que la politique de l'adaptation aux mesures d'audience n'en est d'ailleurs jamais une au sens strict car il faut encore être capable d'interpréter ces mesures et d'en tirer un enseignement pour l'action : on a souvent, comme dans toute activité statistique tendance à croire que l'interprétation est terminée une fois que les chiffres sont recueillis : même mis en forme par des objectifs précis, ces chiffres restent encore à traduire. De plus, l'action à mener relève parfois du long terme, comme pour la mise en chantier de fictions : la mesure actuelle ne dit que peu de choses sur les chances de succès de la fiction future.

Autre stratégie possible : dénoncer le modèle existant et engager l'épreuve sur le principe même de la représentation du téléspectateur. De nouvelles questions surgissent :

5) Comment le débat sur les techniques peut-il être l'occasion de proposer d'éventuels principes de substitution à cette mesure de l'audience (cf. certains proposent des mesures de qualité d'écoute – Audile–, de satisfaction, etc.) : pourquoi ces solutions ne seraient-elles pas à un moment donné capables de rivaliser avec les représentations actuelles ? Est-ce la bonne entrée dans le débat ?

6) Le service public a-t-il les moyens d'imposer cette épreuve et de prétendre imposer un nouveau critère à tous les partenaires de la production télévisuelle ? Nous l'avons vu, il ne s'agit jamais seulement d'un problème de technique mais d'un alignement de nombreuses ressources, d'un travail politique et institutionnel sur plusieurs fronts à la fois. On peut douter de la capacité du service public à faire participer par exemple les annonceurs à un modèle qui ne soit pas

directement lié à leurs intérêts, à moins de mobiliser des armes institutionnelles et juridiques (un décret quelconque de plus) qui, on le sait, ne valent que lorsque le soutien des acteurs concernés a été assuré par avance. Avoir un " bon " critère d'évaluation ne suffit donc pas, il faut pouvoir l'imposer et autrement que par la force.

Ce choix stratégique est celui de la confrontation entre principes de grandeur, le " téléspectateur-consommateur " ou le " téléspectateur-citoyen ", qui suppose dès lors que les institutions, techniques et sanctions de l'un ne conviennent plus pour l'autre.

Il est aussi possible d'envisager un troisième choix qui consiste à développer d'autres modèles, d'autres principes sans concurrencer celui qui domine actuellement. On observera que l'on assiste déjà à cela d'une certaine manière : les courriers des téléspectateurs ou encore, les sondages, les pré-tests etc. n'ont pas diminué mais ont au contraire accru leur importance. Le système de la mesure d'audience paraît décisif et dominant par le fait que la sanction des recettes publicitaires est devenue essentielle. Mais, pour affiner leur paris et obtenir des retours plus précis ou plus variés, les programmeurs utilisent de plus en plus d'autres techniques basées sur d'autres principes. D'où ces nouvelles questions :

7) Le service public doit-il disposer d'un autre système de " retour ", de représentation des téléspectateurs qui serait simplement juxtaposé aux autres et qui répondrait à d'autres objectifs, pour d'autres demandeurs, avec d'autres sanctions et d'autres techniques ? Il faudrait alors s'appuyer aussi sur un autre état du téléspectateur (contribuable-citoyen ou public ?).

Cette première étape peut être la base d'une future épreuve avec tous les autres acteurs de l'univers audiovisuel ou elle peut se résumer à une cohabitation de principes différents pour des sociétés de télévision à statuts différents ; cohabitation qui peut tourner à la partition complète si le service public renonçait à émarger aux recettes publicitaires par exemple, ce qui semble exclu à moyen terme. Il faut en effet admettre que tant que la sanction des recettes publicitaires demeure essentielle à la survie de toutes les chaînes de télévision, il est hors de question de substituer un autre mode de représentation des téléspectateurs que celui qui intéresse les annonceurs. Considérer que

l'on peut l'interpréter alors aussi comme un mode de représentation civique, démocratique, comme un vote, c'est sans doute faire seulement contre mauvaise fortune bon cœur et admettre que pour avoir le pouvoir de changer les règles, il faut au moins faire ses preuves avec les règles existantes.

Il existe aussi une autre forme de stratégie, la plus forte mais aussi la plus difficile, qui consiste à produire un mode de représentation du téléspectateur qui gère la diversité des principes selon lequel on le représente. Ce méta-positionnement est bien entendu le plus incontestable. D'une certaine façon, il s'agit là aussi de fédérer divers principes mais à un niveau beaucoup plus général, en donnant à chaque acteur la possibilité de décliner le téléspectateur selon ses intérêts propres. Nous ne voyons pas pour l'instant les ressources ni même les modèles qui pourraient servir de préfiguration à un tel dispositif.

