

## CHAPITRE 7

### ENTRE POLITIQUES ET USAGES : LES TELESPECTATEURS JUGENT LA TELEVISION

Serge Proulx  
Marc Raboy

Les bouleversements de nature technologique et économique dans la sphère des communications suscitent, de la part des gouvernements, la mise en place de nouveaux régimes de politiques publiques et de nouvelles réglementations à l'échelle nationale et internationale (McQuail et Siune, 1998). En ce qui concerne les médias de grande diffusion (et plus précisément, la télévision) une nouvelle appréciation de la notion d'*intérêt public* s'impose. Situés entre les visées des entrepreneurs et celles des autorités publiques, les téléspectateurs sont à la fois la *cible* de projets divers en même temps que des *acteurs déterminants* dans la transformation de l'univers médiatique. Dans ce contexte, il nous a semblé pertinent d'arrimer une analyse des usages de la télévision à l'évaluation des politiques publiques de radiodiffusion (Proulx, 1998 ; Raboy, 1996 ; Raboy et al., 2001).

Par le passé, les décideurs politiques autant que les chercheurs ont eu tendance à séparer ces deux types de recherches : les auteurs des travaux d'évaluation des politiques de radiodiffusion sont demeurés relativement insensibles aux résultats obtenus dans le cadre de recherches sur la réception sociale des médias et en particulier, de la télévision. Des études bien fouillées, comme celle menée pour le compte de l'Institut européen de la communication par Machet et Robillard (1998), à titre d'exemple, rejoignent rarement et sont peu influencées par la littérature portant sur les usages. D'autre part, comme le fait remarquer le chercheur britannique Tony Bennett (1992), la grande majorité des études sur la réception négligent de tenir compte du contexte juridico-politique dans lequel les médias évoluent. Notre intervention vise à contribuer à combler cette lacune.

#### **Le contexte des études sur la réception**

Rappelons que dans le contexte des études sur la réception, le téléspectateur est non seulement considéré comme *actif* – ce que les chercheurs avaient tendance à faire depuis l'émergence du courant dit des “usages et gratifications” – mais, qu'en outre, le message médiatique défini comme *texte* devient la source d'une construction sémantique produite dans la rencontre avec le *lecteur*. Cette nouvelle conception du téléspectateur comme lecteur du texte télévisuel entraîne donc la nécessité d'étudier systématiquement cette interaction texte/lecteur. L'analyste de la réception privilégiera plutôt des approches qualitatives permettant une description fine des phénomènes sous observation. Alors que les chercheurs issus de la tradition de l'école de Columbia avaient inscrit à l'origine même de leur démarche, la question du poids relatif des attitudes et opinions individuelles des récepteurs dans les jeux d'influence des médias, il aura fallu attendre la moitié de la décennie 1970 -- et surtout les années 1980 -- pour que les héritiers de Birmingham (Hall, Morley, Ang) -- c'est-à-dire les chercheurs s'identifiant aux différents courants des *Cultural Studies* -- abordent, de leur côté, cette question de la réception, mais bien autrement. Là où les deux traditions se sont finalement rencontrées c'est dans le fait que les chercheurs des deux horizons s'entendaient

pour reconnaître le téléspectateur comme un sujet capable de faire montre d'une autonomie relative vis-à-vis l'*interprétation* de l'offre de programmation. La manière de définir cette "activité" varie toutefois significativement selon que l'on se situe à l'intérieur du courant positiviste de Columbia ou dans la tradition critique de Birmingham. Alors que la tradition fonctionnaliste des "usages et gratifications" s'intéressait essentiellement aux besoins individuels et sociaux pouvant être comblés par le choix et l'usage de tel ou tel programme -- sans interroger plus à fond les contenus des programmes reçus -- les chercheurs de la tradition critique de Birmingham proposent au contraire d'effectuer un virage sémantique en centrant leur travail sur la production de la signification dans l'interaction des spectateurs avec les textes.

Ainsi, les travaux sur la réception prenaient acte du manque d'attention que la majorité des recherches avaient porté aux codes culturels jusque-là. De cette manière, les analyses de réception -- sans tomber dans le piège d'une analyse immanente des textes considérés hors de tout contexte -- entendent considérer comme déterminante l'interaction qui existe entre les contenus médiatiques et les lectures qui en sont faites par leurs usagers. Le concept de *gratifications* se trouve donc être remplacé par celui de *lecture* et ce remplacement permet, par là-même, de glisser d'une définition de l'usage lié à un besoin psychologique vers la définition d'un usage motivé culturellement et sociologiquement. Le modèle psychologisant de l'usage est ainsi remplacé par un modèle sémiotique, conversationnel et ethnographique de l'usager.

Des chercheurs ont constaté les limites des enquêtes fondées sur des dispositifs méthodologiques demandant à des spectateurs de décrire leurs réactions face à des contenus d'émissions, notamment en raison du fait que les "groupes de discussion" étant construit "artificiellement" par les chercheurs, l'on pouvait douter de l'authenticité des interprétations fournies en séance par les sujets interviewés. Il apparaîtra ainsi nécessaire de se rapprocher du "milieu naturel" des informateurs pour tenter de saisir et décrire avec le plus de justesse possible les fibres du tissu quotidien dans lequel s'inscrivent les usages médiatiques. C'est ainsi que sera inauguré un nouveau courant d'études centrées sur les observations des sujets en "milieu naturel" (par exemple, en contexte de vie quotidienne familiale). Selon cette approche, l'interface privilégiée par le chercheur concerne moins les interactions sémantiques entre les téléspectateurs et les textes médiatiques -- quoique cet intérêt de recherche ne soit pas totalement abandonné -- mais bien plutôt l'appréhension des usages médiatiques dans le contexte de la vie quotidienne d'un individu, d'une famille, d'une communauté, etc. L'on s'intéressera moins à la réception des contenus spécifiques des émissions et davantage aux styles de relation et aux postures que les téléspectateurs vont développer face au flux télévisuel d'un poste parfois ouvert en permanence dans leur foyer. Les chercheurs mobiliseront ici des techniques d'enquête appartenant plus directement à la *tradition ethnographique* (observation participante, entrevues en profondeur auprès des informateurs, récits biographiques, etc.) afin de récolter un maximum d'éléments significatifs pour pouvoir décrire plus finement les pratiques quotidiennes de réception médiatique dans le contexte du vécu des téléspectateurs.

Les chercheurs intéressés par la description des relations entre les usages médiatiques et la vie quotidienne ont donc privilégié l'approche par l'observation participante. Morley, quant à lui, ne perçoit pas l'observation ethnographique des publics comme une opération se limitant à la cueillette de données descriptives. À l'instar de Ang qui parle d'«ethnographie critique », Morley pense que l'ethnographie doit veiller à bien assumer sa fonction critique.

