



Les recherches sur les publics en Sciences de l'Information et de la Communication

Frédéric Gimello-Mesplomb, Jean-Christophe Vilatte

► To cite this version:

Frédéric Gimello-Mesplomb, Jean-Christophe Vilatte. Les recherches sur les publics en Sciences de l'Information et de la Communication. *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, 2015, 7. hal-01806629

HAL Id: hal-01806629

<https://hal.science/hal-01806629>

Submitted on 4 Jun 2018

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

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



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - ShareAlike 4.0 International License

Revue française des sciences de l'information et de la communication

7 | 2015 :

Les recherches sur les publics en Sciences de l'Information et de la Communication

Les recherches sur les publics en Sciences de l'Information et de la Communication

FRÉDÉRIC GIMELLO-MESPLOMB ET JEAN-CHRISTOPHE VILATTE

Texte intégral

Introduction

- ¹ La notion de public n'a cessé d'être débattue par les sciences humaines et sociales depuis que ces dernières s'en sont emparées pour en faire un objet d'étude et de recherches. Cependant, très tôt, la notion de public a été dénoncée comme relevant d'un artefact conduisant à des représentations réductrices d'une réalité complexe. Hormis quelques articles pertinents et dossiers thématiques, le terme de « public », entendu au singulier, a été dissous depuis une quinzaine d'années dans son pluriel, dans une relative indifférence, et sans que la réflexion sur cette évolution ne réveille quelque appétit à la questionner. Or, l'emploi du pluriel, sur lequel les analystes du présent dossier semblent s'accorder, traduit une vision dynamique, la pluralité du phénomène, son hétérogénéité, la diversité ressentie, mais également un certain malaise quant à la manipulation du concept, lié à son instabilité. Parler de public(s) consiste souvent à légitimer, mais aussi, dans le même temps, à dénoncer cette catégorie comme étant poreuse, instable, fuyante, arbitraire, équivoque, qui se dérobe à la fois d'un point de vue épistémologique, méthodologique, mais aussi matériel. Fiévreusement discuté, le terme est toutefois sans cesse restauré et convoqué, et apparaît comme indispensable pour nourrir les recherches en Sciences de l'information et de la communication, et contribuant à structurer le

champ des études de réception. Aujourd'hui, la définition de « public(s) » repose davantage sur un consensus que sur une définition unilatéralement opératoire. Il est également admis que le côté volontiers cacophonique des débats sur le(s) publics n'est pas forcément lié aux propositions définitionnelles apparemment contradictoires, mais plutôt au fait que ces dernières portent sur des objets et terrains hétérogènes autorisant l'usage de déclinaisons davantage opératoires en fonction de la « spécificité » de leurs publics.

2 C'est en inventant, finalement, une démarche propre, inter- ou transdisciplinaire que les sciences de l'information et de la communication abordent cet objet, en tentant de confronter, de comparer, et de discuter si la question de(des) publics est réductible ou pas aux modèles des sciences sociales ayant permis, jusqu'ici, de penser les collectifs d'individus et leurs modalités d'engagement dans l'action, mais également de se penser en tant que communauté. Ainsi, si les recherches en SIC ont d'abord cherché à définir les publics à travers les caractéristiques des objets auxquels des individus pouvaient éprouver un attachement, d'autres approches, comme la sociologie des publics, ont revisité les modèles de stratification sociale et des prédispositions, tandis que les perspectives cognitives et psychosociales faisaient de même avec les réactions et phénomènes de perception. Appréhender les pratiques dites « populaires » comme une culture en soi, a permis, à d'autres, de cerner tous les publics dans leur complexité et de se débarrasser de certains cadres normalisateurs qui pouvaient conduire à interroger les nouvelles catégorisations des publics. Les perspectives modernes, sinon postmodernes, sur l'autonomie de l'individu, liées à l'évolution des dispositifs sociotechniques de consommation et du niveau global d'éducation à l'échelle mondiale ont, à leur tour, contribué à bousculer les points de vue traditionnellement portés jusqu'ici sur la question des publics. Tandis que certains chercheurs ont examiné les diverses formes d'identité entre objets et publics, comme en témoigne la montée en puissance du paradigme de l'*expertise* du jugement dans les recherches sur les publics, d'autres ont exploré la question des liens sociaux. L'observation de nouvelles formes de collectifs sur Internet conduit à faire dialoguer des concepts tels que ceux de publics, d'usagers, de communautés, de collectifs, ou encore d'audiences, concepts issus initialement de recherches distinctes (approches de la réception, sociologie des usages, etc.), brouillant ainsi encore davantage leurs frontières. Les manifestations scientifiques organisées sur le sujet des publics par les unités de recherche en Sciences de l'information et de la communication ¹ témoignent, pour autant, de l'intérêt renouvelé pour une thématique de recherche toujours féconde lorsqu'elle interroge des objets ou des pratiques (presse, télévision, pratiques culturelles et de sortie, festivals, pratiques domestiques et/ou marchandes, outils numériques et mobiles, réseaux sociaux, médias numériques, etc.).