Précisons enfin que si l'enjeu se limite au retournement de tendance pour le service public qui souffre actuellement d'une image défavorable en comparaison des autres chaînes et de TF1 en particulier, il n'est nul besoin de se lancer dans une remise en cause des bases de représentation des téléspectateurs. La question est sans doute beaucoup plus liée à des problèmes de communication interne et externe, de capacité à fédérer des énergies autour d'un projet instituant qui donne enfin à chacun sa place, reconnaisse les valeurs des uns et des autres et ne défasse pas systématiquement ce que les autres ont fait avant. Les progrès d'A2 sous la direction de Pierre Desgraupes laissent apparaître le poids essentiel de la conviction, de la capacité de certaines personnes à incarner un projet, à y faire adhérer tous les acteurs. Avoir un projet et trouver les hommes capables de le développer et d'y faire adhérer tous les professionnels du service public, est sans aucun doute beaucoup plus décisif dans le retournement de l'image des chaînes publiques que le changement de mode de représentation des téléspectateurs.

Notre travail s'inscrit beaucoup plus dans le long terme car il est certain que l'équilibre entre les secteurs privés et publics n'est pas atteint et que les problèmes liés à la mesure d'audience, déjà actifs

entre chaînes privées et entre chaînes et annonceurs, se reposeront régulièrement.

Une interrogation commune à tous les services publics.

Les questions posées ici sur l'évaluation du service public dépassent le cadre de la télévision. Nous les avons déjà rencontrées dans une étude sur le transport<sup>18</sup> : le principe industriel et marchand (performance et prix) a gagné le secteur public de l'audiovisuel sans qu'il ait encore pu réellement trouver le compromis avec le principe civique qui le conduit encore à "assumer des missions" ni performantes ni "vendables".

Il existe cependant une différence de taille entre les missions du service public du transport ou de l'éducation par exemple et celui de la télévision : les deux premiers peuvent prétendre agir dans le sens de la justice. Pour cela, ils peuvent contredire, de plus en plus difficilement, une logique marchande ou industrielle (on subventionne des petites lignes, on offre une école gratuite pour tous, etc.). Le transport et l'éducation offrent en effet des produits désirables dont seraient privés certains si le seul principe marchand dirigeait la fourniture de ces services. Or, pour la télévision, c'est la fourniture marchande des services qui aboutit à satisfaire les "demandes" de ceux que l'on classe habituellement comme défavorisés : l'offre de programmes "culturels" par exemple n'est pas réellement désirable pour ces téléspectateurs. On aboutit alors à cette situation étrange où ceux qui sont effectivement "privés" d'un type de service sont par ailleurs les plus pourvus dans tous les autres biens (les groupes sociaux les plus cultivés et les plus aisés). La mission du service public pour la "justice" consisterait alors, pour caricaturer, à défendre l'accès des élites intellectuelles à des programmes télévisés qui leur conviennent et qu'en tout état de cause, ils ne regarderaient pas !

---

<sup>18</sup> "Y a-t-il un client dans le réseau. Techniques de communication et lien social dans le transport" (avec Josée Betat), 1987. On trouvera une reprise de ces questions sur les changements de principes de grandeur dans notre communication au séminaire de l'IRIS-TS de 1989, intitulée "Portrait du citoyen "client-roi" en carte-à-puce".

La désirabilité des programmes est, dans tous les cas, difficile à apprécier puisque le système de mesure d'audience permet d'éviter l'épreuve marchande au cas par cas pour la trancher à un niveau institutionnel : la consommation de programmes télévisés est proche de la gratuité et, en tous cas, non indexée sur le temps de consommation ou sur le type de programme consommé (qu'il soit coûteux ou non). On aboutit ainsi à une situation où le principe marchand gouverne l'offre de programmes et parvient à satisfaire ainsi (disent les programmeurs à l'aide de leurs indices) le plus grand nombre :

- aucune épreuve marchande réelle n'est organisée ( pas de consommation payante) ;
- les biens qui pourraient être proposés au nom d'un autre principe par le service public ne satisfont que les plus privilégiés par ailleurs, qui, de plus, ne sont pas réellement demandeurs de télévision.

Le service public peut dès lors difficilement argumenter son statut particulier d'une mission vis-à-vis des plus défavorisés (ou alors en maintenant un modèle de l'acculturation –éduquer les masses– qui ne marche même plus dans le cas de l'école laïque et obligatoire).