L'observateur critique ne doit pas oublier de se livrer à l'interprétation des résultats qu'il obtient: « the empirical does not offer the answers, as positivism would have it. Answers are to be constructed in the form of interpretation. » (Ang, 1989: 106). Les ethnographes du contexte quotidien combattent l'idée préconçue selon laquelle la télévision agirait de façon semblable sur tous les individus d'une famille et souhaitent développer un modèle qui permettrait de rendre compte des niveaux d'attention différents et des rôles variés que chaque membre de la famille adopte face à telle ou telle programmation. Ils comptent ainsi démontrer que l'usage de la télévision n'atténue pas les relations sociales au sein d'une famille: au contraire, cette activité aurait plutôt tendance à susciter un nouveau type d'interactions familiales. Le défi théorique et méthodologique de ce type de travail interprétatif consiste donc à faire ressortir et illustrer la thèse voulant que chaque narration individuelle participe à la construction d'une trame narrative collective. Rogge (1989) tente de sortir du modèle des effets directs ou de celui des "usages et gratifications". À cette fin, il s'intéresse non seulement à l'analyse de la fonction particulière que prend l'usage d'un programme télévisuel spécifique dans une famille, mais il observe aussi les conséquences pragmatiques de ce choix sur le mode de communication au sein du milieu familial. Sa question de recherche procède donc de la volonté de comprendre en profondeur ce qui peut relier l'usage de la télévision à la vie familiale quotidienne. De là, découle une stratégie de recherche plus complexe, puisque l'ambition de Rogge est de cerner le phénomène de la réception dans son aspect multidimensionnel.

### **Usages médiatiques et politiques de radiodiffusion**

De plus en plus, la réflexion sur la démocratie tient compte du rôle des médias. Les recherches critiques sur le lien médias-démocratie se fondent notamment sur la théorie de l'espace public, telle que formulée initialement par Habermas (1978; voir, à titre d'exemple : Dahlgren, 1995; Price, 1995; et Garnham, 2000). Ce lien devient plus complexe dès qu'on intègre la dimension de l'usage, et des multiples rapports possibles que les individus peuvent entretenir avec les médias. Les usagers sont construits en tant que spectateurs, consommateurs, citoyens (Corner, 1996). Que peut signifier des termes aussi divers, quand ils sont employés pour décrire les mêmes sujets? Morley nous donne de premiers éléments de réponse : il constate ainsi que les médias jouent un rôle fondamental en articulant les sphères public et privé, ainsi que dans l'organisation sociale de l'espace, du temps et de la vie en communauté (Morley, 1992 : 1). L'usage des médias n'est jamais public ou privé; il est toujours les deux. L'usage structure – et est structuré par – les institutions sociales et politiques ainsi que par les individus qui les constituent.

Le projet de rapprocher les études sur les politiques et les études sur la réception implique, d'abord, de concevoir l'individu comme un sujet qui traverse les appareils politiques et médiatiques. Le sujet communicant est à la fois usager et citoyen. En ce sens, les agences étatiques interviennent sur les structures plus larges qui organisent les usages médiatiques, pendant que les perceptions du public eu égard aux usages influencent et orientent les interventions de l'État. À l'interface des études sur les politiques et des études sur les auditoires

se trouvent donc deux approches à un problème commun, problème conçu par les premières comme la relation médias-public, et par les secondes comme la relation médias-auditoire. Les terrains respectifs des deux approches recoupent donc des considérations qui sont à la fois théoriques et pratiques.

Dans le contexte d'un programme de recherche subventionné <sup>1</sup>, nous explorons la pertinence du recours à des données d'enquêtes de terrain concernant les perceptions et les habitudes d'usages médiatiques de citoyens canadiens aux fins de l'évaluation de la politique de radiodiffusion au Canada. Nous cherchons à connaître les jugements que portent certains citoyens téléspectateurs devant la programmation offerte par les réseaux autant qu'à l'égard du mandat dévolu aux entreprises de radiodiffusion et défini par la politique canadienne de radiodiffusion.

La télévision occupe aujourd'hui un rôle central dans la constitution d'espaces publics où sont mis en scène les principaux débats sociaux et politiques ayant pour enjeux la vie démocratique, l'affirmation citoyenne de même que les perspectives identitaires des groupes minoritaires ou les revendications des exclus de la société. Historiquement, les États ont réglementé ces espaces publics médiatiques en invoquant le principe de l'*intérêt public* ou du *service public*. Ainsi, les ondes ont été reconnues domaine d'utilité publique et comme le spectre était physiquement limité, il paraissait normal qu'une politique gouvernementale vienne en réglementer l'usage. Aujourd'hui, le double contexte de mondialisation des médias et de transformation du paysage audiovisuel par les nouvelles technologies (numérisation des signaux, multiplication des moyens de transmission, convergence entre anciens et nouveaux médias, usages d'Internet) fragilise l'ancienne manière de faire des gouvernements nationaux (Atkinson et Raboy, 1997 ; Brants et al, 1998). Les possibilités de communication et de transmission apparaissant illimitées, ces horizons ouverts par les transformations technologiques sont facilement et souvent investis par les tenants d'une idéologie néolibérale favorable à la déréglementation. Certains gouvernements nationaux cherchent à résister à ces pressions du marché : ils sont donc à la recherche de bases nouvelles pour légitimer leurs politiques visant à réglementer (ou non) la radiotélédiffusion et les télécommunications. Pour ces gouvernements, la rhétorique de l'intérêt public doit dorénavant s'articuler à des corpus de données qui ne relèvent plus seulement des intérêts et du *lobbying* des milieux des industries culturelles, ces derniers ayant tendance à définir les téléspectateurs exclusivement à travers leur rôle de consommateurs.