3 Chaque objet, chaque pratique culturelle ou médiatique, a contribué à développer des méthodes d'approche et des outils de mesure quantitatifs et/ou qualitatifs, puisant dans les travaux pionniers consacrés à la question de la réception qui ont marqué les sciences sociales des cinquante dernières années. L'ambition de ce dossier est moins de proposer une conception systématique du (des) public(s) en sciences de l'information et de la communication que de fournir une vue d'ensemble — de manière moins contradictoire que complémentaire — de ces différentes approches et de la façon dont ces dernières ont nourri un concept central des recherches dans cette discipline. Sans prétendre à l'exhaustivité, car il présenterait alors des lacunes, ce dossier entend, avant tout, montrer la richesse heuristique de cette entrée de recherche, en retracer l'évolution, et donner au lecteur quelques fils directeurs pour s'y orienter.

- 4 Au risque de conférer à ce dossier un caractère parfois inégal, nous avons fait le choix de retenir des contributions couvrant un large spectre de terrains dans lesquels les SIC possèdent une « culture » de la recherche sur les publics (télévision, radio, transmédia, musées), mais aussi d'autres, moins arpentés (livre de poche, festivals) qui sont autant d'espaces de réflexion où les questions de méthode pour approcher les publics se posent avec une acuité tout aussi vive que dans les premiers.
- 5 Nous avons épargné au lecteur une introduction de dossier qui retracerait la généalogie de cette tradition de recherche ancienne en SIC dans la mesure où Céline Ségur s'y est attelée avec rigueur, à travers une contribution documentée portant sur la genèse des études des publics de la télévision et ses évolutions conceptuelles ultérieures, et dont nous savons qu'elles eurent une influence déterminante pour structurer le champ des SIC. Comme l'auteure le rappelle à juste titre, dans ce domaine disciplinaire, les terminologies « audience », « réception », « influence », voire « téléspectateurs » ont été alternativement utilisées pour qualifier les recherches sur « ceux qui regardent la télévision ». Elles correspondaient à des approches certes voisines, souvent complémentaires, mais pas toujours différenciées, avant que l'usage de la terminologie « publics » ne s'impose, avec les contours d'une méthode d'approche relativement précise, celle qui s'intéresse à des collectifs identifiés, actifs, et plus ou moins circonscrits. L'autre vertu du texte de Céline Ségur provient de l'intérêt qu'il porte à la manière dont cette acception est devenue consensuelle en SIC, plus exactement comment la prise en charge de cet objet par une discipline, en l'occurrence les SIC, a influencé le concept même de « public », en contribuant à son positionnement académique et à sa construction comme objet de recherche. Cette question épistémologique reste d'ailleurs posée, en filigrane, dans l'ensemble des contributions retenues pour ce dossier qui rend évidemment compte de l'hétérogénéité des approches de cet objet, mais aussi, à notre surprise, du décentrage des foyers de réflexion des études sur les publics.
- 6 Ainsi, au moins deux contributions signalent, appuient, ou discutent, les travaux de littérature « grise » produits par le milieu de l'édition littéraire et celui de l'exploitation cinématographique, en soulignant, chacune à leur manière, les ambiguïtés conceptuelles, la plasticité des catégorisations de lecteurs ou de spectateurs dès lors que le contexte d'approche autorise l'usage de sous-catégorisations à des fins pratiques, économiques, ou servant la raison statistique, pour ne pas dire politique, ce que souligne l'une des contributions. Il s'agit, tout d'abord, du texte d'Hélène Laurichesse sur les recherches sur les spectateurs de cinéma, dans lequel l'auteure souligne le paradoxe entre l'abondance et la finesse des données statistiques produites sur les publics tant par les services du CNC, du ministère de la Culture (DEPS), que par les industriels de la distribution et de l'exploitation cinématographique, que leur finalité « non pratique » pour le chercheur dans la mesure où ils segmentent encore les publics selon différents canaux de distribution reprenant la chronologie des médias (salles de cinéma, TV, VoD, Internet, etc.). Pour Hélène Laurichesse, cette tradition permet difficilement de rendre compte, aujourd'hui, des logiques de « convergence » théorisées par le modèle d'Henry Jenkins et dont la réflexion sert de fil conducteur à l'ensemble de l'article. Hélène Laurichesse conclut par un encouragement à croiser les méthodes d'approche afin de rendre compte de la diversité des formes de consommation et de transmission de la culture cinématographique et de ses principaux objets de médiation sociotechnique, les films.
- 7 Willian Eduardo Righini de Souza, montre également, dans sa contribution « Les publics du livre de poche dans la construction du discours sur la démocratisation culturelle au Brésil » de quelle manière, dans un pays où le

