

FAUT-IL ABANDONNER L'ÉTUDE DE LA RÉCEPTION ?

Point de vue

Louis QUÉRÉ

Les textes sur lesquels j'ai été amené à réfléchir sont de nature différente (1). Les deux textes d'origine britannique proposent une évaluation du courant dit « étude de la réception des médias » ; des trois textes d'origine française, deux proposent une étude sociologique de la réception d'émissions de tv ; le troisième, celui de R. Odin, présente les orientations d'une approche sémiopragmatique des textes et des films, dans le cadre d'une discussion avec des approches plus historiques. Bien que n'employant pas beaucoup le terme, ce texte aborde lui aussi un certain nombre de problèmes d'une théorie de la réception ; en particulier, il propose une théorie des modes de lecture qui président à la « production du sens d'un texte ».

Les deux premiers textes, ceux de J. Corner et de S. Livingstone, donnent l'impression que le courant d'étude de la réception a son avenir derrière lui, qu'il a surtout été un mouvement réactif, que s'il a ouvert des perspectives d'analyse et d'enquête intéressantes, il n'a pas réussi à se donner un véritable programme de recherche étayé sur des bases théoriques et conceptuelles solides. C'est aussi pourquoi il n'a pas été en mesure de faire face aux critiques qui lui ont été adressées. D'où le souci de Corner et de Livingstone de corriger le programme,

de lui donner de nouveaux horizons et, dans une certaine mesure, de passer à autre chose. Corner, par exemple, propose de remédier aux insuffisances conceptuelles de l'analyse de la réception, en thématissant davantage le problème du sens, en prenant mieux en considération l'opérativité des genres et en différenciant les contextes de la réception ; cette correction permettra, à ses yeux, d'utiliser les études de réception pour mieux étudier des phénomènes plus macrosociologiques, entre autres celui de l'organisation et de la diffusion d'un « public knowledge ». S. Livingstone affiche des préoccupations macrosociologiques similaires, puisqu'elle suggère de revenir à l'analyse des médias et de la communication, et de replacer l'étude de la réception dans un cadre sociologique plus classique – l'étude de l'impact du changement social et des innovations technologiques sur la relation des usagers aux médias.

Corner et Livingstone ne sont d'ailleurs pas les seuls à vouloir « passer à autre chose ». Dans son texte, traduit en français dans le numéro de *Réseaux* consacré à la réception, P. Scannel adoptait une position similaire : considérant que les analyses de la réception ne s'étaient pas vraiment affranchies de l'emprise du concept d'idéologie sur l'analyse des médias (il propose de substituer la notion d'« intentionnalité communicationnelle » à celle d'idéologie), il proposait de refocaliser l'attention sur les émissions, en particulier sur leur organisation en tant que phénomènes ordinaires d'interaction (dans des situations institutionnelles), susceptibles d'être compris et évalués par des auditeurs faisant usage de leurs procédures de raisonnement pratique et de leur moralité de sens commun.

Ces constats et réactions amènent à se poser deux questions : comment se fait-il que les études de réception aient abouti à une telle impasse ? Un tel échec implique-t-il que la réception des médias n'est pas un objet d'étude possible pour les sciences sociales, en particulier un objet susceptible d'être soumis à des investigations empiriques ?

(1) Rédigé dans le cadre d'un séminaire dont on trouvera en référence les textes mis en débat à cette occasion, ce point de vue porte sur un corpus partiellement repris dans ce numéro.

Que le programme de recherche initié par les chercheurs de Birmingham ait abouti à une impasse n'implique pas nécessairement que l'objet d'étude qu'il a tenté de promouvoir soit un mauvais objet et ne justifie pas qu'il faille passer à autre chose. L'échec peut aussi tenir à des défauts dans la construction de l'objet et dans l'opérationnalisation de la problématique. C'est plutôt l'interprétation qui me vient à l'esprit. C'est pourquoi ma préoccupation sera plutôt : comment reconceptualiser le phénomène de la réception pour le conforter comme objet d'investigation des sciences sociales ? Je m'appuierai sur les textes français qui nous ont été soumis pour esquisser une réponse à cette question.