Il peut être avantageux pour les responsables de la formulation et de l'évaluation des politiques de radiodiffusion de recourir à des données d'enquêtes orientées vers l'expression de la *demande citoyenne* en matière de communication publique (i.e. une demande définie d'abord à partir de critères d'intérêt liés à la vie sociale et communautaire plutôt qu'en fonction d'intérêts industriels et commerciaux). Notre modèle méthodologique d'ensemble suppose le recours conjoint d'une part, à une analyse des discours des acteurs responsables de la formulation des politiques et d'autre part, à des enquêtes (par entretiens semi-dirigés et groupes de discussion) auprès d'usagers des médias. Nous postulons qu'une majorité

---

<sup>1</sup> Programme initialement subventionné par le Conseil de la recherche en sciences humaines du Canada - CRSH (1995-1998) et par la suite, par le Fonds pour la Formation de Chercheurs et l'Aide à la Recherche (FCAR) du Gouvernement du Québec (1998-2001). Nous réalisons actuellement un programme international sur la même thématique impliquant des équipes de six pays : Canada, Grande-Bretagne, France, Suède, Japon, Afrique du Sud (subventionné en 1998-1999 par le Conseil international des études canadiennes et en 2000-2002 par la Fondation Hoso-Bunka, Tokyo).

d'usagers sont en mesure d'évaluer leur propre consommation médiatique en vertu d'un critère de qualité de l'espace public l'identifiant à la citoyenneté posée comme principe nécessaire pour le maintien de la vie démocratique. C'est dans ce contexte que nous présentons ici l'analyse de certains résultats d'une enquête réalisée au Québec en 1996 auprès de citoyens et citoyennes ayant eu, à un moment ou l'autre de leur trajectoire de vie, des "pratiques militantes" de nature sociale ou politique. Nous avons postulé que ce type de trajectoire de vie militante était susceptible d'élever le niveau de *conscience citoyenne* des personnes impliquées. Nous les avons d'abord questionné sur leur manière de faire usage des médias et, en particulier, de la télévision. Nous leur avons ensuite demandé d'évaluer les contenus et la forme des programmations télévisuelles qui leur sont offertes, et de se prononcer sur le bien-fondé des politiques de radiodiffusion à l'œuvre au Canada.

### **Pratiques médiatiques des usagers interviewés et attentes vis-à-vis les médias**

Nos interlocuteurs<sup>2</sup> (peut-être parce qu'ils sont des gens plutôt occupés dans leur vie professionnelle et domestique, peut-être aussi parce qu'ils se montrent particulièrement critiques vis-à-vis des programmes offerts au petit écran) s'avèrent être de faibles consommateurs de télévision si on compare leurs habitudes d'écoute à celles de la majorité de la population. Il reste que les pratiques médiatiques de nos interlocuteurs sont assez diversifiées, certains préférant la fonction divertissante de la télévision alors que pour d'autres, ce média reste une source d'information :

Ancienne conseillère politique, 39 ans : "*Moi en particulier, je consomme très peu de télévision, (...) on consacre très peu de temps à écouter la télévision et c'est surtout pas dans un but de divertissement dans mon cas, mais pas du tout. Purement de l'information, et l'information capsule, donc, genre téléjournal (...)*".

Étudiant, 22 ans : "*je consomme la télévision énormément en ce qui a trait à l'information, je regarde les bulletins de nouvelles, de temps en temps un peu de divertissement mais plus souvent qu'autrement c'est pour les films pas d'autre chose, de temps en temps des émissions, mais c'est pas mon intérêt principal*".

Les descriptions individuelles des pratiques médiatiques peuvent révéler des faits surprenants. Ces pratiques relèvent pour la plupart de l'univers de la vie privée (vie du célibataire, vie de couple, vie de famille) ordinairement à l'abri d'un regard externe. Certains de nos informateurs dressent un portrait intime et presque touchant de leurs habitudes en matière d'usages médiatiques :

Ancienne militante politique, 40 ans : "*... de temps en temps je peux écouter je ne sais pas qui parler de je ne sais pas quoi... moi à peu près tout m'intéresse de toute façon. Alors je vais trouver une émission ethnique, j'entends l'italien, ça me rappelle mes vieux cours, ça me plaît, j'écoute ça et... il y a quelque chose et c'est bon. Il y a des téléromans - je suis peut-être la seule à regarder les téléromans ici - mais (...) il y a un plaisir. Il y en a (des émissions) qui sont des beautés et moi c'est pas parce que ça s'appelle téléroman que je ne le regarde pas, au contraire moi je cherche à chaque saison à en trouver un bon puis de temps en temps, j'en trouve. C'est comme des séries, je les essaie (...) parce que mes attentes c'est le divertissement (...) J'aime le base-ball et le regarder à la télé, ça fait mon bonheur puis j'aime ça que ça soit sur le*

---

<sup>2</sup> Notre corpus était composé d'entrevues auprès de quinze militants ou ex-militants.

*canal des sports. Alors j'ai des intérêts très diversifiés en divertissement, j'ai mon bonheur là ”.*

On sait que les enquêtes d'opinion en Amérique du Nord et en Europe décrivent un engouement toujours plus fort avec les années pour la télévision qui est devenue non seulement la source principale d'information pour une majorité de citoyens mais qui est en outre perçue comme un média d'information plus crédible que la presse écrite. Quand nos interlocuteurs comparent la télévision à la presse écrite (ou même à la radio), leurs avis divergent de ces résultats habituels des sondages d'opinion. Alors qu'ils attachent généralement plus de crédibilité à la presse écrite (et parfois à la radio), ils manifestent plutôt une certaine méfiance à l'égard de la télévision en tant que source d'information. À vrai dire, leurs attentes à l'égard de la télévision sont particulièrement faibles :

*Étudiant, 22 ans : “ J'ai toujours l'impression qu'il y a une sorte de “biais” dans l'information qu'on me donne, alors (...) mélangé avec mes attentes basses, il y a une méfiance de plus envers la télévision. Alors, je me tourne enco re vers l'écrit, vers la presse écrite, vers les périodiques aussi ”.*

*Militante de parti, 25 ans : “ J'ai énormément d'attentes envers la radio et je suis énormément déçue (...) parce que j'en passe des heures par jour dans ma voiture puis je suis énormément déçue parce qu'il y a juste Radio-Canada (qui soit acceptable) ”.*

### **Des attentes particulières face à la télévision publique**

Certains de nos interlocuteurs manifestent des attentes particulières face à la télévision publique; leurs standards de qualité semblent plus élevés lorsqu'il s'agit de radiodiffusion publique:

*Ingénieur proche d'Amnesty International, 40 ans : “ Moi, c'est historique et culturel. Depuis que je regarde la télévision, j'ai toujours été plus intéressé par Radio-Canada alors il y a comme une espèce de responsabilité de Radio-Canada de continuer à m'intéresser et c'est peut-être pour ça que je réagis plus quand je vois quelque chose de pas intéressant à Radio-Canada. (...) ”.*

*Militante de parti, 25 ans : “ Je n'attends pas de la télé d'État ou de la radio d'État à ce qu'elle m'éduque. (...). Je m'attends à avoir des émissions d'information dans lesquelles je trouverais quelque chose d'intéressant et de bon goût et je ne veux pas non plus qu'on vienne me dire comment agir tout le temps. C'est un peu ce qui me fatiguait à Radio -Québec pendant un bout de temps ”.*

