

RÉSUMÉS — *Summaries*

David MORLEY, *La « réception » des travaux sur la réception. Retour sur « Le public de Nationwide »*

Cet article propose l'analyse rétrospective des significations qui ont été prêtées à mon étude du public d'un magazine anglais d'informations télévisées : « *Le Public de Nationwide* ». Publiée en 1980, et maintenant épuisée, cette étude continue à être citée comme un tournant dans les recherches récentes sur le public des médias. Mon travail a donné lieu à de nombreux malentendus. Il a notamment été interprété comme un appel à une orientation populiste des études culturalistes. Célébrant l'infinie diversité du décodage par les spectateurs des messages qui leur sont proposés, je récuserais d'avance, tout pouvoir des médias. Je m'inscris ici en faux contre ceux qui m'attribuent cette approche populiste, mais également contre ceux de leurs adversaires qui ont tenté de récupérer mon travail afin d'étayer leurs propres positions.

“The Nationwide Audience” reconsidered

This paper offers a retrospective analysis of the significance of the “Nationwide Audience” study, first published in 1980, which while now out of print, continues to be widely cited as a turning point in recent media audience research. The argument of the paper is that the “Nationwide” study has been widely misinterpreted, as legitimating a populist turn in cultural studies, towards a position where differential decoding of media messages is assumed to be so varied & so widespread

as to undermine any concept of media power. The paper takes issue both with the proponents of this populist approach & with their critics who, equally, have attempted to recruit the "Nation-wide" study to support their own positions.

James CURRAN, *La décennie des révisions. La recherche en communication de masse des années 80*

Dans un survol critique des principaux développements qui ont marqué la recherche en communications de masse, au cours des quinze dernières années, cet article souligne l'apparition, notamment en Grande-Bretagne, d'un mouvement dont l'apparente nouveauté se traduit en fait par un « révisionnisme ». Ce mouvement remet en question les acquis d'une réflexion de gauche sur les médias, réflexion qui domine la fin des années 70 et le début des années 80. Le paradigme « critique » en matière de recherches sur la communication se voit ainsi contesté de toutes parts : dans le modèle qu'il suggère de la société ; dans la caractérisation qu'il offre des organisations médiatiques ; dans l'interprétation qu'il propose du contenu des médias ; dans sa conception du public ; dans les jugements esthétiques qu'il permet de porter... L'auteur soutient qu'un tel « révisionnisme » est, en partie, un retour en arrière ; une remise au goût du jour d'affirmations conventionnelles et de savoirs dépassés ; un repli déguisé en percée novatrice. Face à cette part de révisionnisme, l'évolution de la recherche britannique contient cependant aussi une dimension « critique » susceptible de consolider les positions des chercheurs situés à gauche de l'échiquier politique.

The New Revisionism in Mass Communication Research : A Reappraisal

The major developments of mass communication research, particularly in Britain, during the last fifteen years are reviewed critically. A new revisionist movement has emerged that challenges the dominant radical paradigms of the late 1970s and early 1980s. This has taken the form of contesting the underlying models of society, the characterization of media organizations, the representations of media content, the conception of the audience and the aesthetic judgements that underpinned much "critical" research. The author argues that this revisionism is in part a reversion to certain discredited conventional wisdoms of the past, a revivalism masquerading as new and innovatory thought. However, part of the new critique can be seen as a reformulation that could potentially strengthen the radical tradition of communications research.

Ien ANG, *Culture et communication. Pour une critique ethnographique de la consommation des médias*

Le développement irrésistible des médias transnationaux a provoqué un peu partout des problèmes d'autonomie et d'identité culturelles. Les « études culturelles » permettent d'analyser ces problèmes dans le cadre d'une ethnographie critique de la réception. Cet article met en

question la tendance de certaines études récentes sur la réception à célébrer le « populaire » comme source de résistance.

Culture and Communication : Towards an Ethnographic Critique of Media Consumption in the Transnational Media System

The irresistible march of transnational media has given rise to widely experienced problems concerning cultural autonomy and identity. The research tradition of “cultural studies” offers a very appropriate and distinctive way of analysing these questions, especially by means of a critical ethnography of reception. The tendency in some recent reception research to celebrate “the popular” as a source of resistance to “the hegemonic” is criticized.

