

Une situation expérimentale de réception des images télévisuelles: la mise en œuvre d'EARS

Segur, Céline

Veröffentlichungsversion / Published Version

Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Segur, C. (2013). Une situation expérimentale de réception des images télévisuelles: la mise en œuvre d'EARS. *ESSACHESS - Journal for Communication Studies*, 6(1), 155-167. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-377625>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY-NC Lizenz (Namensnennung-Nicht-kommerziell) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/deed.de>

Terms of use:

This document is made available under a CC BY-NC Licence (Attribution-NonCommercial). For more information see: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0>

Une situation expérimentale de réception des images
télévisuelles.
La mise en œuvre d'EARS

Céline SEGUR

Centre de recherche sur les médiations (EA 3476) Université de
Lorraine, FRANCE

celine.segur@univ-lorraine.fr

Résumé : Le recours à la situation expérimentale présente une possibilité d'étude de la réception des messages médiatiques. Particulièrement, les systèmes de réponse en temps réel (*Real Time Response*) permettent une investigation directement auprès des individus sans avoir à leur demander de verbaliser leurs réactions. Pour autant, leur usage ne va pas sans la prise en compte de biais méthodologiques induits. Surtout, cela nécessite de problématiser la nature des résultats obtenus, entre apports certains et limités. C'est dans ce cadre que sont présentés les résultats d'une étude de réception des images télévisuelles de l'immigration menée en 2003 à l'université de Lorraine par une équipe de chercheurs du Centre de recherche sur les médiations (Crem). Ceux-ci constituent un point de départ à partir duquel est amorcé un questionnement introductif et ouvert : en sciences de l'information et de la communication, quel recours à la situation expérimentale est-il possible et pour quels résultats ?

Mots-clés : réception télévisuelle, situation expérimentale, système de réponse en temps réel, sciences de l'information et de la communication, immigration

An experimental situation of TV images reception. The use of the EARS device

Abstract: Resorting to experimental situation offers the possibility to study media messages reception. In particular, Real Time Response Systems allow investigations that don't need words: researchers don't have to ask people to phrase their reactions. However, the use of such a device requires taking into account methodological limits. Indeed, it is necessary to question the results given, between undoubted and restricted contributions. Within this framework we present the results of a reception study about immigration TV images, lead in 2003 at University de Lorraine by a research team from Centre de recherche sur les mediations. These results are the starting point from which an introducing and open question is initiated: within communication studies, what kind of experimental situation is it possible to settle, and what kind of results can be expected?

Keywords: TV audience, experimental situation, Real-Time Response System, communication studies, immigration

Introduction

La mesure de l'influence des médias est un projet qui peut sembler vain sur le plan méthodologique, tant les difficultés à approcher cet objet ont été éprouvées à maintes reprises. La traduction verbale de perceptions et d'émotions est un exercice difficile, qui conduit parfois les individus interviewés à mettre en œuvre des tactiques pour « faire bonne figure ». C'est pourquoi les discours recueillis par les questionnaires et les entretiens ne peuvent pas constituer une photographie des comportements réels : « On n'observe pas de "goûts" mais seulement *des comptes rendus de goûts*, pas de "culture-télé" mais seulement des mises en scène verbales de cette culture-télé » (Boullier, 2003 : 90). Le recours à l'observation ethnographique est lui aussi perçu comme insatisfaisant : s'il a permis de comprendre l'acte de réception télévisuelle comme un processus d'interprétation et d'utilisation des images dans la compréhension de la réalité (Calbo, 1998 ; Pasquier, 1999), les chercheurs rendent compte de la violence symbolique de la situation d'examen ainsi proposée aux individus observés. Dès lors, une tendance du domaine des recherches sur la réception médiatique consiste à ne plus susciter la parole des publics, mais l'écouter là où elle se manifeste, e.g. dans les courriels de téléspectateurs (Mehl, 2004 ; Soulez, 2004).