Il faudrait, sans doute, qu'il puisse construire une demande d'un autre ordre et non seulement un principe de jugement différent : il est en effet à peu près certain, comme le montre le succès de certaines émissions a priori *objectionable*, sur Canal + par exemple, que les besoins sont encore à créer, et que la répétition des stéréotypes ne peut, à elle seule, assurer une stratégie commerciale gagnante. Les chaînes privées auront d'ailleurs beau jeu de souligner que c'est précisément grâce à la pression d'un principe de gestion commerciale qu'elles se trouvent dans l'obligation d'innover et qu'elles sont les plus innovantes, alors qu'elles continuent aussi d'assurer la fourniture de *less objectionable program*.

### **3. Un inventaire des types de liens avec les " téléspectateurs ", pouvant être mobilisés par les professionnels de la télévision**

Dans quelle mesure les téléspectateurs peuvent-ils fournir les éléments de réponse à ces différentes questions ? Peut-on trouver à partir de nos entretiens des pistes de mode de représentation des téléspectateurs qui répondent à d'autres principes de jugement que la pratique effective ?

Avancer dans le sens d'un modèle civique des relations entre téléspectateurs et programmeurs, suppose de repérer les termes mêmes dans lesquels se formulent les jugements " ordinaires " des téléspectateurs et de faire l'inventaire des liens existants avec eux. Les téléspectateurs ont en effet de multiples occasions de se faire entendre, d'être représentés, de s'intégrer même à l'univers de la télévision : que valent ces liens ?

Par où passe la reconnaissance de son statut de téléspectateur ? Peut-on dire qu'il existe des moyens privilégiés de participation, aussi fictive et indirecte soit-elle, avec l'univers télé ? De quel principe se revendique chacun de ces liens ?

Le lien avec le téléspectateur est délibérément travaillé par les chaînes à travers des techniques de repérage (des logos, des rendez-vous), de fidélisation. À un premier niveau, il s'agit seulement de l'image de la chaîne (nous avons fait un travail d'enquête spécifique sur cette question de l'image des chaînes que nous ne présentons pas ici), de sa cohérence interne, de sa répétition constante, de sa grille. La chaîne de télévision fait toujours son auto-promotion et cherche à rappeler sur quelle chaîne on se trouve (les logos dans le coin) ou à présenter sans cesse les programmes à venir (bandes annonces ou encore speakers et speakerines). La grille est en elle-même une activité de production de lien, dans la mesure où elle cherche à donner des repères stables et à créer des motivations répétées pour rester ou venir sur cette chaîne.

Nous avons noté dans le cours de l'enquête les éléments qui contribuent à créer un lien durable avec telle ou telle chaîne, depuis la tradition (" On a toujours regardé la une. ") qui se confond parfois avec le dispositif technique (" Quand on met le poste en marche, il est toujours sur la une ! ") jusqu'au parti-pris idéologique (" Surtout pas la télé de Hersant ! ") en passant par le présentateur. Ces moments, où les liens ou les rejets sont institués, mobilisent un certain type de jugement.

Les liens avec les téléspectateurs sont aussi provoqués en dehors des effets des programmes eux-mêmes. On sollicite la participation de " vrais " téléspectateurs en permanence : les questions par téléphone, les sondages par Minitel en cours d'émission, les spectateurs présents dans un studio, les participants à un jeu présents sur le plateau, les cartes postales tirées, sont autant de formes de liens avec les téléspectateurs qui sont mis en scène publiquement, qui font partie du programme télé lui-même. Il est dès lors important d'étudier ces formes de participation pour les participants eux-mêmes (et la demande éventuelle de participation) et l'effet de vérité produit par cette mise en scène des " téléspectateurs " : comment juge-t-on cette représentation par la présence de quelques-uns d'entre eux ?

Cette participation peut, on le voit, prendre des formes civiques, à travers des votes sur des questions, sur les performances d'un invité ou encore sur le choix entre plusieurs programmes, voire plusieurs clips. Ce type de lien ne fonctionne plus seulement à l'authenticité de la présence (" C'est plus vivant. ") mais à la représentativité plus ou moins sophistiquée sur le plan statistique. C'est à ce moment l'ensemble des téléspectateurs qui est évoqué, à travers les voix recueillies par diverses techniques. On est alors autorisé à dire : " À la question du 20 heures, vous répondez " oui " à 58% et " non " à 19 %."