taux d'alphabétisation reste encore bas, l'idéologie de la démocratisation de la lecture auprès des publics des classes populaires s'est imposée par l'entremise des professionnels de l'édition proposant à la vente des collections de livre de poche. De Souza met en lumière un paradoxe national qui consiste à penser que le livre de poche constitue le principal outil des politiques publiques de lutte contre l'illettrisme au Brésil dans la mesure où a) il s'adresserait objectivement, de par un prix d'accès extrêmement bas, aux moins instruits appartenant aux classes populaires et b) il leur permettrait d'accéder plus facilement aux « classiques » de la littérature, édités usuellement en livre de poche. C'est dans cette ambiguïté conceptuelle, où l'on cherche vainement l'idée de médiation, que réside, selon l'auteur, l'intérêt à travailler cet objet comme terrain de recherche dans la mesure où la statistique ministérielle brésilienne mobilise alternativement les catégories de « lecteurs » ou de « non—lecteurs », ce qui autorise (in)volontairement l'usage de ces schémas de pensée et, par conséquent, de légitimation des politiques de lecture publique. Enfin, tout comme Olivier Thevenin souligne, dans sa contribution, que le facteur temps est une variable à prendre en compte pour mesurer les attachements des individus à leurs loisirs, Willian Eduardo Righini de Souza souligne que les publics sortant des dispositifs de médiation du livre (notamment en système carcéral) se retrouvent confrontés à nouveau aux effets de ce facteur temps (et à la concurrence des autres offres culturelles) et qu'il s'agit, sans doute, ici, d'une piste de recherche à investir pour mieux comprendre les dynamiques d'attachement des publics de la lecture dans les pays du Sud.

8 Deux autres contributions de ce dossier mettent en lumière, avec profit, les *régimes d'historicité* des recherches sur les publics, dans des champs aussi divers que le réseau Usenet des pionniers du Web des années 90 et la muséologie de la même période. Ainsi, Camille Paloque-Berges, dans « L'imaginaire du "grand public" au tournant du Web (1993-1997) » montre de quelle manière les utilisateurs « experts », impliqués dans le développement d'Internet, ont contribué à façonner l'idéaltype des nouveaux publics sur les réseaux, qu'il s'agisse des « publics participatifs » ou du « grand public » de consommateurs des médias en réseaux. Cette approche génétique pose avec justesse la question d'une médiation propre à la transmission des savoirs techniques sur et à *propos* d'Internet en situant l'observation dans un moment-clé de la transition technologique, politique et économique d'Internet (1993-1997). Basé sur l'étude des discussions de groupes d'informaticiens sur *Usenet*, l'ancêtre des réseaux socionumériques, et leurs interactions avec les néophytes en matière de connaissances techniques sur l'usage des réseaux, Camille Paloque-Berges fait émerger trois figures de la médiation des savoirs d'usage de l'informatique en réseau qui illustrent une série de crises générées par des prises de conscience critiques qui ont marqué le paysage des réseaux de communication autour de la notion, mais aussi de la crainte, de ce que l'on appelait alors le prochain « grand public » de l'Internet.

9 Historiquement situé dans la même période de référence, les années 1990, l'article de Nathanaël Wadbled, « Le paradigme des publics dans la muséologie des années 1990 », pose une question similaire. Il montre comment, dans le cadre des musées, a évolué la prise en compte du public, dans un courant particulier en muséologie communément appelé « l'éducation muséale ». Dès la fin du 19^e, les musées américains se sont, en effet, préoccupés de connaître la composition de leur public, de savoir ce que venaient chercher les visiteurs et quels étaient leurs intérêts. Ce souci du public découle en partie du rôle éducatif qui est reconnu à cette institution. L'auteur ne débute toutefois son étude qu'à partir des années 1990, en montrant comment s'est opéré, au cours de cette période, un véritable changement de paradigme(s) dans la conception des chercheurs en muséologie avec le passage d'un modèle rationnel centré sur

l'intervention (fondée sur un programme) auprès d'un public, à un modèle mettant en avant l'« expérience » singulière du visiteur dans le cadre d'un contexte, libre de ses choix d'apprentissage. Dans ce changement, la place du visiteur dans le musée et son statut s'en trouvent totalement modifiés, ainsi que l'approche de la notion de public (public *versus* publics ou visiteurs). Cette évolution est toutefois jugée non suffisante par l'auteur, en étant encore trop marquée par la dialectique entre public(s) pensé(s) et public(s) réel(s) quand il s'agit d'approcher le(s) public(s) des musées.