Cependant, lorsque l'on souhaite mesurer non pas les effets d'un média mais les effets de messages médiatiques ciblés – comme cela peut être le cas dans le cadre de contrats de recherche financés – il apparaît nécessaire de solliciter la réaction de récepteurs. Dès lors, le recours à la situation expérimentale présente une possibilité

d'étude de la réception des messages médiatiques. Particulièrement, les systèmes de réponse en temps réel (*Real Time Response*) permettent une investigation directement auprès des individus sans avoir à leur demander de verbaliser leurs réactions (Maier *et al.* 2009). Précisons d'emblée que nous ne considérons pas que ces outils permettent de combler une carence méthodologique pour l'étude de la réception. Ils s'ajoutent à – et complètent pourrait-on dire – une série de techniques d'investigations. L'utilisation de cette méthode implique d'établir, pour les enquêtés ainsi que pour le chercheur, qu'il ne s'agit pas de simuler une situation de réception quotidienne et domestique dite « naturelle ».

C'est dans cette perspective qu'a été conduite une étude de réception des images télévisuelles de l'immigration par une équipe de chercheurs du Centre de recherche sur les médiations (Crem, ÉA 3476, Université de Lorraine). Tout en ayant pour objectif de saisir le rapport entre immigration et médias du point de vue des individus, cette étude a consisté à éprouver la mise en œuvre du dispositif de mesure de la réception *EARS* (*Electronic Audience Response System*). L'exposé des conditions de réalisation de l'enquête et des résultats obtenus constituent ici un point d'ancrage à partir duquel il est possible de problématiser quelques apports et limites du recours à la situation expérimentale en sciences de l'information et de la communication.

1. Les traductions médiatiques de l'immigration : reproduction, représentation et réception

L'étude intitulée « Les traductions médiatiques de l'immigration : reproduction, représentation et réception » (Meyer *et al.* 2005) a été réalisée entre décembre 2003 et mai 2005. Elle s'est déroulée en trois phases interdépendantes : un recensement des productions télévisuelles dans les chaînes hertziennes permettant de rassembler des fragments d'une traduction médiatique de l'immigration ; des entretiens semi-directifs auprès de professionnels des médias, dans lesquels nous nous sommes intéressés aux conditions de production des images et aux rhétoriques de légitimation des médias sur leur rôle ; enfin, la mise en œuvre d'un dispositif expérimental de mesure de la réception (*Electronic Audience Response System, EARS*). L'étude a été menée dans le cadre du programme 2003 « Représentations de l'immigration et rôle des médias » du Fasild¹. Celui-ci prévoyait, entre autres, d'identifier les représentations à même de « traduire le pluralisme social et ethnique de la société française et de donner une vision positive des différentes composantes de son peuplement ». Ainsi l'équipe pluridisciplinaire² constituée de chercheurs

¹ En 2003, le Fasild était un établissement public national sous tutelle du ministère des Affaires sociales, du Travail et de la Solidarité et du ministère chargé du Budget. Il est devenu, depuis le 31 mars 2006, Agence nationale pour la cohésion sociale et l'égalité des chances (www.lacse.fr).

² Sciences de l'information et de la communication, sociologie, sciences de l'éducation et statistique.

français et allemands des universités de Mayence, Metz et Nancy 2 a-t-elle cherché à saisir le rapport entre immigration et médias en posant deux questions (en apparence) simples : dans quelles images télévisuelles des individus voient-ils de l'immigration ? Quelles sont, pour eux, les images discriminatoires ou *a contrario* susceptibles de soutenir l'intégration ?

Le test de réception s'est déroulé les 29, 30 septembre et 1^{er} octobre 2004 à l'université Paul Verlaine-Metz (aujourd'hui : université de Lorraine) auprès de 218 participants majeures volontaires, répartis en 8 groupes de 25 à 36 personnes. Ces derniers, réunis dans un amphithéâtre, devaient commencer par répondre à un questionnaire sur leurs représentations de l'immigration et sur leurs pratiques télévisuelles. Puis, munis d'un boîtier à sept positions, nous leur demandions de réagir à une consigne pendant la diffusion de deux montages d'images télévisuelles (environ vingt minutes chacun). Enfin, les participants renseignaient un « post » questionnaire à nouveau au sujet de leurs représentations de l'immigration ainsi que sur l'utilité du dispositif et de l'étude.