*Ancienne militante politique, 40 ans : “ J'ai le réflexe de mettre Radio-Canada dans une catégorie à part, peut-être parce qu'au moins je me souviens que c'est (un réseau) à intérêt public. C'est peut-être la seule chose dont je me souviens quand je regarde la télé mais ça, il me semble que je m'en souviens tout le temps puis on dirait que ça me fâche (davantage) quand c'est pourri à Radio-Canada que quand c'est pourri à Télé-Métropole. (...) Peut-être que je suis plus résignée vis-à-vis des autres. (...) Je ne sais pas si dans dix ans, je vais me souvenir encore que c'est public à les regarder. Je sais pas si dans dix ans, on va encore avoir le droit de dire qu'on s'attend à quelque chose de l'État (...) mais pour le moment, y a encore un lien qui se fait...”.*

Ancienne militante politique, 40 ans : “ *Moi, je pense que Radio -Canada, par exemple, peut être le commun dont on parlait tout à l'heure, c'est-à-dire que s'il se passe quelque chose qui nous concerne tous, on a au moins un endroit où on peut tous se référer (...)* ”.

Travailleuse sociale, 40 ans : “ *Le mandat, à mon avis, de la télé publique c'est peut-être elle qui devrait apporter (la vie démocratique) parce qu'elle est moins guidée par des impératifs économiques même si on doit la payer en quelque sorte. Alors, c'est elle qui doit au moins être en mesure de répondre (aux impératifs de démocratie) et de s'ouvrir puis de dire : “Est-ce que, comme société, on est prêts à payer le prix pour avoir une télé qui ressemble à ça ? ”* ”.

### **Les télévisions publique et privée se ressemblent toujours davantage**

Plusieurs interlocuteurs constatent que les programmations des télévisions publique et privée ont tendance à se ressembler de plus en plus, en offrant des émissions se voulant “ populaires ” (au sens de l'atteinte de forts taux d'audience) et en ne s'appuyant pas nécessairement sur un souci pour maintenir la qualité des émissions:

Étudiant, 22 ans : “ *Pour essayer d'atteindre le plus de gens possible j'ai l'impression des fois que Radio-Canada s'abaisse au niveau des autres réseaux pour être aussi populaire. On voit ça dans certains téléromans à Radio-Canada et aussi dans les nouvelles* ”.

Ingénieur proche d' Amnesty International, 40 ans : “ *Si c'est pour l'information, moi, ma réaction c'est que depuis deux ou trois ans je ne vois plus de différence ou beaucoup moins. Je trouve que ça s'est dégradé puis je parle de Radio-Canada qui (...) essayait de se mettre au même niveau que les autres. (...) C'est nivelé par le bas depuis deux, trois ans* ”.

Théologien engagé, 70 ans : “ *(...) il y a presque plus de différence entre the CBC et les (chaînes) privées parce que the CBC s'est détérioré énormément... Et moi, je trouve qu'il y avait quand même dans le passé, toute une vision du Canada. Ils voulaient vraiment aussi influencer un peu l'opinion publique vers une certaine vision du Canada, en partie pour se distinguer des États-Unis, etc. (...) Aujourd'hui, c'est beaucoup moins (évident)* ”.

### **Habitudes d'usages individualistes et revendications face aux médias**

De manière apparemment inattendue pour les responsables de cette recherche, les personnes interrogées (qui ont pourtant toutes été engagées dans une cause sociale à un moment ou à un autre de leur vie et qu'on ne peut donc soupçonner de manquer de conscience sociale) ne manifestent pas, sauf exceptions, de désir ou de volonté de changer vraiment les choses en ce qui a trait au fonctionnement et aux orientations du système canadien de radiodiffusion. Elles ont tendance à traiter cette problématique de manière *individualiste*: si l'une d'entre elles ne se sent pas satisfaite d'un programme offert sur une chaîne spécifique, alors cette personne va tout simplement décider de changer de chaîne ou à la limite, de changer de média, d'aller vers d'autres sources pour satisfaire ses besoins d'information ou de divertissement. Il ne semble

donc pas y avoir de désir ou de volonté qui se situeraient à un niveau *collectif* de revendications.

Militante de parti, 25 ans : “(...) *Plutôt que de revendiquer la piètre information de Télé-Métropole (par exemple), je change de canal (...) puis s'il n'y a rien à la télé, je vais ailleurs. Le nombre de journaux fait qu'il y en a toujours (des alternatives). Ce serait mentir que de dire qu'il y a pas quelque chose de bon (...) à la télévision, (...) il y a toujours quelque chose de bon, il s'agit de savoir faire sa grille-horaire. (...) Nous, (les gens ici ce soir,) on peut se permettre de pas être trop exigeants envers les médias parce qu'on a la chance ou les moyens financiers d'avoir six journaux par jour pour prendre les sports dans un, la politique dans l'autre, puis la colonne de l'un, puis la colonne de l'autre. (...) je considère que tout le monde a l'air à ne pas avoir de problèmes à magasiner six journaux par jour comme c'est là. (...) Il va falloir qu'il y ait des gens exigeants pour qu'on ait le maximum de choses dans un même média parce que, comme je disais, on est dans une démocratie. Moi, si je ne suis pas satisfaite, je vais à l'Université, on les a tous à la bibliothèque. Et si j'ai les moyens, je m'abonne à trois journaux... je l'ai déjà fait une année mais le commun des mortels ne peut pas lire six journaux pas jour! Il va falloir qu'il y ait du monde exigeant. Moi, je ne le suis pas comme individu, mais socialement parlant, j'aimerais ça”.*

Ancienne conseillère politique, 39 ans : “*La diversité fait, qu'à un moment donné, si tu n'es pas satisfait, tu vas ailleurs. Tu trouves le canal qui te correspond le plus dans tout ce qui est offert au niveau des différents types de médias, des différentes sources aussi. Moi je suis portée à réagir comme ça plutôt que de penser à changer le monde”.*

Cette attitude apparemment surprenante d'acceptation individuelle du *statu quo* en matière de radiodiffusion semble en cohérence avec les attentes minimales que ces personnes avaient par ailleurs manifestées à l'égard du système des médias. Comme on attend peu de ce système, on ne sera pas très exigeant ou revendicateur à son égard. Et puis, nos interlocuteurs constatent qu'il se trouve tout de même une assez large diversité dans l'offre de programmes pour pouvoir satisfaire à peu près correctement les besoins de chacun. Ce dernier constat est toutefois en contradiction avec d'autres jugements assez négatifs qu'ils portent sur la piètre qualité de l'offre de programmation. Par ailleurs, quand des répondants s'affirment comme revendicateurs d'un changement, l'on constate qu'ils manifestent en même temps un sentiment de quasi-impuissance devant la perspective de changer concrètement la situation à un niveau collectif. Les moyens feraient apparemment défaut pour permettre aux usagers considérés collectivement de changer concrètement les contenus des programmations. Ici encore, la solution ultime consisterait peut-être à trouver ailleurs que dans les médias, les réponses à ses besoins d'information ou de divertissement. Il s'agirait de rompre avec ses habitudes d'usages médiatiques, de briser le lien d'accoutumance aux médias devenus avec le temps le quasi-passage obligé à la satisfaction de tous besoins manifestés en matière d'information ou de divertissement.