10 Cette question des constructions imaginaires des publics médiatiques, rejaillit à travers deux autres contributions de ce dossier portant sur deux terrains distincts : celles de Damien Malinas et Raphael Roth sur les publics des festivals, et celle de Nozha Smati et Pascal Ricaud sur les publics de la radio. Dans leur article « Les festivaliers comme publics en SIC. Une sémio-anthropologie des drapeaux et emblèmes communicationnels du festival des Vieilles Charrues », Damien Malinas et Raphaël Roth présentent les résultats d'une enquête sur la sémiotique des drapeaux, et emblèmes confectionnés par les publics du festival des Vieilles Charrues, en Bretagne. Cette recherche-action mobilise les outils de la sémiotique et de l'anthropologie de la communication, un choix qui s'est imposé aux enquêteurs pour aborder les pratiques festivières et analyser les usages de ces formes totémiques qui participent à l'expérience musicale en festival. À travers les rituels que décrit avec profit cette contribution, se dessine le portrait d'un public *participant* attaché à des formes iconiques de ralliement dont l'interprétation mobilise autant l'héraldique que la sémiotique. Au-delà de la perspective épistémologique originale du projet, ce point de vue sert également le questionnement autour de l'intérêt d'une sémio-anthropologie de la communication pour observer les pratiques festivières en sciences de l'information et de la communication.

11 Après les festivals bretons, Nozha Smati et Pascal Ricaud poursuivent cette réflexion en allant camper leur terrain dans la rédaction parisienne de RFI. À travers les discours des journalistes de Radio France internationale, et selon une approche compréhensive, leur contribution propose d'analyser les nouveaux modes de relation et de représentation des publics par les professionnels de la radio utilisant les réseaux sociaux numériques pour communiquer avec leurs auditeurs. Entre injonctions des rédactions parisiennes du groupe « France Médias Monde » (France 24, RFI et Monte-Carlo Doualiya), émettant depuis Paris vers 5 continents en 14 langues différentes, diversité des attentes des auditeurs de par les inégalités d'équipements technologiques et d'accès à Internet, cet article permet de percevoir les tensions à l'œuvre dans un métier qui se cherche de nouvelles voies de communication. En cherchant à appréhender les mutations et adaptations de la profession au nouvel environnement numérique et relationnel des réseaux sociaux, l'article pose la question des évolutions des figures des publics radiophoniques, en questionnant également le sens donné aux liens, interactions et représentations des publics construits par les journalistes rencontrés dans cette enquête.

12 Olivier Thévenin livre enfin, à travers une contribution dense, « Publics, médias de masse et participation culturelle ; trois concepts interdépendants » une analyse plus spécifique des relations entre médias et pratiques (de consommation) culturelle(s). Cet article propose une revue de littérature de la notion de « public », montrant que ce dernier renvoie surtout à un statut provisoire et qu'il faudrait envisager les « dynamiques croisées » et « la dimension relationnelle des activités médiatiques, culturelles et de loisir comme interdépendantes » pour l'approcher. Retraçant de façon limpide la généalogie de ces idées depuis les années quarante, l'auteur restitue la réalité

d'un champ de recherches riche, en montrant comme la focale des travaux sur le public s'est progressivement déplacée dans un contexte en profonde évolution et mutation, ce dernier jouant sur les formes de relations aux médias, à la culture et aux loisirs. Olivier Thévenin, dans une approche critique de la question, montre à la fois l'intérêt, mais aussi les limites et surtout les rendez-vous manqués des différents courants de recherche qui ont porté sur les publics des médias, de la culture et du loisir, au cours de ces huit dernières décennies. Il met en évidence la nécessité, aujourd'hui, de tenir compte de la question des sociabilités dans les recherches traitant de la question des publics, mais également la nécessité de prendre en considération le rapport au *temps* utile des individus, plus exactement « les logiques diversifiées d'un rapport aux temps qui témoignent à la fois de la diversité des expériences et des chemins d'accès à la culture ». Cette dernière variable lui apparaît comme une approche prometteuse en sciences de l'information et de la communication pour les années à venir.