L'utilisation du dispositif EARS implique de solliciter les individus à nuancer leurs réactions durant la diffusion des montages, de manière à recueillir des réactions à des images précises plutôt qu'à un ensemble. C'est pourquoi les consignes étaient ainsi énoncées :

« Certaines images à la télévision peuvent évoquer pour vous l'immigration. Chacun de nous reçoit ces images soit de manière positive, soit de manière négative. D'autres images, au contraire, ne nous font pas réagir. Si les images que nous allons vous diffuser n'évoquent rien, placez-vous sur la position 4. Plus l'image vous apparaît positive, plus vous dirigerez le curseur du 5 vers le 7 (plutôt positif vers très positif) ; si l'image vous apparaît négative, dirigez le curseur du 3 vers le 1 (plutôt négatif vers très négatif). N'hésitez pas à utiliser toutes les positions du boîtier, elles vous permettront de nuancer vos réactions » (premier montage dit placebo³) ;

« Certaines images représentent l'immigration. Certaines d'entre elles peuvent, pour vous, aider à soutenir l'intégration des personnes issues de l'immigration, d'autres au contraire sont susceptibles de produire de la discrimination. Dans les extraits que vous allez voir, si les images n'évoquent rien, placez le curseur sur la position 4. Plus vous pensez que l'image peut soutenir l'intégration, plus vous dirigerez le curseur du 5 vers le 7 (soutien faible vers soutien fort) ; si, au contraire, elle est susceptible de produire de la discrimination, dirigez le curseur du 3 vers le 1 (discrimination faible vers discrimination forte). N'hésitez pas à utiliser toutes les positions du boîtier, elles vous permettront de nuancer vos réactions » (second montage dit réactif).

³ Nous avons choisi de considérer la diffusion d'un premier montage comme un entraînement à l'utilisation du boîtier ; cela permettait aussi de tester deux séries de consignes.

Présentées à chaque début de séance, ces consignes étaient reportées sous la forme d'un schéma sur une feuille se trouvant sur la table devant chaque participant. Les réponses livrées dans le post questionnaire indiquent que le dispositif a été bien accueilli par les participants qui le trouvent facile d'utilisation (83 %), efficace dans l'expression des réactions vis-à-vis des images (59 %). De plus, les consignes d'utilisation ont été comprises par 95 % d'entre eux. Dès lors, le boîtier peut apparaître comme un moyen à la fois simple et efficace pour exprimer les réactions des individus.

2. L'identification d'images sujettes à réaction

Pour cette étude, notre propos s'est inscrit dans la lignée des travaux initiés dans les années 40 aux États-Unis sur les mesures d'impact en temps réel très peu exploitées en France⁴. Dès notre réponse à l'appel d'offres du Fasild, nous envisagions, *via* une étude de réception de type expérimentale, de nous situer entre réception idéale et effective (voir Lochard, Soulages, 1998)⁵. Il s'est agi de mesurer l'instant T de la rencontre entre l'image télévisuelle et l'individu ; la nature des réactions étant aussi objet d'analyse.

Les données recueillies⁶ étaient enregistrées toutes les une à deux secondes par un ordinateur central qui les traduit sous la forme d'une courbe moyenne évoluant à la mesure de la diffusion ; celle-ci se superpose aux images pour l'enquêteur. Elles se présentent aussi sous la forme d'une succession de chiffres de 0 à 7 représentant les positions enregistrées pour chaque boîtier⁷, qui ont pu être convertis en représentations statistiques avec l'aide d'enseignants et d'étudiants du département STID de l'IUT de Metz. Pour cela, ont d'abord été identifiés empiriquement 18 segments représentant un corpus formalisé réduit contenant un nombre important

⁴ En 1938, à l'université Columbia, le psychologue et sociologue autrichien P. Lazarsfeld, en collaboration avec F. Stanton, a mis au point un dispositif (*program analyser*) chargé d'enregistrer les réactions de l'auditeur en termes de goût, de dégoût ou d'indifférence (*Princeton Radio Project*). En France, ce type de dispositif a surtout été repris dans le domaine des études d'audience professionnelles (*cf.* l'audimètre), les chercheurs universitaires lui préférant la passation de questionnaires et d'entretiens sur les pratiques médiatiques (voir Ségur, 2010).