Animatrice culturelle, 60 ans : “*Je le suis. Je me sens revendicatrice. (...) Je me dis: 'Mais pourquoi est-ce que moi ou peut-être vingt autres personnes qui savent tout ça alors qu'il y a un public qui a soif de ça (et qui n'y a pas accès)?' (...) C'est pour ça que je revendique. Il faut qu'on arrête de donner une télévision pauvre, des médias pauvres”.*



Ancienne militante politique, 40 ans : “ *Si je savais comment être plus exigeante vis-à-vis Radio -Canada sans nécessairement avoir à (leur) faxer (à tout bout de champ)... Quand il y a vraiment quelque chose qui me choque ou qui me plaît, je faxe* ”.

Ancienne conseillère politique, 39 ans : “ (...) *les médias vont devenir omniprésents. On va avoir de plus en plus d'attentes qui ne vont probablement pas être comblées mais en tout cas... D'après moi... on va se réfugier chez nous, et on va prendre un rôle très passif... à regarder la télévision. (...) Je pense qu'on s'en va vers (des rencontres amoureuses par médias interposés). Ça ne me plaît pas, mais pas du tout. Je pense qu'on a, comme individus, à être beaucoup plus actifs et à créer des relations interpersonnelles et que les lieux d'interactions entre les gens, c'est pas basé sur l'émission de télévision qu'on a écouté la veille. (...) Si la façon de rentrer en interaction avec des gens, c'est de parler des émissions d'hier, bien, moi, en quelque part, oui je suis décrochée de ça. On s'en va de plus en plus vers ça, mais je pense qu'on peut aussi refuser ça* ”.

### **Les usagers évaluent la loi canadienne de la radiodiffusion**

La Loi canadienne sur la radiodiffusion, en vigueur depuis 1991, fournit un point d'ancrage juridique à la télévision quand elle prévoit, à l'article 3.1.d.iii, que :

*“ Le système canadien de radiodiffusion devrait (...) par sa programmation et par les chances que son fonctionnement offre en matière d'emploi, répondre aux besoins et aux intérêts, et refléter la condition et les aspirations, des hommes, des femmes et des enfants canadiens, notamment l'égalité sur le plan des droits, la dualité linguistique et le caractère multiculturel et multiracial de la société canadienne ainsi que la place particulière qu'y occupent les peuples autochtones ”.*

La formulation du texte de la loi canadienne de 1991 apparaît structurée selon le principe de la juste représentativité des groupes sociaux et des membres de toutes les catégories sociales de citoyens et de citoyennes dans le système des médias implanté au Canada. Il s'agit d'un principe de justice qui (avec l'imposition législative et juridique récente des “ chartes des droits et libertés ” des citoyens dans plusieurs pays) a tendance à se répandre depuis une quinzaine d'années en Amérique du Nord et qui atteint maintenant l'Europe. Ce principe apparaît fortement marqué par la problématique du “ politiquement correct ” (*political correctness*) qui a pris naissance aux Etats-Unis suite aux actions de certains mouvements sociaux (noirs, femmes, homosexuels, autochtones) qui ont exigé la parité et même parfois le rattrapage (par exemple, “ la discrimination positive ”) en matière d'accessibilité à l'éducation, à l'emploi et à différents services publics pour les membres de certaines catégories sociales jusque-là défavorisées. Depuis quelques années, des analystes sociaux ont constaté les risques d'un certain dérapage idéologique de cette problématique du “ politiquement correct ” qui entraînerait certains “ effets pervers ”. C'est sans doute aux dangers de ce dérapage que font allusion certains de nos informateurs.

Ancienne militante politique, 40 ans : “ *Vous trouvez pas que c'est un peu politically trop correct (cet extrait de loi) ?* ”.

Ingénieur proche d'Amnesty International, 40 ans : “ *On ne veut pas perdre personne...* ”.

Militante de parti, 25 ans : “ *Je pense qu'on aurait jamais vu ça aux États-Unis. C'est que c'est une évidence en partant que tout le monde vient de partout et puis qu'il va y avoir un peu tout le monde de représenté* ”.

La visée de ce texte de loi n'est-elle que l'expression d'un souhait ? Au contraire, cette loi énonce-t-elle un devoir ou une mission ? Les participants s'interrogent sur la portée réelle de cette loi: ne s'agit-il pas que de l'expression d'un “voeux pieux” ? Dans la mesure où le texte de la loi ne s'exprime que sous la forme du conditionnel (“devrait”), ce type d'énoncé n'oblige-t-il pas le législateur à élaborer une réglementation précise. Les participants à l'une de nos discussions de groupe jugent que cette loi ne constitue qu'un énoncé de principe qui définit une “mission” au système de radiodiffusion mais il s'agit d'une définition relativement vague qui ne conduit les diffuseurs à aucune obligation réelle.

Ingénieur proche d'Amnesty International, 40 ans : “*Qu'est-ce que ça fait un souhait dans une loi? On peut souhaiter n'importe quoi mais dans la loi, c'est le “doit” qui doit être là*”.

Ancienne conseillère politique, 39 ans : “*Le terme “devrait” fait que l'on définit ici une mission : une mission d'un système de radiodiffusion au niveau canadien. Donc c'est quelque chose (vers) lequel on va tendre mais où on sait très bien qu'on n'arrivera jamais à parfaitement le faire. Donc, politiquement tu t'organises pour ne pas te faire coïncider. Tu mets ce genre d'énoncé-là où, dans le fond, tout ce que tu peux faire si jamais il y a un blâme, c'est dire “C'est vrai qu'on aurait dû tendre un peu plus, nous péchons, on regrette beaucoup, on va essayer de s'ajuster”. Dans le fond, moi je dis qu'au niveau politique, c'est (tactiquement) parfait*”.