Qu'est-ce qu'étudier la réception ?

Ce qui m'a frappé, à la lecture de textes émanant des porte-paroles du courant ou de textes critiques, c'est, d'une part, le caractère purement idéologique de la problématique développée, d'autre part, la conception très conventionnelle de la réception qui y est adoptée. Or un débat idéologique n'est en général pas le lieu qui convient pour fixer et affiner les concepts nécessaires à la construction scientifique d'un objet, et en particulier pour les soustraire à un point de vue de sens commun.

Sauf erreur de ma part, les études de la réception effectuées par les chercheurs de Birmingham ont été lancées dans une conjoncture intellectuelle très particulière : celle de la pénétration du structuralisme dans la recherche sur la communication de masse, en particulier sous la double forme de la théorie des « appareils idéologiques d'État », développée par la lecture structuraliste (althussérienne) du marxisme, et de la sémiologie structurale tendant à clore les textes sur eux-mêmes et à attribuer à leur structure un pouvoir d'endoctrinement du lecteur. La question qui se trouvait ainsi au cœur des débats était celle de l'influence idéologique des médias en tant qu'« appareils idéologiques d'État ». Appartenant à une forme de critique culturelle, celle des *Cultural Studies*, les chercheurs de Birmin-

gham vont atténuer la thèse de la transmission médiatique de l'idéologie dominante en attribuant au public un rôle dans l'élaboration du sens des messages médiatiques. Prenant appui sur le modèle encodage/décodage de S. Hall, ils vont montrer que, loin d'être passif, le public participe activement à la construction du sens de ce qu'il voit et entend, et qu'il existe une pluralité de lectures du contenu des productions de la culture de masse. Pour D. Morley, par exemple, ces lectures varient en fonction des positions sociales des récepteurs : ceux-ci décodent différemment le contenu des messages télévisuels selon leurs appartenances socio-économiques et culturelles. Deux idées en résultent, qui figurent désormais au rang des acquis des études de la réception : la première est qu'on ne considérera plus le public des médias comme un être passif, simple consommateur d'idéologie dominante, mais comme un être actif dans l'élaboration du sens des messages qu'il reçoit ; la seconde que le contenu de ces messages est ouvert à l'interprétation, qu'il n'est pas fixé d'avance et clos dans les textes.

Pourquoi qualifier une telle problématique d'idéologie ? Parce qu'elle vise plus à réfuter les implications d'un mouvement d'idées qui a eu une certaine audience à un moment donné qu'à construire conceptuellement et théoriquement un objet et un cadre d'investigation. Cette problématique représentait d'ailleurs une adjonction plus qu'une intégration réelle de plusieurs problématiques partielles : celle de l'interprétation des textes, thématifiée en termes alternatifs d'imposition ou de choix de modes de lecture (cf. l'idée de « lecture préférentielle ») ; celle de l'influence idéologique des productions médiatiques ; et celle, plus en continuité avec la tradition des *Cultural Studies*, de la détermination de la réception par des facteurs sociaux et culturels. De ce point de vue, on peut d'ailleurs relever que les analyses de réception représentent une sorte d'excroissance des *Cultural Studies* et qu'elles ont parfois été envisagées comme une forme de critique culturelle dont le but était d'ébranler la conception dominante du comportement des publics populaires.