Kim SCHRØDER, *Qualité culturelle : la poursuite d'un fantôme?*

Les recherches sur la télévision ont longtemps évité de poser l'épineuse question de la qualité culturelle. Les processus de dérégulation et la nécessité de défendre certains types de programmes contre les impératifs du marché, rendent désormais impossible d'é luder cette question. Proposant une critique de différentes approches de la notion de qualité culturelle, cet article propose une définition de la qualité qui renvoie non plus aux caractéristiques du texte, mais à l'usage qu'en font ses récepteurs. Cette définition engage une prise de conscience « éthique », une réflexivité « esthétique » et enfin, une expérience « extatique ». Ces trois critères sont simultanément nécessaires à tout jugement portant sur la qualité d'un produit culturel. En proposant que de tels jugements soient fondés sur l'expérience de la réception, l'auteur propose une définition relativiste de la notion de qualité, ce qui lui permet de tenir compte, sans les hiérarchiser, de l'hétérogénéité des « cultures du goût ». Le problème est alors de savoir si un tel relativisme échappe aux écueils du populisme.

Cultural quality : In search of a phantom?

Television research has consistently skipped the difficult issue of cultural quality. The current assaults on public service television, and the need to prevent certain types of programs from altogether disappearing under market pressures, make it impossible for television students to skip this issue any longer. Reviewing a number of recent formulations of “cultural quality” Schroder discusses among others, Bourdieu’s distinction between a “pure” taste, and a “barbarian” taste. The aim of his article is to define “cultural quality” no longer in terms of characteristics that would intrinsically belong to the cultural object or “text”, but in terms of the experience triggered among its viewers during the process of reception. Such an experience involves three dimensions : ethical awareness ; aesthetic reflexivity, and, last but not least, ‘ecstatic’ involvement. All three dimen-

sions are simultaneously needed. They are the prerequisites to, or criteria of, any judgment of cultural value. By anchoring judgments of quality in the experience of media-reception Schröder proposes a relativist view of quality. His point is to acknowledge, but not to hierarchize, the diversity of "taste cultures".

Does this turn him into the proponent of yet another populist discourse?

John CORNER, Genres télévisuels et réception

La notion de genre et les différenciations qu'elle suggère, tant au niveau de la production télévisuelle qu'à celui de la réception, a été trop longtemps ignorée en faveur d'une « essence » mythique de la télévision. Si la revendication d'une telle « essence » permet certains aperçus brillants, elle tend le plus souvent à alimenter des polémiques stériles et à proscrire tout regard réellement critique sur l'activité de réception.

A cet égard, la notion de résistance du spectateur, élaborée dans un contexte politique, et les théories du plaisir dispensé par la fiction, perdent beaucoup de leur sens lorsqu'elles sont érigées en modèles généralisés de la réception. De tels modèles exigeraient que la notion de signification (d'un programme, d'une émission) ne soit pas automatiquement confondue avec celle de décodage idéologique ; que l'on tienne compte de l'existence de niveaux de sens, et que l'on s'intéresse de plus près aux processus de compréhension étudiés par la psychologie sociale.

Television genres and reception analysis

The notion of "genre", and the precise distinctions it entails, both at the level of television production, and at that of television reception has been too often overlooked, while critics and theoreticians kept arguing about some mythical "essence" of television. Looking at television in "essentialist" terms may lead to some brilliant insights. In most cases, it only leads to sterile polemics, preventing any serious analysis of the process of reception.

Thus, the notion of an "oppositional" viewer (a notion developed in regard to political broadcasts) or that of "spectatorial pleasure" (a useful concept, when it comes to studying fiction) lose not only their relevance, but much of their meaning, when they are indiscriminately applied to the process of reception in general. The author suggests that reception studies should 1) develop specific, genre-related approaches; 2) clarify some of their key concepts., and 3) incorporate social psychologic studies on comprehension processes.

Tamar LIEBES, Elihu KATZ, Six interprétations de la série « Dallas »

Proposant un portrait du spectateur en critique de télévision, cet article compare, à propos d'une série américaine mondialement diffusée, les styles critiques propres aux spectateurs appartenant à six différentes cultures occidentales ou traditionnelles. Il part d'une distinction

entre deux types d'implication du téléspectateur. Dans un cas, la discussion d'un personnage, d'un problème ou d'une situation débouche sur des commentaires « réalistes ». Dans l'autre cas, la seule réalité considérée est celle — purement discursive — du feuilleton. Lorsqu'ils proposent des commentaires portant sur la sémantique de *Dallas* (thèmes messages), sur sa syntaxe (genre, formule, rythme) ou sur sa réception (interactions entre texte et lecteur), les téléspectateurs se transforment en *critiques*.