Une participante constate qu'il n'y a pas nécessairement une adéquation entre d'une part, un système de radiodiffusion qui serait conforme à la loi et d'autre part, le système de radiodiffusion correspondant à son idéal, à ses attentes :

Ancienne militante politique, 40 ans : “*C'est vrai qu'avec beaucoup de créativité, on pourrait certainement arriver à (avoir un système de radiodiffusion qui respecte le mandat de la Loi de 1991) mais est-ce que ça, ça m'intéresserait? Je le sais pas*”.

Des usagers critiquent la vision trop étroite de la loi existante. D'autres informateurs jugent que c'est une loi qui ne contraint pas suffisamment les pouvoirs économiques.

Militante de parti, 25 ans : “*On aurait pu parler peut-être de financement de la télévision. Jusqu'à quel point par exemple, une compagnie qui finance a le droit de s'ingérer (dans la programmation) ? On aurait pu (en parler dans la loi) mais on ne parle pas du tout du côté marchand, c'est purement ethnique...*”.

Ancienne militante politique, 40 ans : “*Actuellement) c'est pas les créateurs qui décident. (...) c'est des marchands, c'est des business*”.

## **Débat autour de la pertinence de l'existence d'une telle loi**

Certains de nos interlocuteurs ont remis en cause le principe même de l'existence d'une loi visant à contrôler le système de radiodiffusion canadien. Dans l'un des groupes de discussion, un débat s'en est suivi qui a mis en relief notamment certaines retombées positives de l'existence d'une loi en ces matières.

Ingénieur proche d'Amnesty International, 40 ans : *“Mais, moi j'en veux pas de ça, c'est simple. [Le participant fait un geste pour lancer sa copie de l'extrait de loi.] (...) Je veux pas de texte ”.*

Ancienne militante politique, 40 ans : *“ Quelque chose me dit que ça vaudrait la peine de réfléchir un peu plus. Je ne suis pas certaine que j'aurais envie de mettre ça à la poubelle. Regarde, par exemple, le canal ethnique. Le canal ethnique ne doit pas faire ses frais. Il doit y avoir un couple de subventions pour le faire rouler, un peu comme la télé communautaire... Moi, je suis plutôt pour (l'existence de ces canaux). Peut-être que je changerais leurs programmations. Peut-être que j'aurais envie de brasser des affaires (dans ces chaînes), mais l'idée même qu'il y en ait, ça me plaît. Alors si en mettant (la loi) à la poubelle, je mets ça en même temps, je ne suis pas d'accord. (...) (C'est certain que) ça ne doit pas être une réglementation tatillonne qui vient de superpositions, une petite couche par ci pour faire plaisir à l'un, une petite couche par là pour faire plaisir à l'autre, puis tu sais que ça devient le patchwork absolument, la courtpointe difficile. Le motif commence à ne plus avoir d'allure. Ça peut être plus simple que ça mais je pense que si ce n'est pas l'État qui le fait, qui va donner une âme (au système des médias) ? ”.*

Militante de parti, 25 ans : *“Faut mettre (quelque chose) sur la page (...). J'irais avec des valeurs très, très larges. (...) Il y aurait consensus (autour de l'idée que la loi puisse garantir l'accès gratuit à l'information) parce qu'on ne parlerait pas d'identité. C'est très difficile à cristalliser, l'identité. Une minorité, c'est difficile à (définir): t'sais, la minorité de la majorité de la minorité. On pourra pas vraiment toutes les mettre (les minorités dans le texte de loi), t'sais, puis j'oserais même pas me lancer là-dessus... ”.*

L'une des dimensions du texte de loi qui saute aux yeux de nos interlocuteurs québécois est sa couleur *canadienne*. Ce texte est fortement marqué par la valorisation politique canadienne d'une unité nationale embrassant les diversités culturelles et linguistiques. Ce texte législatif refléterait davantage le désir de réalisation du grand objectif politique de l'unité canadienne que la volonté de rendre les médias universellement accessibles.

Ancienne militante politique, 40 ans : *“ C'est des valeurs canadiennes. Tu regardes, c'est Canadian là du premier au dernier mot, puis je ne dis pas ça de façon péjorative mais c'est quoi les valeurs qu'on veut promouvoir? (...) la dualité linguistique... “dualité” ça veut dire il y a l'un puis il y a l'autre et en toutes circonstances y a l'un.... Bon. Après ça : “caractère multiculturel et multiracial” : Canadian. (...) Moi, j'suis pas certaine que je veux une télévision qui me parle de dualité linguistique ou qui (la) reflète... Je ne suis pas sûre du tout (...) que ça doive répondre aux conditions et aux aspirations de n'importe quel Canadien. Moi, j'suis désolée mais il y a des valeurs qu'il faut mettre en-dessous de ça (...) ”.*

Militante de parti, 25 ans : *“Moi je trouve ça très politique (cet extrait de loi) parce que la radiodiffusion, une loi là -dessus ça pourrait ne pas du tout parler ni de dualité linguistique ni de multiculturalisme. Ça pourrait simplement parler de violence, ou parler de contenus éducatifs, ça pourrait être complètement autre chose alors que là, on a décidé de faire ça sur le Canada. (...) (Ainsi) la valeur première ce n'est pas l'accessibilité... c'est d'être Canadien, c'est un système canadien (qui) définit qu'est-ce*

*qu'un Canadien mais en partant, on aurait pu juste dire: "Au Canada, le système de radiodiffusion", ah, alors, il n'aurait plus été canadien...".*

### **À la recherche de nouveaux principes pour contrôler le système des médias**

Une interlocutrice cherche à résoudre la contradiction entre l'obligation de représentativité des médias et la libre expression des créateurs. Ces derniers ne pourraient-ils pas être justement les porte-parole de la population ?

*Militante de parti, 25 ans : "Vous avez dit tantôt : "Qui devrait contrôler la télé ? Qui devrait décider ?" Et Jeanne a répondu : "les créateurs". Moi, spontanément, j'allais dire : "la population" puis, je me suis retenue, parce que si on laissait aux créateurs un peu plus de place, automatiquement, je pense qu'on l'aurait (la représentativité), la réalité canadienne parce qu'un artiste, ça reflète les gens".*

L'une de nos interlocutrices soulève le paradoxe à l'oeuvre dans l'idée d'un système de radiodiffusion cherchant à "refléter les conditions" des gens qui l'utilisent. S'ensuit un débat qui questionne la loi existante et qui cherche à identifier de nouveaux principes pouvant être à la source d'un contrôle social acceptable du système de radiodiffusion. Devrait-on identifier des "valeurs communes" à tous les citoyens, ces valeurs partagées ayant, en quelque sorte, force de loi ? Mais cela voudrait dire quoi concrètement cette adhésion à des "valeurs communes" au niveau de la gestion effective des chaînes et des programmations médiatiques ? Sans une loi, ne risque-t-on pas d'inféoder le système des médias à une logique strictement marchande ? Aux principes actuellement en vigueur dans la loi de 1991 qui affirme la nécessité de refléter les conditions et les aspirations des citoyens, ne pourrait-on pas substituer, suggère une interlocutrice, une forme de *code déontologique* auquel se soumettraient tous les professionnels des médias et dont l'application garantirait la production et la diffusion d'oeuvres socialement honnêtes, justes et non discriminatoires ?