Je tends aussi à penser que cette problématique idéologique reposait sur un schème de pensée somme toute assez conventionnel en sciences sociales, et relativement peu critique. Qu'est-ce au fond la réception pour les analyses de la réception ? C'est essentiellement un processus individuel d'interprétation de messages ou de textes, déterminé par des facteurs sociaux et culturels, et influencé par les situations et les contextes concrets de son occurrence. Ce processus est manifestement conçu comme privé ou interne, bref comme psychologique ; en tant que tel c'est un processus auquel les acteurs ont immédiatement accès – ils savent quelles sont leurs réactions, impressions, attitudes, face à un texte, une émission, etc. – et qu'ils peuvent verbaliser dans des conversations (sur le traitement des verbalisations comme des prolongements discursifs externes de la réception, cf. l'article de L. Allard dans *Réseaux* n° 68). On peut dire aussi qu'il s'agit d'un processus momentané, limité dans le temps et l'espace, puisqu'il correspond en gros au laps de temps pendant lequel le récepteur est directement exposé au message (le temps de lire un article dans un journal, d'écouter ou de voir une émission, etc.). Enfin, c'est, en un sens, un processus prédéterminé. En effet, la rencontre du lecteur avec un texte est conçue comme un affrontement entre un texte construit de façon à pousser le lecteur à utiliser le cadre dominant pour le décoder et un lecteur pourvu de ses propres outils de décodage ou de décryptage. Le résultat de cet affrontement est une certaine lecture dans laquelle se concrétise une victoire ou un compromis. C'est donc une conception agonistique de la compréhension qui prévaut, qui ne peut pas réellement prendre en considération le contexte de la temporalité pratique de la compréhension des textes.

Comment reconceptualiser la réception ?

Sans doute la réception n'est-elle pas chose facile à saisir. Mais ce n'est pas une raison suffisante pour laisser tomber et passer à autre chose. Je tends à penser

qu'on pourrait réduire une partie des difficultés par un réel effort de conceptualisation et de théorisation, et par une meilleure prise en compte des acquis d'autres traditions d'étude de la réception, je pense en particulier à ceux de l'École de Constance. Il me semble qu'il s'agirait surtout de comprendre en quoi la réception est un phénomène temporel, social (et non pas psychologique) et pratique. Avant de faire des suggestions pour thématiser ces trois aspects, je voudrais proposer de dissocier plusieurs aspects dans le processus de la réception. On peut en distinguer trois. Le premier concerne la réception comme activité située : lire son journal, regarder la télévision, seul ou avec d'autres, « zapper » sur son téléviseur sont des activités en soi, dont la réalisation repose sur des opérations mettant en œuvre des compétences, des « skills » et des méthodes. Elles demanderaient à être analysées très précisément, et la microsociologie (goffmanienne ou ethnométhodologique) dispose d'outils intéressants qu'on pourrait utiliser.

Un second aspect concerne la réception comme « acte configurant », dotant un texte ou une émission d'un sens ou d'une intention. L'expression « acte configurant » est empruntée à la théorie du récit pour caractériser un mode de compréhension : celui qui consiste à voir-des-choses-ensemble, à organiser un divers hétérogène en une totalité intelligible en saisissant les éléments dans un complexe unique et concret de relations. L'« acte configurant » inhérent à la réception s'articule à un acte configurant-en-production, qui dote le texte ou l'émission d'un certain ordre, observable et descriptible par le récepteur – ce qui lui permet d'en faire sens et d'y ajuster son comportement. Il est évident que l'étude des genres, des modes de lecture et des « frames » doit jouer un rôle important dans l'analyse de cet aspect de la réception. Il faudrait ici voir quel parti on peut tirer de la phénoménologie de la lecture esquissée par W. Iser.

Le dernier aspect concerne la réception comme « appropriation ». Déjà l'« acte configurant » implique en quelque sorte une appropriation – la configuration d'un

texte se « comprend » par une sorte d'appropriation – ; mais l'aspect visé ici concerne davantage ce que l'herméneutique littéraire appelle l'« application », c'est-à-dire l'utilisation du texte par le lecteur pour éclairer sa propre situation, pour modifier son environnement cognitif, corriger ses préjugés, ses croyances ou ses évaluations de la réalité, enrichir ses désirs ou ses attentes, réorienter sa pratique, etc. Alors qu'elle est complètement absente des recherches britanniques sur la réception, cette dimension a été analysée par la théorie herméneutique de l'École de Constance : on passe alors à une « esthétique de la réception », qui se donne pour objet d'explorer les différentes manières dont le récepteur est affecté par ce qu'il lit, entend ou voit, y réagit et investit sa compréhension dans ses pratiques.