Autre forme de représentativité qui ne fait plus partie d'un programme mais qui porte sur les programmes eux-mêmes, sur la télévision dans son ensemble : **les associations de téléspectateurs**. Les " journées des téléspectateurs " de 1990 avaient mis en avant leurs activités qui restent cependant largement inconnues et surtout peu cernées. De groupes de pression, ces associations pourraient

prétendre devenir de véritables espaces d'élaboration d'une opinion de " téléspectateur ", ce qui fait aussi penser à l'idée parfois évoquée du parlement des téléspectateurs. On entre ainsi dans une sphère délibérément civique de la représentation du téléspectateur, calquée à la limite entièrement sur le mode parlementaire : elle peut cependant dans le cas des associations de téléspectateurs être associée avec le principe marchand, lorsque le groupe de pression agit comme groupe consumériste, revendiquant de meilleurs produits. Dans le cas de la télévision, le problème n'est pas simple dans la mesure où la controverse porte précisément en permanence sur ce que pourrait être un " bon produit ". Notons que le service public officialise le rôle de porte-parole des associations de téléspectateurs à travers l'émission du médiateur le samedi, qui prétend explicitement recréer un lien de type à la fois civique et marchand (vos critiques, le service après-vente en quelque sorte).

Le principe civique du lien avec l'univers télévisuel n'est pas marqué seulement par les associations de téléspectateurs : **le paiement d'une redevance**, s'il renvoie à un statut de contribuable, dit clairement que la télévision dépasse les affaires de goût privé ou même de " public culturel " et qu'elle concerne la collectivité, " l'intérêt général ". On ne paye pas de redevance pour le théâtre ou pour le livre, on achète une place ou un ouvrage. Mais pour la télévision aussi, il peut être possible d'interpréter ce lien civique qu'est l'impôt selon un principe marchand : le possesseur d'appareil paye pour un service précis, la télévision. Cet impôt est différencié de l'impôt sur le revenu ou de la TVA, de même que la vignette, et peut plus facilement s'attacher à un objet, à un bien de consommation.

De même, le lien très fort que représente **l'abonnement**, comporte une dimension civique à travers un contrat qui redéfinit une communauté particulière (" les abonnés "), contrat qui permet éventuellement une représentation tout à fait différente (car les abonnés sont connus nommément) mais qui demeure aussi une formule marchande pour faciliter la vente d'un produit particulier, sous forme d'un contrat durable.



Dans tous les cas, **le paiement** est un lien très significatif et la façon dont il s'effectue fait varier le principe même de la représentation du téléspectateur : on peut en effet considérer que dans le cas du paiement à l'émission (*pay-per-view*), le téléspectateur est strictement représenté comme consommateur de produit télévisuel. Sa participation à l'univers télévisuel passe par ce paiement et sa décision peut dès lors être éventuellement interprétée comme une forme de représentation du public (ils payent donc ils aiment), en dehors de tout mode de représentation de type civique. Nous avons aussi étudié de près cette question, qui s'éloigne cependant du propos général de cet ouvrage.

Le paiement est essentiel dans tous les cas parce qu'il est la base pour dénombrer et pour désigner la population de téléspectateurs le plus exactement possible : une mesure aussi imprécise que la redevance (basée sur les postes déclarés) ne peut pour l'instant aider à gérer ce lien avec les téléspectateurs, à la différence de l'abonnement qui est un outil marketing, certes lourd mais très précis. Entre l'impôt général (ce qui n'est déjà plus le cas de la redevance) et le paiement à l'émission, se glissent de multiples combinaisons contractuelles qui permettent de créer un bien durable avec les téléspectateurs sur la base d'une forme de représentation à la fois marchande et civique.

Soulignons enfin l'importance des autres médiateurs dans les liens existants avec la télévision et dans la production de la représentation des téléspectateurs : **les journaux de télévision**, qui sont les entreprises de presse les plus profitables, fournissent, à travers leurs courriers des lecteurs notamment, une occasion unique d'expression publique à des " téléspectateurs anonymes ". Le travail de réécriture observé souvent n'est pas un critère d'invalidation de ce genre de représentation des téléspectateurs : il souligne surtout à quel point il faut un travail de mise en forme pour faire passer un goût ou une " humeur " personnelle au statut d'opinion d'intérêt général.

Les journaux de télévision travaillent par ailleurs à renforcer tout ce qui peut être lien de reconnaissance ou de participation avec le téléspectateur, à travers les articles sur les " coulisses " de la télévision, à travers la visibilité accordée aux présentateurs par exemple ou à travers la participation aux jeux, aux concours en association avec les chaînes de télévision.

Il faut noter que ces courriers de spectateurs sont adressés aussi bien aux chaînes qu'aux journaux et qu'ils sont une forme très ancienne du lien à la télévision. Leur grand intérêt dans le traitement du jugement sur la télévision, nous a conduit à mener un début de recherche sur certaines lettres de spectateurs que nous nous sommes procurées auprès de plusieurs journaux de télévision.