*Militante de parti, 25 ans : "C'est paradoxal comme je disais... "Refléter la condition", euh... une émission comme "Les gens riches et célèbres", ça reflète pas les conditions mais ça reflète les aspirations! Est-ce qu'il faut faire des émissions sur des gens pauvres qui aspirent à être riches donc des émissions de riches pour répondre aux aspirations ou bien des émissions sur les pauvres parce que c'est ça la condition? Je veux dire, ça, ça veut dire n'importe quoi. (...) Il y a un autre paradoxe : "besoins et intérêts". Faut les définir, les intérêts de la population, t'sais? Est-ce qu'on fait des affaires pourries parce que la population en veut ou bien si c'est parce que c'est pourri que la population en mange ?".*

*Ancienne militante politique, 40 ans : "Vous n'avez pas peur qu'on se retrouve dans une logique strictement marchande (si on élimine cette loi sans la remplacer)? (...) J'aime (le sport à la télé) mais bon, y a des limites alors je voudrais pas qu'on se retrouve avec trois canaux de sports parce que ça c'est rentable puis qu'y a moyen de le financer et puis que je n'aie plus de canal ethnique".*

De nombreux souhaits sont exprimés en regard de ce que pourrait être une bonification de la loi : idéalement, cette loi sur la radiotélédiffusion obligerait l'établissement d'un code déontologique; les principes et les valeurs qu'elle exprimerait seraient axés sur la qualité de vie; la loi devrait également mentionner la responsabilité sociale des diffuseurs. Par ailleurs, certains de nos répondants émettent le souhait que la démocratie puisse transparaître

davantage dans les médias. On s'interroge finalement: le système actuel des médias semble-t-il conforme à l'énoncé de politique ?

Militante de parti, 25 ans : *“Alors le système devrait faire quoi si ce n'est pas de répondre aux intérêts des gens et de refléter leurs aspirations ? Ce serait quoi le système idéal ? ”* *“ J'sais pas... un genre de code d'éthique pour les employés, si tout le monde fait bien son travail d'une façon consciencieuse, il me semble qu'au bout de la ligne le produit ne peut pas être si injuste, si discriminatoire ”*.

Animatrice communautaire, 43 ans : *“ Il faudrait que ce texte de loi fixe des objectifs qui portent sur la qualité de vie, qui vise l'amélioration des conditions de vie, qui vise à rétablir un équilibre (par rapport à des valeurs) sociales, humaines (...) (Si) mes intérêts, c'est le porno, mon besoin c'est d'être excitée, alors c'est (conforme au texte de loi)... (Le système) répond à mes besoins et à mes intérêts... mais est-ce que c'est aux besoins et intérêts d'une amélioration de la qualité de la vie et de l'équilibre de la société? Non. (...) C'est trop large et ça porte trop à interprétation ”*.

Travailleuse sociale, 40 ans : *“ Je parlerais plus de responsabilité sociale (...) c'est drôle parce qu'on aurait pu s'attendre que ça soit le gouvernement qui dicte les conduites. En ce moment, ce sont les marchés qui dictent nos conduites. Ils nous ont déjà mis dans (...) des besoins uniformes, des intérêts et des aspirations uniformes. Dans ce sens-là, moi, je pense (que les législateurs) auraient beaucoup plus d'impact si on parlait de responsabilité sociale: on pourrait définir la responsabilité sociale des radiodiffuseurs par rapport au public; il faudrait que justement on se mette des balises ”*.

Animateur communautaire, 28 ans : *“Le Canada se prétend une société démocratique. Pour moi, la démocratie c'est pas juste le fait qu'on ait le choix entre le parti bleu et cinq ans plus tard, le parti rouge... C'est toute la participation des citoyens et des citoyennes en différentes organisations et d'un océan à l'autre, dans plein de villes, dans plein de milieux, (...) Si on regarde un peu partout à travers le Canada, il y a de ces groupes qui réunissent des (...) milliers de personnes et je pense que cette démocratie devrait transparaître plus dans les médias. On devrait faire plus de place à ça plutôt que de toujours focaliser sur la démocratie libérale qui prend toute la place. (...) Je pense qu'il y aurait de la place à faire pour les aspirations des gens, laisser parler les gens et (...) les organisations que les gens se sont données pour avoir une voix, pour avoir du pouvoir. À mon sens, le système de radiodiffusion devrait être l'expression d'une vraie démocratie participative ”*.

Théologien engagé, 70 ans : *“ Premièrement je ne savais pas du tout que (cette) loi existait... Si quelqu'un m'avait dit: “Écoutez, c'est une loi canadienne”, j'aurais dit: “je n'y crois pas du tout”... c'est pas tellement visible dans les médias (actuellement). (...) Pas avocat ni spécialiste, je trouve ça intéressant et moi je dirais que les médias en général donc ne font pas un grand effort pour être fidèles à ça, (notamment) de refléter la condition, les aspirations des hommes, des femmes et des enfants canadiens: c'est notamment l'égalité sur le plan des droits. C'est pas mal”*.

## **Conclusions**

Ce travail a permis d'identifier certaines tensions politiques, voire épistémologiques, traversant actuellement le champ d'étude des communications, et plus précisément, l'étude de la télévision. En ce qui a trait à la finalité des recherches que l'on peut réaliser aujourd'hui, notre démarche soulève une question qui traque les chercheurs depuis l'époque où Lazarsfeld et Adorno prenaient finalement des chemins séparés: tout en contribuant à une compréhension et à une explication des phénomènes sous examen, la recherche peut-elle en outre susciter et rendre possibles des interventions critiques dans le domaine de la culture ? Vouloir infléchir les politiques publiques de communication est une entreprise foncièrement réformatrice, mais ce type d'actions peut se conduire selon une perspective *critique* (plutôt qu'*administrative*, pour poursuivre la référence francfortienne). Ce programme de recherche nous fait voir combien les pratiques culturelles (comme l'usage de la télévision) se situent sur un terrain empreint de vives ambiguïtés, où par exemple, les désirs et les attentes de l'utilisateur s'entremêlent avec son patrimoine culturel propre, marqué simultanément par un ensemble de références sociales ou identitaires parfois contradictoires. Dans une étude précédente (Proulx et Laurendeau, 1993, p. 117-118), nous avons constaté que le recours à la catégorie d'*usager* pouvait occulter d'autres dimensions participant conjointement à la construction de l'identité sociale et culturelle de l'individu. Ainsi en est-il par exemple, de l'appartenance de la personne à une famille et à divers réseaux dans son milieu de travail, dans ses lieux de loisirs, son rattachement à une catégorie socio-professionnelle ou à un groupe ethnoculturel, etc. Questionnant nos informateurs à propos de leurs pratiques de vie quotidienne, notre approche a tenté de saisir les pratiques sociales effectives de l'individu en tant que parent, travailleur, citoyen et militant.

