

Etudes sur la réception

- Enseignements - Théories -



Date de mise en ligne : vendredi 10 novembre 2006

Description :

Dans la continuité des cultural studies, des usages et gratifications mais aussi dans la volonté de dépasser le schéma linéaire de la communication (voir modèles de la communication), les chercheurs s'interrogent sur les effets des médias et examinent non plus une mais des formes de réception. Le but étant de comprendre la place de ces derniers dans des espaces publics pluriels ou élargis (Miege ou Erik Neveu (in, PAILLART I.(Dir.), L'espace public et l'emprise de la communication, Ed. ELLUG, Grenoble, 1995). Du coup, les méthodes d'analyse et les approches des médias se transforment et empruntent à l'ethnographie, l'observation participante. De la réception de "Narbonne" à des séries comme "Urgence" ou "Dallas", il est désormais clair que le public doit s'écrire au pluriel.

Copyright © Vincent Rouzé - Tous droits réservés

Dans la continuité des microsociologies, des approches développées par les cultural studies, des usages et gratifications mais aussi dans la volonté de dépasser le schéma linéaire de la communication ([voir modèles de la communication](#)), les études sur la réception s'interrogent sur les effets des médias et examinent non plus une mais des formes de réception.

Introduction

A la suite des travaux engagés sur le texte et sur le rapport texte-lecteur, les années 80 voient naître un intérêt grandissant pour les questions de réception. La posture consiste désormais à ne plus séparer artificiellement le texte et le lecteur mais au contraire de les considérer dans leur mise en présence.

Comme nous l'avons déjà dit, les études de réception tentent de dépasser [les concepts de foule, de masse](#) qui considèrent les individus comme des ensembles homogènes. Etudier la réception, c'est tenter de comprendre comment nous percevons un livre, un film, un discours, une émission télévisée...

Du coup, les méthodes d'analyse et les approches des médias se transforment et empruntent à l'ethnographie, l'observation participante mais aussi conjointement aux techniques d'enquêtes qualitatives. Des études menées sur la réception de "Nation wide" (MORLEY, D.) à des séries comme "Urgence" (Chalvon-Demersay) ou "Dallas" (E. KATZ), il est désormais clair que le public doit s'écrire au pluriel.

Liens et Ressources

Dossiers :

- LES THÉORIES DE LA RÉCEPTION publié dans la [revue Réseaux n°68](#) :
- Le double numéro (11/12) de la revue Hermès (1993) coordonnée par Daniel Dayan intitulé "[A la recherche du public : réception, télévision, médias](#)"
- Proulx S (Dir), Accusé de réception, Les Presses de l'Université Laval, 1998

Articles

- ALLARD Laurence, [Dire la réception : culture de masse, expérience esthétique et communication](#), Revue Réseaux, n°68, CNET, 1994

- CHALVON-DEMERSAY, S. « La confusion des conditions. Une enquête sur la série télévisée Urgences », in [Réseaux](#), n° 95, CNET/Hermès Science Publications, pp. 287-283.
- ECO Umberto "[Innovation et répétition : entre esthétique moderne et post moderne](#)", Revue Réseaux, n°68, CNET, 1994
- DURAND, J., "[Le rôle des sondages dans le domaine audiovisuel](#)", Communication et langages, n°67, 1986.
- DURAND, J., "Audience. Définition et méthode de mesure", Texte paru dans le Dictionnaire critique de la communication de Lucien Sfez, P.U.F., 1993, tome 2, p.1034-1037.
- DURAND, J., "Les jugements des téléspectateurs. Note sur l'évaluation des programmes de télévision", Article paru dans la revue Hermès, n° 11-12, 1993, p.311-318.
- DURAND, J., "[Mesurer l'audience. Le cas de la télévision](#)", Article publié dans la revue Hermès, n° 11-12, 1993 - repris dans Dossiers de l'audiovisuel, septembre-octobre 1993.
- DURAND, J., "Les études sur l'audience de la radio-télévision en France", Article paru dans la revue Quaderni, n° 35, Printemps 1998, p.79-92.
- HALL Stuart "[Codage / décodage](#)", Revue Réseaux, n°68, CNET, 1994
- QUERE, L. « [Faut-il abandonner l'étude de la réception](#) ». In Réseaux, n°79. CNET, 1996.
- LEENHARDT Jacques "Théorie de la communication et théorie de la réception
- MORLEY, D., The Nationwide Audience : Structure and Decoding, British Film Institute London, 1980.
- MORLEY, D., Family Television, Comedia/Routledge, London, 1986.
- PROULX, S. « La construction ethnographique des publics de télévision ». In Accusé de réception, Les Presses de l'Université Laval, 1998, pp. 121-161.
- SCANNELL Paddy "[L'intentionnalité communicationnelle dans les émissions de radio et de télévision](#)