Les journaux en général sont aussi l'occasion d'une autre forme de lien qui les engage au-delà de la représentation des programmes ou de la reproduction de quelques lettres de lecteurs : ces journaux donnent des avis, des critiques, pour certaines émissions tout au moins. L'opinion générale, les jugements que nous recueillons, le lien qui se crée avec la télévision peut aussi passer par ces médiateurs qui préforment des opinions : l'avis sur la télévision, voire la pratique, peuvent tenir compte de ces avis dits " autorisés ", même lorsqu'il s'agit de marquer à tout prix son indépendance par rapport à la critique : on peut moins ignorer que le film que l'on regarde a été jugé " nul " lorsqu'on lit une revue de télévision ou son quotidien pour avoir les programmes.

Nous distinguons ainsi cinq types de liens :

- les **liens de reconnaissance** (ex : logos, bandes annonces) ;
- les **liens de participation** (ex : jeux, téléphone) ;
- les **liens de représentativité** (ex : associations de téléspectateurs) ;
- les **liens de paiement** (redevance, *pay-per-view*, abonnement) ;
- les **liens d'opinion** (revues, courriers des lecteurs, critiques) ;

qui font tous appel à des médiateurs, des principes et des techniques différents. Il faut préciser que les chaînes généralistes, par leur option, ne mettent pas nécessairement en oeuvre les mêmes techniques que les chaînes spécialisées.

La perception de l'attachement à la télévision

L'étude de ces liens peut se faire de plusieurs points de vue :

- Nous avons mis précédemment l'accent **sur l'importance des médiations qui pré-formataient les jugements**, qui balisaient leur contexte d'apparition : les liens que crée la télévision avec ses téléspectateurs font partie de tout ce travail de construction des jugements, qui peuvent passer dans des canaux autres que l'opinion classiquement émise devant l'enquêteur.

- Nous avons souligné la tendance forte à l'auto-référence dans les jugements des téléspectateurs, qui signalent que la télévision peut devenir un univers auto-suffisant sans critères de validation extérieurs à elle-même. C'est un processus analogue à celui que mettent en œuvre toutes les professions pour se soustraire au jugement de la société mais qui, dans ce cas, est repris entièrement par les téléspectateurs eux-mêmes : les différents liens existants avec la télévision doivent permettre de voir comment se tisse la toile de **l'attachement à la télévision**.

- Enfin, la question du lien surgit du problème posé par le service public : le téléspectateur est " mis en réalité " par les professionnels selon différents canaux, différents media mais aussi selon différents états, différents principes. Le téléspectateur participant est-il le même que le téléspectateur-qui-payé ou que celui qui écrit à la revue de télévision ? Comment tous ces liens sont-ils organisés (ou non) de façon cohérente ou doivent au contraire présenter des dimensions contradictoires de façon à cerner tous les aspects du téléspectateur ? Comment le dispositif de lien ainsi mis en place traduit-il un certain principe de représentation du téléspectateur ? S'il doit exister une différence entre le service public et les chaînes privées, comment cette différence se traduira-t-elle dans des liens différents avec les téléspectateurs ? Ce sont toutes ces questions qui ont justifié notre inventaire des formes du lien à la télévision. Admettons que nous sommes loin de les avoir examinées en détail sans parler d'y avoir répondu !

Pour **les liens de participation**, nous avons mentionné déjà l'importance des jeux télévisés alors même que nous ne recueillions parmi nos interlocuteurs aucune participation effective à un jeu télévisé, ni même d'expérience par procuration dans un univers social proche. Par contre, les appels téléphoniques ou les cartes postales étaient mentionnés mais il reste difficile d'apprécier leur place dans la représentation que se fait le téléspectateur de sa place dans l'univers de la télévision.

**Les liens de reconnaissance** ont été recueillis dans les entretiens mais nous ne saurions en tirer beaucoup d'informations en rapport avec notre sujet. C'est plutôt sur l'image des chaînes en général qu'il nous semble intéressant d'attirer l'attention. Ces extraits, réunis en annexe, ne relèvent plus dès lors directement d'une problématique du lien, même s'ils s'agit toujours de reconnaissance, d'identification des chaînes, associées ici directement à un jugement.

**Les liens de représentativité** sont aujourd'hui limités aux associations de téléspectateurs. Celles-ci sont inconnues de nos interlocuteurs et toute idée de participation est à peu près exclue de leur part, de la même façon que toute action de protestation pour soutenir le jugement que l'on peut porter sur une émission ou sur une programmation. L'hypothèse d'un parlement de téléspectateurs a aussi été soumise pour faire réagir les interviewés vis-à-vis de la représentation civique de cette population, dont le seul trait commun est d'avoir acheté un téléviseur. Une partie des réactions consistait à rejeter tout appareil électif et à refuser de donner trop d'importance à la télévision, une autre partie soulignait l'intérêt d'une telle proposition, pour aussitôt s'inquiéter de la participation et de la représentation dans ce genre d'organismes, et surtout pour se demander quelles pouvaient être les conséquences –éventuellement contraires à ses propres intérêts– de l'application de ce modèle de démocratie représentative pour des goûts télévisuels changeants, souvent minoritaires, etc.