13 *Last but not least*, après avoir décliné à travers les différentes contributions de ce dossier les dynamiques collectives de participation, un article au titre sibyllin, clôt ce dossier en revenant — tout en nous invitant à nous en rappeler — sur l'élément constitutif originel du public : l'individu. Trois entrées sont ici convoquées : l'individu, la prescription numérique automatisée, et les œuvres. En effet, il n'est pas une plate-forme en ligne qui n'ait pas développé, aujourd'hui, un système de prescriptions qui vise à recommander automatiquement à tout spectateur un film, une série ou un spectacle en fonction des choix qu'il a déjà faits. Mais quelle est cette nouvelle relation que l'on nous propose d'entretenir avec des œuvres « recommandées » par un collectif de publics anonymes dont on nous dit qu'il nous ressemble mais que nous ne connaissons pas ? Comment les notions mêmes de « spectateur » et de « public » se redéfinissent-elles sur la base de nos choix partagés ? Même prise en charge par un logiciel de prescription, toute recommandation demeure une « construction » sociologique basée sur des algorithmes propres au cheminement culturel de chaque individu. Les systèmes automatisés de recommandation ont construit une communauté sociale virtuelle tellement fine dans ses choix individualisés que les publics s'y reconnaîtraient finalement assez peu. Cela reviendrait-il à opposer les communautés de goûts au solutionnisme technologique, la sociologie des publics à une chimérique « sociologie du spectateur » ? S'appuyant sur les apports de la socio-anthropologie de la réception dont il s'est nourri dans ses travaux, mais aussi de sa position privilégiée d'observateur en sa qualité de Président du Haut conseil de l'éducation artistique et culturelle, c'est cette réflexion qu'Emmanuel Ethis propose de partager dans ce dossier de la RFSIC. Prenant le contre-pied du nouveau positivisme ambiant voyant dans la recommandation automatisée un nouveau mode de prescription des publics, plus moderne que Libé, Arte, ou Télérama, plus en phase avec son temps que le simple bouche-à-oreille dans la file d'attente ou devant les affiches de cinéma, c'est, pour Emmanuel Ethis, parce qu'il est un évident et commode « répondant » social que l'algorithme informatique vient aussi facilement se substituer à l'espace conversationnel du partage des œuvres entre individus. En s'appuyant sur la nouvelle « *Le journal d'une obsession* » du romancier anglais Jonathan Coe², dans lequel Coe raconte, d'année en année, son obsession pour le film de Billy Wilder, *La vie privée de Sherlock Holmes* (1970), Emmanuel Ethis montre qu'il demeure des œuvres obsessionnelles que nous rendons irréductibles à toute prescription mécanique, et à l'aune desquelles nous construisons la quasi-totalité de notre carrière de spectateur.

14 C'est ainsi, en revenant sur l'individu et sa relation d'attachement aux objets culturels, que se clôt temporairement ce dossier de la RFSIC, non sans avoir

permis aux différents auteurs de débattre, confronter des points de vue, nous donner à réfléchir à des voies nouvelles, et nous permettre, sinon de proposer une définition unilatéralement opératoire des publics, du moins donner matière à vérifier que la porosité définitionnelle actuelle du terme de « publics » constitue, en somme, une valeur heuristique qui n'est toujours pas démentie en SIC, et c'est sans doute ce qui en fait son principal attrait.

Notes

1 L'idée originelle de ce dossier est née des réflexions soulevées à l'occasion d'un séminaire de recherche organisé durant l'année 2013-2014 au sein de l'équipe *culture et communication* du Centre Norbert Elias (UMR UAPV-CNRS-EHESS-AMU), et portant sur les méthodes et concepts d'approche des publics. Les travaux produits à cette occasion ont été complétés et élargis, l'année suivante, à travers un appel à contribution relayé par la SFSIC et par les différents réseaux de la discipline afin de produire ce dossier thématique et multi-entrées sur l'épistémologie de ce concept-clé des SIC.

2 Jonathan Coe, *Désaccords imparfaits*, Gallimard, 2012, pour la traduction française.

Pour citer cet article

Référence électronique

Frédéric Gimello-Mesplomb et Jean-Christophe Vilatte, « Les recherches sur les publics en Sciences de l'Information et de la Communication », *Revue française des sciences de l'information et de la communication* [En ligne], 7 | 2015, mis en ligne le 30 septembre 2015, consulté le 01 octobre 2015. URL : <http://rfsic.revues.org/1466>

Auteurs

Frédéric Gimello-Mesplomb
Jean-Christophe Vilatte

Droits d'auteur

© SFSIC