Cette esquisse de recadrage conceptuel permet de retrouver les dimensions temporelles, sociales et pratiques de la réception :

– Envisagée sous les trois aspects que je viens de distinguer, la réception apparaît comme une expérience temporelle : elle n'est pas instantanée et limitée au seul moment où l'on est plongé dans la lecture du journal ou capté par une émission de TV. En tant qu'activité elle se temporalise, c'est-à-dire se structure à travers un jeu de miroir entre les dimensions du passé, du présent et du futur qu'elle fait surgir en elle ; en tant qu'« acte configurant », outre qu'elle présente une certaine durée, elle implique un jeu de protentions et de rétentions, de même que des échanges entre des attentes, qui ne cessent de se modifier, et des souvenirs, qui se transforment. Enfin, en tant qu'appropriation, elle excède le moment de la lecture ou de l'activité d'écouter ou de regarder proprement dit, et il est difficile de dire quand est-ce qu'elle est vraiment close.

– Elle est aussi une expérience sociale, même si son support est un être individuel

et si une part du phénomène est interne. En effet, les médiations qu'elle met en œuvre sont des médiations publiques, que ce soit des stéréotypes, des conventions, des attentes d'arrière-plan, des savoirs socialement distribués ou des rôles institués (cf. à ce sujet les remarques de R. Odin sur l'articulation entre modes de lecture et institutions). Par ailleurs, dans la mesure où la réception inclut les occasions de discussion sur ce qui a été lu, vu ou entendu, on peut dire qu'elle se forme aussi dans les jeux de la communication sociale.

– Quant à la dimension pratique, elle est liée à la fois à son caractère d'activité située et à l'aspect pratique de l'appropriation à laquelle elle donne lieu. Comme l'a montré D. Pasquier dans son texte, la réception est informée par une multitude de micropratiques, par exemple celles par lesquelles les attributs « normaux » liés au genre sexuel sont actualisés et manifestés ; par ailleurs, elle est elle-même investie dans une multitude de pratiques sociales, qui vont, pour reprendre l'exemple traité par D. Pasquier, de l'apprentissage des choses de l'amour à la constitution des identités sociales à travers la présentation de soi.

On a souvent souligné que dans les études de la réception des produits des médias continuait à prédominer « la métaphore littéraire qui fait des émissions des textes, et des auditeurs/spectateurs des lecteurs » (Scannel). Il y aurait sans doute lieu de mieux différencier les processus de la réception en fonction des médias, et en particulier de considérer à part les problèmes que pose la réception des images (cf. à ce sujet les remarques de Passeron dans *Le raisonnement sociologique*). Mais d'un autre côté, il serait dommage de ne pas utiliser les acquis des théories de la lecture, ne fût-ce que pour faire le partage entre les bonnes et les mauvaises questions dans l'étude de la réception.

RÉFÉRENCES

CORNER J., (1991) « *Meaning, genre and context : the problematics of "public knowledge" in the new audience studies* », Traduction française dans ce numéro, pp. 9 à 29.

LIVINGSTONE S., (1996) « *Rethinking audiences : towards a new research agenda* », Communication à la 46^e conférence de l'International Communication Association, Chicago.

LIVINGSTONE S. et LUNT P., (n.d.) « *Changing forms of reality television in Britain : towards a theory of the active audience* », (inédit).

ODIN R., (1994) « *Approche sémio-pratique, approche historique. De l'intérêt du dialogue* », *Ars semeiotica*, volume 17, n° 1-4, Gunter Narr Verlag, Tübingen, pp. 27-35

PASQUIER D., « *Chère Hélène. Les usages sociaux des séries collège* », *Réseaux* n° 70, mars-avril 1995.

PASQUIER D., (1996) « *Tees series' reception : television adolescence and culture feelings* », A par.