Cette question rejoint directement celle posée par le versement de la redevance et **les liens de paiement**.

## BIBLIOGRAPHIE

- AKTINSON J. Maxwell and John HERITAGE, **Structure of Social Action. Studies in Conversation Analysis**, NewYork-Paris : Cambridge UP et MSH, 1984.
- BABOULIN, Jean-Claude, GAUDIN, Jean-Pierre, MALLEIN, Philippe, **Le magnétoscope au quotidien**, Paris, Aubier, 1983.
- BANGE, Pierre, "Points de vue sur l'analyse conversationnelle", in **DRLAV**, n°29 ("Communiversation"), 1983.
- BAUDRILLARD, Jean, **Le système des objets**, Paris Gallimard, 1968.
- Beaud, Paul. - **La société de connivence, Media, médiations et classes sociales**, Paris : Aubier, 1984.
- BERNSTEIN, Basil, **Langage et classes sociales - Cadres sociolinguistiques et contrôle social**, Paris : Éd. de Minuit, DATE ?
- BIANCHI, Jean, "Dallas et les feuillets de la télévision populaire", *Études*, février 1984.
- BIANCHI, Jean, et Régine CHANCIAC **Feuillets et séries à la télévision française**, INA-IRPEACS, 1989.
- BLUMLER, Joy G. and Elihu KATZ, "The uses of mass communication", **Sage Annual Review of Communication**, 3, 1974.
- BOLTANSKI, Luc et Laurent THEVENOT, **Les économies de la grandeur**, Paris : PUF, 1989.
- BOLTANSKI, Luc, "La dénonciation", **Actes de la Recherche en Sciences Sociales**, n°51, mars 1984, pp 340.
- BOULLIER, Dominique "Les styles de relation à la télévision", **Réseaux**, n°32, 1988, pp.7-44.
- BOULLIER, Dominique, **L'impossible fraternité des ondes. La communication cibiste**, Rennes : LARES-CCETT, 1985.
- BOULLIER, Dominique, "Espace hertzien et espace public" **Espaces et Sociétés**, Avril 1988.
- BOULLIER, Dominique, "Quand communiquer, c'est coopérer", **Bulletin de l'IDATE**, juillet 1985, n°20, 145-
- BOULLIER, Dominique, "Cohabiter en Zup et sur la CB", **Annales de la Recherche Urbaine**, n°34, Juin-Juillet 1987, pp. 65-72.
- BOULLIER, Dominique, "Distance et appartenance dans les groupes médiatisés", **Communication au 5<sup>e</sup> Congrès national des Sciences de l'Information et de la Communication**, Rennes, mai 1986.
- BOULLIER, Dominique, **L'effet "micro" ou la technique enchantée, Rapports de générations et pratiques de la micro-informatique dans la famille**, Rennes : LARES- C'ETT, 1985.
- BOURDIEU, Pierre, **La distinction. Critique sociale du jugement**, Paris : Minuit, 1979.

BOURDON, Jérôme, "L'essor des sondages à la télévision française (1958-1974), vers l'indice exterminateur ?" **Popular Culture in France**, London : Macmillan, 1990 (à paraître)

CACHE, Bernard, "Rawls regarde la télévision : un système d'évaluation pour le service public", **Médiaspouvoirs**, n°14, Avril-Juin 1989.

Centre d'Etudes d'Opinion : "Les grands événements historiques à la radio et à la TV : qui les écoute ? Qui les regarde ?" **Les Cahiers de la Communication**, vol. 1, n°1, 1981.

CHAMBAT Pierre et Alain EHRENBURG, **Télévision. Essai d'identification d'un objet**, Paris : IRIS; 1986.

CHAMPAGNE, Patrick, - "La télévision et son langage : l'influence des conditions sociales de réception sur le message", **Revue Française de Sociologie**, XII, 1971.

CHAMPAGNE, Patrick, COMBESSIE, Jean-Claude et Alain SAYA, "Usages privés et usages politiques des moyens de communication", **Réseaux**, 13, 1985.

CHAMPAGNE, Patrick, "La restructuration de l'espace villageois", **Actes de la Recherche en Sciences Sociales**, n°3, 1975, pp. 43-67.