Nous considérons l'évolution de la télévision comme un enjeu de citoyenneté (van Steenberg, 1994). Dans le cas canadien, nous l'avons vu, le législateur estime que la télévision *devrait* servir certaines fins sociales et culturelles, et lui attribue une mission plus ou moins précise mais définitivement *normative*. Les personnes que nous avons interviewées cependant (à l'examen des jugements formulés par nos répondants, issus des couches les plus actives sur le plan sociopolitique) entretiennent un rapport très ambivalent avec ce média: ils en apprécient l'existence mais ils ne l'aiment pas. Paradoxalement, les attentes vis-à-vis la télévision de ces citoyens en principe *éclairés* ne semblent pas être aussi élevées que celles exprimées dans le texte de loi.

Ceci dit, à un niveau plus fondamental, les usagers expriment des besoins et des intérêts particuliers qu'un État même très attentif pourrait difficilement prendre en compte. Si l'État voulait réellement faire en sorte que la télévision réalise la mission qu'il lui a été confié, cela nécessiterait des interventions plus pointues que des déclarations de principe; de l'aveu même des usagers, ces déclarations se résument trop souvent à des vœux pieux formulés dans une langue de bois, affirmations perçues comme dissonnantes en regard de leurs perceptions de la programmation offerte et des variations de leur propre expérience en tant que téléspectateurs.

Notre étude permet de constater que l'usage de la télévision est un geste profondément ancré dans les méandres de la personnalité individuelle; en même temps, cette expérience de *télévision* s'explique aussi largement par le positionnement social de l'individu, par le niveau de capital culturel auquel il a accès. Les usages sont polymorphes, ils combinent les goûts et les tempéraments individuels, autant que certaines caractéristiques de la situation familiale des usagers, les intérêts politiques des individus de même que les ressources et les contraintes de l'environnement économique. En situant les usages médiatiques parmi l'ensemble des

pratiques sociales de l'individu, nous cherchons à compenser les excès épistémologiques propres aux études d'audiences où la description du comportement du téléspectateur est réduite à la comptabilité d'un geste binaire (ouvrir, fermer le poste de télé), geste facilement computable mais qui ne coïncide pas avec la richesse de l'expérience polymorphe que constitue l'usage de la télévision.

En considérant l'usage de la télévision comme une activité de socialisation parmi d'autres, notre travail exploratoire veut contribuer à la compréhension de ce que nous avons appelé *la demande citoyenne* en matière de politiques de communication. Nous croyons que cette approche (que nous espérons pouvoir mieux développer en élargissant notre programme de recherche à cinq autres pays - Grande-Bretagne, France, Suède, Japon, Afrique du Sud -) pourra aider à construire une nouvelle base de légitimation aux politiques publiques dans un État assiégé d'une part, par les chantres de la dérégulation et de l'autre, apparemment délaissé par des usagers individualistes devenus parfois politiquement désabusés.

Sur le plan théorique, cette démarche s'insère dans la foulée des tentatives visant à réduire le fossé entre les approches dites d'économie politique et de celles associées davantage aux « cultural studies » dans le domaine des communications. Un débat important à ce sujet a mobilisé bon nombre de chercheurs depuis le milieu des années 1990 (voir à titre d'exemple : Gandy, 1995). Mais il se trouve peu d'exemples d'enquêtes empiriques visant à éclairer ce débat théorique. Ce fut modestement notre objectif.

\*\*nouvelles références théoriques qui ont été insérées dans le texte :

Ang, Ien (1989), «Wanted: Audiences. On the Politics of Empirical Audience Studies », in E. Seiter et alii, eds, *Remote Control: Television, Audiences, and Cultural Power*, Routledge, London, p. 96-115.

Bennett, T. (1992). Putting Policy into Cultural Studies. Dans L. Grossberg, C. Nelson & P. Treichler (Eds.), *Cultural Studies* (pp. 23-37). Londres: Routledge.

Brants, K., Hermes, J. et van Zoonen, L. (1998). *The Media in Question: Popular Culture and Public Interests*. Londres: Sage.

Corner, J. (1996). «Sens, genre et contexte: la problématique du 'savoir public' dans les nouvelles études de la réception », *Réseaux*, 79, 9-29.

Dahlgren, P. (1995). *Television and the Public Sphere: Citizenship, Democracy and the Media*. Londres: Sage.

Gandy, O. (dir.) (1995). Colloquy on Political Economy and Cultural Studies. *Critical Studies in Mass Communication*, 12, 60-100.

Garnham, N. (2000). *Emancipation, the Media, and Modernity. Arguments about the Media and Social Theory*. Oxford: Oxford University Press.

Habermas, J. (1978). *L'espace public. Archæologie de la publicité bourgeoise*. Paris : Payot.

Hall, Stuart (1980), «Encoding/Decoding », in Hall et alii, eds, *Culture, Media, Langage*, London, p. 128-138. (publ. orig.: 1973).

Machet, E., et Robillard, S. (1998). *Télévision et culture: politiques et réglementation en Europe*. Dusseldorf: Institut européen de la communication.

McQuail, D. et Siune, K. (dirs.) (1998). *Media Policy: Convergence, Concentration and Commerce*. Londres: Sage.

Morley, D. (1992). *Television, Audiences and Cultural Studies*. Londres: Routledge.

Price, M. E. (1995) *Television, the Public Sphere, and National Identity*. Oxford: Oxford University Press.

Raboy, M & B. Abramson, S. Proulx et R. Welters (2001), 'Media Policy, Audiences and Social Demand: Research at the Interface of Policy Studies and Audience Studies.' *Television and New Media*, 2, 2, p. 95-115.

Rogge, Jan-Uwe (1989) «The media in everyday family life: some biographical and typological aspects » in E. Seiter et alii, eds, *Remote Control: Television, Audiences, and Cultural Power*, Routledge, London, p. 168-179.

van Steenberghe, B. (dir.) (1994). *The Condition of Citizenship*. Londres: Sage.