⁵ Relevant de problématiques sémio pragmatiques, les théories de la réception idéale consistent à penser les réactions sectorielles à partir des contenus médiatiques (*e. g.* en terme de « promesses », Jost, 1997). Les théories de la réception effective, initiées en France par D. Dayan (1992), relèvent de l'observation empirique – parfois ethnographique – de la capacité des récepteurs à construire le sens des messages.

⁶ Dans le cadre de cette contribution seul un échantillon des résultats est présenté, de manière à traiter également la problématique de l'apport des mesures expérimentales en sciences de l'information et de la communication. Pour les éléments d'analyse plus détaillés, voir Meyer, 2006 et Ségur, 2006.

⁷ Le « 0 » indique une défaillance technique du boîtier ou de la transmission du signal.

d'informations, que nous avons nommés Unités de fluctuation de l'opinion (UFO). Les indicateurs statistiques alors utilisés (moyenne, médiane, étendue) ont permis d'observer des différences de perception, tant au niveau des individus qu'à celui des UFO. Ainsi a été élaborée une typologie permettant de qualifier les réactions manifestées, analysées en fonction de leur caractère homogène vs hétérogène, ainsi que convergentes vs divergentes. En effet, cela a permis de distinguer, d'une part, les images perçues de manière consensuelle (c'est-à-dire des segments d'images considérées soit comme positives/soutien à l'intégration, soit comme négatives/favorisant les discriminations) des images perçues de manière contrastée (des segments d'images considérées à la fois comme positives/soutien à l'intégration, et comme négatives/favorisant les discriminations); d'autre part, il s'est agi de faire la différence entre des UFO pour lesquelles les participants ont eu tendance à réagir de manière identique et des UFO pour lesquelles les participants ont eu tendance à réagir de manière différente.

C'est ainsi que l'étude a confirmé certaines interrogations au sujet de l'intérêt accordé dans les réactions à la mise en scène vs réalité de ce qui est montré, au charisme des personnages présentés vs leurs propos et/ou attitudes, à l'ambiance instaurée par une confluence d'éléments (extraits musicaux, mouvements de solidarité...) vs le message diffusé. Par exemple, dans le cas d'un programme très populaire à caractère satirique (hommes politiques, personnalités du monde du spectacle, etc. sont mis en scène quotidiennement *via* la manipulation de marionnettes à leur effigie), les propos et attitudes des personnages ont pu être entendus à plusieurs niveaux. La perception des participants pour cette UFO est hétérogène et les opinions divergentes (figure 1). Aussi l'interprétation des fluctuations d'opinion doit être des plus prudentes. On remarque que des plaisanteries prononcées, à caractère raciste entraînent des tendances négatives; mais, la courbe semble se stabiliser voir « remonter » (*i. e.* ressenti moins négatif) dès la fin du discours. Des discussions informelles en fin de séance avec plusieurs participants ont révélé leur difficulté à réagir sur ces images: si l'attention était portée sur les seuls discours, ceux-ci étaient jugés négativement par les participants. On peut imaginer que les participants manifestent quasi simultanément deux niveaux de lecture (la désapprobation des propos et la compréhension de la nature satirique de l'émission dont les dialogues sont aussi une métacommunication) et cela donne lieu à des courbes très fluctuantes en un court laps de temps. Pour certains volontaires, l'ironie des propos semble contribuer à la lutte contre les discriminations. Nous sommes davantage ici dans la reconnaissance de spécificités ou de traits culturels inscrits dans des cadres spatiaux repérables (ceux d'une émission spécifique grand public).

