Questions de communication

8 | 2005
Mondes arabophones et médias

Cécile MÉADEL, dir., « Public, cher inconnu ! », *Le Temps des médias*, *3*

Paris, Nouveau Monde Éd., aut. 2004, 286 p.

Céline Ségur

Édition électronique
URL : http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/5857
DOI : 10.4000/questionsdecommunication.5857
ISSN : 2259-8901

Éditeur
Presses universitaires de Lorraine

Édition imprimée
Date de publication : 1 décembre 2005
Pagination : 487-489
ISBN : 978-2-86480-868-8
ISSN : 1633-5961

Référence électronique
Céline Ségur, « Cécile MÉADEL, dir., « Public, cher inconnu ! », *Le Temps des médias*, *3* », *Questions de communication* [En ligne], 8 | 2005, mis en ligne le 29 mai 2012, consulté le 08 avril 2021. URL : http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/5857 ; DOI : https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.5857

Ce document a été généré automatiquement le 8 avril 2021.

Tous droits réservés

Cécile MÉADEL, dir., « Public, cher inconnu ! », *Le Temps des médias, 3*

Paris, Nouveau Monde Éd., aut. 2004, 286 p.

Céline Ségur

RÉFÉRENCE

Cécile MEADEL, dir., « Public, cher inconnu ! », *Le Temps des médias, 3*. Paris, Nouveau Monde Éd., aut. 2004, 286 p.

1 Participer à la conceptualisation de la notion de public *via* un panorama pluridisciplinaire de travaux empiriques et de réflexions sur le sujet : tel est le projet de cette troisième livraison de la revue *Le Temps des médias*. D'emblée, le lecteur peut s'étonner de l'intitulé du dossier « Public, cher inconnu ! » dans une « revue d'histoire ». Certes, l'objet est traité de toutes parts en sciences humaines et sociales (notamment sciences de l'information et de la communication, science politique et sociologie), on peut envisager aussi de l'aborder sous un angle historique : *i. e.* esquisser la genèse et l'évolution de la notion. Au-delà de ce projet, rappelons que certains tenants de la discipline sont à l'origine d'essais de conceptualisation de l'objet (voir Sorlin P., « Le mirage du public », *Revue d'histoire moderne et contemporaine*, 39, 1992, pp. 86-102). En outre, le dossier embrasse des problématiques plus larges, d'autant qu'il rassemble des « habitués » de la question traitée (outre la contribution de Cécile Méadel qui dirige l'ensemble, figurent celles de Jérôme Bourdon, Daniel Dayan, Jacques Durand et Pierre Sorlin) et des auteurs « profanes » : pour un enrichissement du débat ?

2 Une précision liminaire s'impose au lecteur : les discours portent (seulement) sur les publics médiatiques (au sens large : les publics du cinéma, du livre, de la presse, de la radio et de la télévision) ; ils interrogent les relations entre ces médias et leurs usagers, du point de vue des uns – celui des éditeurs et des publicitaires (Christian Pradié), des dirigeants de chaînes de télévision (Cécile Méadel), des rédactions de presse hebdomadaire (Véronique Odul) – et des autres – le courrier des lecteurs (Claire

Blandin), les habitants de Tsanzaguru (Afrique, Knut Lundby et Daniel Dayan). En outre, et surtout, les contributeurs concourent à identifier des publics (et non un public comme le suggère l'intitulé du dossier) : leur nature, composition, activité(s) et la(es) manière(s) dont ils font sens. On constate qu'il existe autant de publics, d'une part, que de supports dont il peut y avoir réception et, d'autre part, que d'outils mis en œuvre pour les circonscrire (définition de corpus de courriers, de discours éditoriaux, représentation statistique, groupe d'individus observé...) : les personnages de roman-lecteurs et les lecteurs de ces romans (Anne-Claude Ambroise-Rendu), communauté villageoise africaine mise en contact avec une télévision (Knut Lundby et Daniel Dayan), lecteurs engagés (Claire Blandin) et auditeurs (David Michael Ryfe), possesseurs de postes à transistors (Elvina Fesneau), etc. Aussi les publics dont il est question sont-ils tour à tour caractérisés selon leur activité, leur pratique, leur consommation, leur position, leur statut ontologique... Que produit la juxtaposition de cette variété de définitions ? Face à ce panorama polyphonique, qu'apprend-on en terme de conceptualisation ? En écho à des problématiques soulevées depuis plusieurs années sur la construction artefactuelle des publics (notamment par le chercheur *via* la situation d'enquête) (voir Proulx S., dir., *Accusé de réception*, 1998, Paris, Éd. L'Harmattan), les auteurs décortiquent les façons dont les individus se constituent en communautés – les illustrations les plus probantes sont les lecteurs qui se manifestent comme tels par l'envoi de courriers parfois polémiques, souvent engagés, aux rédactions des médias – ou sont constitués comme telles par une instance productrice – *e. g.* lorsque l'auteur d'un roman déclare que son personnage est un « lecteur », les écoutes collectives obligatoires dans l'Allemagne du IIIe Reich. Malgré les détails livrés dans les discours, on aimerait y lire des attributs plus caractéristiques et davantage différentiels ; autrement dit, voir se dessiner des typologies des publics. En effet, l'ensemble traite de l'objet sans pousser plus en avant la réflexion sur les fondements conceptuels de la notion, ses définitions et cadres. Si les contributeurs proposent des réponses à une question esquissée par les recherches préalables (à partir de quand un public est-il public ?), une nouvelle surgit : de quel public parle-t-on ?