CICOUREL, Aaron, **La sociologie cognitive**, Paris : PUF, 1979.

de CERTEAU, Michel et Luce GIARD, **L'ordinaire de la communication**, Paris : DALLOZ, 1983.

de CERTEAU, Michel, **L'invention du quotidien**, Paris UGE (10/18), 1980.

FLAHAUT, François, "Sur le rôle des représentations supposées partagées dans la communication", **Connexions**, n°38, 1982.

GAGNEPAIN, Jean, **Du vouloir dire. Traité d'épistémologie des Sciences Humaines** (t. 1 : Du Signe, de l'Outil), Paris : Pergamon Press, 1982, (t. 2 : de la Personne, de la Norme : à paraître).

GERBNER, George, "Mass Media and Human Communication Theory" in DANCE F.E.X. (ed.) **Human Communication Theory**, n°4 : Holt, Rinehart and Winston, 1967, pp. 40-57.

GLICK, G.Q. and S.S. LEVY, **Living with television**, Chicago : Aldine, 1962.

GRUEL, Louis, "Conjurer l'exclusion. Rhétorique et identité revendiquée dans des habitats socialement disqualifiés", **Revue Française de Sociologie**, XXVI, Juillet-Septembre 1985, pp. 431-453.

GUMPERZ, John G., **Discourse strategies**, New-York Cambridge University Press, 1982,

GUMPERZ, John G., and Dell HYMES (eds) Directions in Sociolinguistics : **The Ethnography of Communication**, New York, Holt, Rinehart and Winston, 1972.

- HABERMAS, Jürgen, **L'espace public**, Paris : Payot, 1978.
- HABERMAS, Jürgen, **Théorie de l'agir communicationnel**, Paris : Fayard, 1987.
- HANNERZ, Ulf, **Explorer la ville**, Paris : Éd. Minuit, 1983.
- HENNION, Antoine "Une sociologie de l'intermédiaire : le cas du directeur artistique de variétés", **Sociologie du travail**, n°4, 1983, pp. 45,94,73.
- HENNION, Antoine, **La musique et l'accusation. Pour une ethnologie du solfège**, Paris : CSI-Mines, 1986.
- KAPFERER, Jean-Noël, **Rumeurs**, Paris : Le Seuil, 1986.
- KATZ, Elihu and Paul LAZARSFELD, **Personal Influence the part played by the people in the flow of mass communication**, Glencoe : Free Press, 1955.
- KATZ, Elihu, "The Two-step flow of communication : an up; todate report on an hypothesis", **Public Opinion Quaterly**, 1957, 1 pp. 67-78.
- LABOV, William, **Le parler ordinaire. La langue dans les ghettos noirs des États-Unis**, Paris : Éd. Minuit, 1978.
- LATOURE, Bruno, **Les Microbes : Guerre et Paix Suivi de Irréductions**, Paris : A.M. Métaillié-Pandore, 1984.
- LULL, James.- "The naturalistic study of media use and youth culture " in ROSENGREN, WENNER and PALMGREEN, **Media Gratifications Research - Current Perspectives**, Beverly Hills : Sage, 1985.
- LULL, James, "The Social uses of television", **Human Communication Research**, vol. 6 n°3, Spring 1980.
- Mac LUHAN, Marshall, **Pour comprendre les media**, Paris, Maine, 1968.
- Mac QUAIL, Denis (ed) **Sociology of Mass Communications**, Harmondworth : Pengin Books, 1972.
- Mac QUAIL, Denis, **Communication**, London : Longman, 1975 (tnd ed : 1984).
- Mac QUAIL, Denis, **Mass Communications Theory. An Introduction**, London : Sage, 1983.
- MATTELART, Armand et Michèle, **Penser les media**, Paris La Découverte, 1985.
- MEADEL, Cécile, "De la formation des comportements et des goûts", **Réseaux**, n°39, 1990.
- MEADEL, Cécile, **Publics et mesures. Une sociologie de la radio**, Paris : CSI-Mines, 1986.
- MERTON, Robert K et P.F. LAZARSFZLD, "Mass Communication, popular taste and organized social action" in L. BRYSON (ed) **The Communication of Ideas**, New York, Harper and Row, 1948.