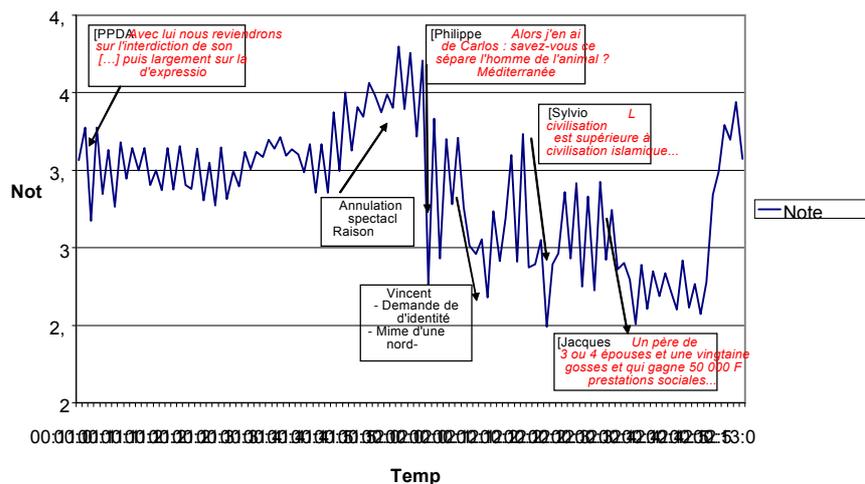


Figure 1. Note moyenne des participants pour la séquence 5/ Placebo

La typologie construite a ensuite pu être croisée avec les indicateurs sociodémographiques : catégorie socio-professionnelle, sexe (voir la figure 2), classe d'âge. Dans le cas de l'UFO mentionnée précédemment (programme populaire à caractère satirique), la note moyenne de l'extrait indique une perception négative de l'immigration à travers les images. Toutefois, les avis des participants ont été assez divergents : les femmes (3,01) ont davantage perçu une ou des images négatives de l'immigration (*i.e.* une série de plaisanteries à caractère raciste) que les hommes (3,53). Autre élément d'information : les 50-64 ans (3,75) semblent y percevoir moins d'images négatives de l'immigration que les autres classes d'âge (les notes moyennes sont toutes inférieures à 3,30).

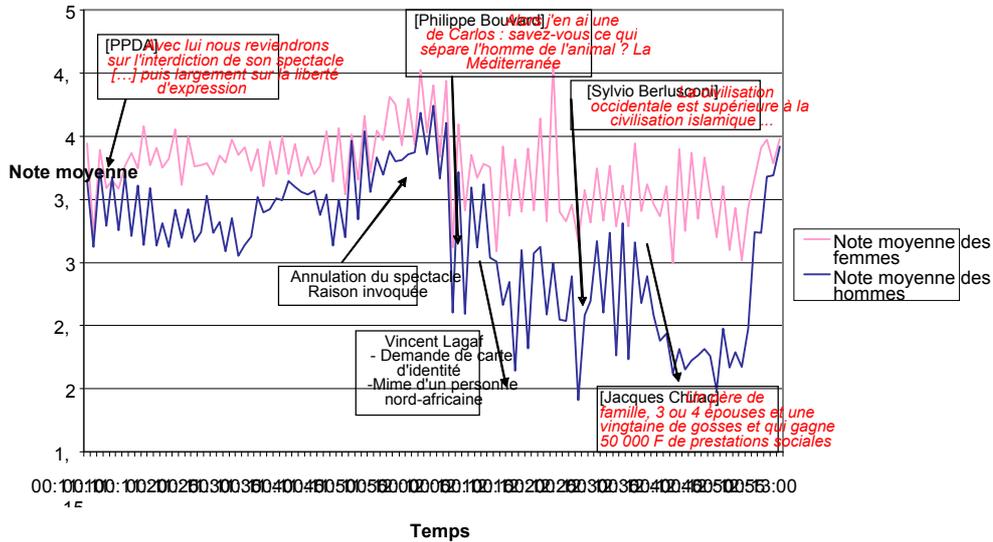


Figure 2. Note moyenne des participants en fonction du sexe pour la séquence 5/ Placebo

3. La manifestation de représentations collectives

Dans le second moment de l'analyse, la modélisation de la masse de données recueillie nous a permis d'objectiver des réactions, sans que cela n'ait, pour nous, valeur de vérité objective. Isoler ainsi les séquences ne rend pas compte de la dynamique complexe de leurs enchaînements pour les participants (*e.g.* une fatigue peut s'installer, des ajustements peuvent s'opérer lors d'interactions non verbales, des influences mutuelles ont été possibles). Nous maîtrisons à peu près les signaux envoyés aux récepteurs et ceux-ci nous renseignent par une médiation technique sur ce qu'ils pensent avoir reçus positivement ou négativement sans identifier un quelconque processus de mémorisation ou une activité cognitive spécifique permettant de dire le ou les éléments qui ont fait réagir dans les images (*e.g.* couleur de peau, accent, lieu...). Toutefois, trois formes de représentations ont été manifestées par les participants. D'abord, des représentations collectives identitaires