3 Au-delà de cette problématique, il est intéressant de relever que les discours empruntent à des champs variés (histoire, littérature, sociologie), sans vraiment se confronter. Ils apparaissent comme des comptes rendus d'études – non dénués d'intérêt et de richesses empiriques –, mais ils risquent de sembler pauvres en problématisations pour le lecteur familier de l'objet. Ceci dit, la question d'une théorisation de l'objet est abordée de manière frontale par Jérôme Bourdon et Pierre Sorlin. Le premier envisage la question d'une théorie du public avec les yeux de l'historien : il passe en revue le traitement de l'objet par les différents champs disciplinaires. Ceci afin de proposer un essai de conceptualisation à partir de l'idée de « représentations » du public : celle qui se manifeste au moment du contact entre le message et des agents sociaux (le producteur le construit en fonction d'une représentation de ceux auxquels il s'adresse) ; celle qui préside aux liens unissant les agents sociaux. La notion renvoie alors aux croyances suscitées par ce double processus : les individus croient qu'il se passe quelque chose ; ceci forme l'idée d'être un public. Le second, fort d'une réflexion esquissée depuis plus de 10 ans (voir *supra*), propose de focaliser cet essai théorique sur les publics du cinéma, considérés comme « objet à construire ». Le propos consiste à éclairer les pratiques des usagers, d'un point de vue successivement social, anthropologique, culturel, historique et économique – à nouveau, la perspective pluridisciplinaire semble incontournable. Mais l'auteur est

confronté à une limite partagée par ceux qui étudient les expériences spectatorielles (notamment téléspectatorielles) : la difficulté à mesurer ce que les médias font aux gens. On pensait cette problématique révolue, au profit de celle interrogeant « ce que les gens font des médias ».

4 Plus généralement, la question posée par Pierre Sorlin est un des aspects importants présenté dans ce dossier : sujets d'une variété d'enquêtes empiriques, les publics sont des objets à construire. Cette ambivalence est manifeste dès les propos introductifs de Cécile Méadel (p. 8) : « La notion est à la fois familière, immédiate, mais aussi aléatoire et instable. Premier constat massif, quasi brutal : après tant d'années de recherche, nous n'en savons encore guère sur les publics ; nous nageons dans les conjectures, nous traquons les définitions, les traces [...] ». En résumé, *Le Temps des médias* s'inscrit dans un domaine de recherche en pleine effervescence ; non seulement le lecteur a accès aux résultats récents d'enquêtes empiriques sur la nature et la constitution des publics, il assiste aussi à l'émergence de théorisations de la notion. Que le lecteur ne s'y trompe pas : « public » est ici envisagé en tant que substantif et l'on ne traite pas de l'adjectif (*i. e.* les idées d'espace public ou d'opinion publique). Aussi le dossier est-il circonscrit au traitement des groupes d'individus nommés publics, à la manière d'une annonce du cadre d'un axe de recherche ainsi singularisé au sein des études sur les pratiques spectatorielles, dont la profession de foi serait celle énoncée par Jérôme Bourdon (p. 12) : « La réception des messages peut être difficile à appréhender, mais elle est bien la terre promise, l'aire la plus passionnante, là où les médias atteignent de vastes parties du corps social, influent (ou non) sur leurs usagers, sont lus ou "décodés" (de façon aberrante ou non), affectent l'histoire générale et notre histoire actuelle ». La recension de la troisième livraison du *Temps des médias* ne saurait être complète sans que l'on souligne la transcription d'entretiens menés auprès de figures importantes du champ professionnel de l'étude des publics de télévision (Jacqueline Aglietta et Michel Souchon) ; ceci dit, on aimerait en lire davantage sur le parcours et les points de vue de ces acteurs « de l'intérieur », sur le fonctionnement des institutions qu'ils ont dirigées, celles-ci produisant le matériau de base de nombre de travaux (quantitatifs) sur les publics.

AUTEURS

CÉLINE SÉGUR

CREM, université Paul Verlaine-Metz
cesegur@yahoo.fr