- MISSIKA, Jean-Louis et Dominique WOLTON, **La folle du logis. La télévision dans les sociétés démocratiques**, Paris : Gallimard, 1983.
- MOUSSEAU, Jacques. " La programmation d'une chaîne de télévision", **Communication et langages**, n°80, 2<sup>ème</sup> trimestre 1989.
- NEUMAN, W, Russel, " Television and American Culture : The Mass Medium and the Pluralist Audience ", **Public Opinion Quarterly**, 1982, vol. 46, pp. 471-487.
- PERRIAULT, Jacques, **Mémoires de l'ombre et du son. Une archéologie de l'audio visuel**, Paris : Flammarion, 1982.
- QUERE, Louis, **Des miroirs équivoques**, Aubier, 1983.
- RAWLS, John, **Théorie de la justice**, Paris : Le Seuil, 1987 (tr. Fr.)
- RILEY J. and RILEY W., " A sociological approach to communication research ", **Public Opinion Quarterly**, vol. 15, 1951, pp. 445-460.
- ROSENGREN, Karl Erik and Swen WINDAHL, " Mass Media Consumption as a Functional Alternative ", in Mc QUAIL (ed) **Sociology of Mass Communications**, 1972.
- ROSENGREN, Karl Erik, Lawrence A. WENNER and Philip PALMGREEN, **Media Gratifications research. Current Perspectives**, Beverly Hills : Sage, 1985.
- SCHEGLOFF, E. and SACKS, Harvey, " Opening up closings ", **Semiotica**, n°8, 1973.
- SCHEGLOFF, Emmanuel " Sequencing in conversational openings ", in GUMPERZ, HYMES (eds), **Directions in Sociolinguistics**, 1972.
- SCHUTZ, Alfred, **The Phenomenology of the Social World**, Evanston : Northwestern University Press, 1962.
- SENNETT, Richard, **Les tyrannies de l'intimité**, Paris : Le Seuil, 1979.
- SIMMEL, Georg, " Sociologie de la sociabilité ", **Urbi** n°III, 1980.
- SOUCHON, Michel, " Les programmeurs et leurs représentations du public ", **Réseaux**, n°39, 1990
- SOUCHON, Michel, **Petit écran, grand public**, Paris : La Documentation Française, 1980.
- TOSQUELLES, François, " Religieux et religieuses au service du malade mental. De l'aspect thérapeutique de la relation malade-religieux hospitaliers ", **Présences**, n°70, 1960 (republié dans L'inter-dit, n°2, Nantes, 1978.)
- TURKLE, Sherry, **The second self**, New York : Simon and Schuster, 1985.
- VERON, Eliseo, **Construire l'événement. Les media et l'accident de Three Miles Island**, Paris : Éd. Minuit, 1981.
- WIRTH, Louis, " Consensus and mass communication ", **American Sociological Review**, vol. 13, 1948, pp. 1-14.



Les références listées ici ont toutes été publiées avant 1990. Le lecteur trouvera ici un complément sur mes travaux publiés sur ce thème de la télévision depuis cette date (une liste complète est consultable sur [www.utc.fr/costech](http://www.utc.fr/costech))

- BOULLIER, Dominique.- **L'urbanité numérique. Essai sur la troisième ville en 2100**, Paris : L'Harmattan, 1999.
- BOULLIER, Dominique - "Quand le téléspectateur cause" in BELISLE, Claire (éd.), **Communication et Nouvelles Technologies**, Lyon : PPSH, 1993.
- BOULLIER, Dominique - Chapitre "France" in J. Mitchell et Jay G. Blumler (eds), **Television and the viewer Interest. Explorations in the Responsiveness of European Broadcasters**, London : John Libbey, 1994.
- BOULLIER, Dominique - "Construire le téléspectateur : récepteur, consommateur ou citoyen ?" in A. VITALIS (dir.) **Médias et nouvelles technologies - Pour une socio-politique des usages**, Rennes : Editions Apogée, 1994, pp 63-74.
- BOULLIER, Dominique.- " La télé est en vous ", in A. Delarge et J. Spire, **La télé au logis**, Ecomusée de Fresnes, Creaphis, 2002 (catalogue de l'exposition " Viens chez moi, y a la télé "), pp. 165-174.
- BOULLIER, Dominique.- "Savez-vous parler télé ?" **Médias Pouvoirs**, n° 21, 1991.
- BOULLIER, Dominique.- " Internet et télévision : une convergence tentante et improbable ", **Les dossiers de l'Audiovisuel**, n° 89, Janv-Fév 2000, pp. 49-52.
- BOULLIER, Dominique.- " Un public présumé paresseux? " **Les Dossiers de l'Audiovisuel**, 2001, n°100, pp. 77-79.
- BOULLIER, Dominique.- « Les conditions des usages. Matérialité et interusabilité », **Les Dossiers de l'Audiovisuel**, n°103, 2002, pp 41-44.
- BOULLIER, Dominique.- « Audience : Du téléspectateur consommateur au téléspectateur citoyen », **Hermès**, 2003.
- BOULLIER, Dominique.- "Savez-vous parler télé ?" **Journée Internationale "Les télévisions d'Europe"**, Paris, Centre Pompidou, 13 Décembre 1990.