qui ne renvoient pas forcément à un marquage social défavorable (une couleur de peau, un nom à consonance étrangère, un lieu, un territoire, une cage d'escalier, une réinterprétation même satirique de traits culturels) ou à une distinction par la monstration d'usages liés à une communauté d'appartenance (un salon marocain, des photos) ; elles s'expriment aussi lorsque les personnes relatent leurs façons de comprendre les autres (la transformation des commerces dans une banlieue), les souvenirs de moments communs ou les « connexions » entre la vie privée et la vie publique et/ou professionnelle.

Ensuite, les représentations collectives statutaires qui sont davantage les mises en scène d'expériences exclusives, d'événements marquants (sans dramatisation) ou de trajectoires de vie liées à l'intégration professionnelle notamment dans des institutions (*e.g.* les grandes écoles, les associations comme lieux d'intégration des populations issues de l'immigration). Elles renvoient aussi à des réalisations personnelles (non exemptes d'une forme de pédagogie civique républicaine et/ou morale : le retour du tablier à l'école) qui mettent en scène des connaissances, des habilités ou des compétences particulières finalisées par une réussite sociale renforçant l'identité d'un individu.

Enfin, la dimension multiculturelle qui renvoie à cette distinction entre une vision de l'unité et de la pluralité (rencontre et coexistence apaisée et/ou simultanée entre différentes cultures, des images qui mettent les cultures en contact, qui valorisent l'histoire commune intégrant l'expérience coloniale), une image qui donne un sentiment d'unité et d'appartenance commune, qui développe la conscience d'un héritage national et culturel commun à différentes populations et/ou favorise les logiques de reconnaissance du vivre ensemble.

4. Limites à cette situation expérimentale

Par définition, la situation expérimentale présente un certain nombre de biais, notamment explicités par Josiane Jouët (2005 : 140), que nous avons éprouvés. Ce qui conduit naturellement à questionner la pertinence d'une étude de la réception en situation expérimentale en sciences de l'information et de la communication.

En premier lieu, le panel étudié n'est ni représentatif de l'opinion française, ni de celle du public de la télévision. Il se constitue de 218 personnes volontaires et bénévoles dont l'âge moyen se situe entre 25 et 65 ans ; 53 % des participants sont des femmes ; certaines catégories socio-professionnelles sont peu représentées (par exemple, 2% d'ouvriers vs 25% de cadres ou professions intellectuelles supérieures). L'ensemble est plutôt peu consommateur de télévision, avec une moyenne d'écoute du média déclarée de moins de deux heures par jour pour 48 %, alors qu'en moyenne, en 2004, année de l'étude, les individus âgés de 4 ans et + ont regardé la télévision 3h24 par jour (source : www.mediametrie.fr). Par ailleurs, les participants

ont affirmé regarder à la télévision surtout Arte/France 5, France 2, les films, journaux télévisés et documentaires, ce qui ne correspond pas aux chaînes et types de programmes les plus plébiscités selon les chiffres d'audience officiels. Il convient de préciser aussi que les participants, qui ont répondu à notre sollicitation, soit par la voie d'une petite annonce, soit par celle de la mobilisation des réseaux interpersonnels des chercheurs, avaient d'emblée connaissance de la thématique de l'étude : immigration et télévision. On peut supposer que leur motivation à participer était fortement guidée par un intérêt pour ces thématiques, ou pour la recherche universitaire. Dans quelle mesure cela a-t-il influencé les résultats obtenus ? Cela est difficile à mesurer, mais il est évident que ceux-ci ne peuvent être érigés en généralités. Ils constituent des éléments d'information destinés à nourrir la vaste question de la réception d'images télévisuelles. Pour autant, on pourrait aussi se demander si la représentativité peut vraiment constituer un objectif pertinent des études de réception. Nombre de panels statistiques font l'objet de critiques en raison de leur composition et/ou de leur renouvellement, à commencer par celui de Médiamétrie (cf. Méadel, 2010).

Ensuite, se pose la question de la nature des données recueillies. Nous les qualifions souvent de « réactions » parce que le dispositif mis en œuvre devait justement favoriser voire inciter à la manifestation de celles-ci. En effet, le contexte de la situation proposée aux individus n'est pas sans rappeler celui d'un examen : un amphithéâtre au sein d'une université, la présence d'enseignants-chercheurs, un placement contraint, la distribution de questionnaires et la diffusion de consignes sur grand écran et sur papier. Par ailleurs, une recommandation était de placer le curseur sur la position médiane « 4 » lorsque l'image ne suscitait pas de réaction, étant entendu qu'un individu doit avoir la liberté de réagir ou pas. Si cette possibilité a été activée par les participants, nous ne connaissons pas pour autant la signification précise de ce choix : « Cette image ne me fait pas réagir », « Je ne souhaite pas exprimer ma réaction », « Je ne sais pas comment réagir » ou encore « Je fais une pause ».

Ces réactions, nous ne savons pas définir précisément ce qu'elles traduisent : une émotion, une opinion politique, une valeur ? Nous ne pouvons pas non plus identifier l'éventuel traitement cognitif et affectif qui a pu précéder leur manifestation : l'identification aux situations/personnages, l'adhésion à ce qui est dit/montré, un combat idéologique ? Il est également difficile de connaître clairement leur source : un élément en particulier dans l'image médiatique (lequel ?), une représentation associée à ce qui est montré (un vêtement, un type d'habitat, une couleur de peau...), un effet produit par le traitement médiatique de l'image (une musique, un commentaire en voix off, la juxtaposition de deux scènes...) ? Il est donc entendu que pour ce type d'étude il ne s'agit pas d'étudier les mécanismes de construction de sens lors du contact avec une image médiatique.

Enfin, une influence ne se mesure pas seulement à un instant T, elle se construit au cours d'interactions sociales et se nourrit de vécus, de représentations et de trajectoires. D'une part, la mesure des effets de messages médiatiques ciblés ne saurait se limiter aux résultats produits par un système *RTR* : il manque la prise en compte des interactions sociales post-exposition qui peuvent donner lieu notamment à de multiples formes d'appropriation, détournements, réinterprétations de ces messages. D'autre part, de nombreux facteurs agissent sur la formation et la mise en œuvre des valeurs et représentations des individus : au-delà de la personnalité et des croyances (religieuses, politiques, idéologiques...), il y a ce qui relève du « vivre ensemble » (comme les rôles sociaux, les groupes d'appartenance/de référence...). En tant que chercheurs en sciences de l'information et de la communication et conscients de cette limite, nous pensons que les prétentions de cette étude doivent être positionnées dans le cadre d'éléments de réponse aux questions : dans quelles images télévisuelles des individus voient-ils de l'immigration ? Quelles sont, pour eux, les images discriminatoires ou *a contrario* susceptibles de soutenir l'intégration ? Ce qui, néanmoins, constitue un apport dans la perspective d'une série de savoirs cumulatifs sur la question de la réception des médias.

Conclusions

La terminologie « situation expérimentale » qui a été fortement utilisée dans le cadre de l'étude de réception présentée peut sembler usurpée pour les experts de l'approche expérimentale. En effet, il n'a été question ni d'hypothèses testées, ni de variables manipulées, ni de groupes de contrôle comme cela est souvent le cas en psychologie sociale notamment (voir le dossier « Psychologie sociale, traitements et effets des médias » coordonné par Claude Chabrol, Didier Fourquet et Marie-Pierre Fourquet-Courbet en 2005 pour la revue *Questions de communication*). La méthodologie éprouvée – le système *EARS* – l'a été dans le cadre d'une démarche inscrite en sciences de l'information et de la communication. Cela a permis d'obtenir un type précis de données : des réactions manifestées de manière plutôt spontanée – même si les conditions de réalisation de l'étude invitaient fortement les individus à s'exprimer là où ils ne l'auraient peut-être pas fait en situation domestique et quotidienne – et en temps réel, *i.e.* au moment même de la rencontre avec l'image télévisée. Ces données ont été exploitées statistiquement de manière à obtenir des tendances de perceptions de certains types d'images et non dans le but d'identifier des généralités sur l'influence de la télévision sur la thématique de l'immigration. En effet, comme cela a déjà été souligné, l'ambition n'était pas de rendre compte de la complexité du social manifeste dans les actes de réception médiatique, mais bien d'éprouver un recours possible aux systèmes de réponses en temps réel, plébiscités par nos voisins allemands chercheurs en communication (voir Maier *et al.* 2009).

Ainsi, le recours au système EARS peut-il sembler pertinent dans la mesure où les participants ont considéré que le boîtier manipulé leur a permis d'exprimer des réactions parfois difficilement verbalisables. Les données recueillies peuvent être considérées comme plus détaillées et précises que ne le seraient des réponses à un questionnaire par exemple ; de plus, cela permet la collecte d'un nombre conséquent de réactions immédiates, simultanées en un temps d'investigation relativement limité (218 personnes « interrogées » en 3 jours).

Néanmoins, nombre de problématiques de recherche liées à la réception télévisuelle de l'immigration n'ont pas pu être mesurées avec une telle méthode. Notamment, la question de l'interaction vis-à-vis de l'institution télévisuelle : les individus ont-ils réagi à des images de télévision ou à des images ? Dans quelle mesure un individu incorpore-t-il son rapport à l'institution médiatique dans l'expression de réactions vis-à-vis de contenus médiatiques ? Les images présentées étaient extraites de leur flux ordinaire d'apparition (les programmes n'étaient pas présentés en intégralité, un écran noir et silencieux séparait chaque extrait...), mais cela ne signifie pas que les participants n'ont pas reconnu et identifié des programmes et/ou des chaînes de télévision avec lesquels ils entretiennent, au quotidien ou non, une relation qui peut être de l'ordre du plaisir, du dégoût, de l'attachement, etc. Une fois encore a ici été éprouvé un paradoxe important de l'étude des mystères de la réception.

Références

- Boullier, D. (2003). *La télévision telle qu'on la parle*. Paris : L'Harmattan.
- Calbo, S. (1998). Les manifestations de l'affectivité en situation de réception télévisuelle. *Réseaux*, 90, 119-136.
- Dayan, D. (1992). Les mystères de la réception. *Le Débat*, 71, 146-162.
- Jost, F. (1997). La promesse des genres. *Réseaux*, 81, 11-31.
- Jouët, J. (2005). Du bonheur de la psychologie sociale. *Questions de communication*, 8, 135-144.
- Lochard, G., & Soulages, J.-Cl. (1998). *La communication télévisuelle*. Paris : A. Colin.
- Maier, J., Maier, M., Maurer, M., Reinemann, C., & Meyer, V. (2009). *Real-Time Response measurement in the Social Sciences*. Frankfurt Am Main : Peter Lang
- Méadel, C. (2010). *Quantifier le public. Histoire des mesures d'audience à la radio et à la télévision*. Paris : Economica.

Mehl, D. (2004). Un téléspectateur civique. *Réseaux*, 126, 143-173.

Meyer, V. (2006). Analyse expérimentale de la réception des images de l'immigration à la télévision française. In : L. Chouikha. *Les mutations en cours du paysage audiovisuel international. Problématiques actuelles*. Tunis : IPSI/Fondation Konrad Adenauer, 39-54.

Meyer, V. et al. (2005). *Les traductions médiatiques de l'immigration : (re)production, représentation et réception des images*. Rapport final dans le cadre du programme d'études 2003 du FASILD « Immigration et médias : Représentations de l'immigration et rôle des médias ».

Pasquier, D. (1999). *La culture des sentiments. L'expérience télévisuelle des adolescents*. Paris : Éd. de la Maison des sciences de l'homme.

Séguir, C. (2006). L'organisation du recueil de données en situation expérimentale de réception médiatique. La mise en œuvre d'EARS. In : A. Bouzon & V. Meyer, *La communication organisationnelle en question. Méthodes et méthodologies*. Paris : Le Harmattan, 109-125.

Séguir, C. (2010). *Les recherches sur les téléspectateurs. Trajectoire(s) académique(s)*. Paris : Hermès Lavoisier.

Soulez, G. (2004). Nous sommes le public. Apports de la rhétorique à l'analyse des publics. *Réseaux*, 126, 113-141.