Les commentaires « critiques » des spectateurs appartenant à des cultures traditionnelles tendent à privilégier les aspects sémantiques du programme; les spectateurs occidentaux privilégient par contre des aspects syntaxiques ou des déterminations commerciales et organisationnelles.

On the critical abilities and the television audiences. Interpreting the american series “Dallas”

Portraying the spectator as a television critic, this paper is based on a comparison between responses to the widely diffused american series Dallas. It focusses on the various critical styles displayed by viewers of six different (western or traditional) cultural backgrounds.

A distinction is made between two types of viewer involvement. In one type, the viewers relate the program to reality. When considering a character, a problem or a situation, they are led into a discussion of real life, particularly, their own. In the other type of involvement, viewers see a program as a discursive reality. When they comment upon the semantics (themes, messages), of Dallas; when they discuss the syntactics (genres, formulae, pace) of the series, or raise issues about its reception, viewers turn into critics.

When such ‘critics’ come from traditional backgrounds, they tend to stress the semantic features of the series. Their western counterparts rather focus on syntactic elements replaced in their commercial or organizational context.

Sonia LIVINGSTONE, Peter LUNT, *Un public actif, un téléspectateur critique*

A partir de l'analyse d'un genre télévisuel, le « *débat avec participation du public* », caractérisé par une valorisation populiste de l'authenticité des témoignages personnels et par la mise en cause de « l'inauthenticité » du discours des experts, cet article pose en termes goffmaniens le problème de la participation du public : participation directe des membres du public exhibé, amenés par les conventions du genre à des formes spécifiques de « présentation de soi » ; participation indirecte du grand public invisible dont la présence imaginaire infléchit néanmoins la nature de ces présentations.

Dominée par une grille de lecture qui privilégie les implications romanesques de ces présentations, plutôt que l'appartenance à la forme du débat, la réception réservée à ces émissions par leurs téléspectateurs permet d'analyser la notion de « genre » télévisuel en termes de « cadre de participation ».

The active audience, the critical viewer...

This article analyses the television 'genre' of "debates with a participating audience". In contrast to other talk shows, this genre is characterized by a 'populist' tendency. The viewers' account of their personal experience is celebrated as 'authentic' while experts, entrapped in their specialized discourse, play the part of the "inauthentic" villains, or scapegoats. A close analysis of the dramatic progression of the shows allows the authors to propose a Goffmanian frame for the analysis of audience participation.

This participation is first that of the attending audience : When on stage, audience members must rely on specific, genre-related forms of "presentation of the self". As to the viewers at home, they adopt an interpretive frame that enhances involvement by defining the situation in terms of a narrative (the epic fight of the goodies against the baddies) rather than as a debate. The imagined presence of this audience at home feeds back on the performances of the participants. Complementing each other the specific forms of involvement of home and displayed audiences, allow the authors to propose a first delineation of the "participative frame" of television genres.

Eric MACÉ, La télévision du pauvre. La participation du public

A travers les mesures d'audience se constitue une télévision miroir, renvoyant non pas à la notion abstraite d'un grand public, mais aux aspirations d'un public majoritaire constitué de grands consommateurs de télévision. Une institution d'ambition universaliste est ainsi monopolisée par les classes populaires, entraînant en retour le ressentiment des groupes dépossédés. Ces groupes font exclusivement porter leur critique sur la nature de l'offre télévisuelle, sans envisager que cette offre soit modelée en fonction d'une demande. Le problème est alors de savoir si l'offre (télévisuelle) est modelée par la demande (populaire), ou si la demande est en fait un reflet intériorisé et aliéné de l'offre. Permettant de trancher entre les deux hypothèses, l'étude des registres de participation du public populaire aux émissions de jeux montre que ces émissions sont effectivement le reflet d'une certaine « culture du pauvre ». Cette culture risque cependant d'ériger la participation télévisuelle en substitut d'action ou en fétiche de la participation politique.

Poor man's television: Audience participation

Today's television often mirrors aspirations that are not those of the audience at large, but rather those of a dominant audience, the audience of heavy consumers. Despite its universalistic ambitions, television as an institution thus becomes an expression of specific, popular, tastes. This situation is met by a virulent critique, yet this critique is exclusively directed towards television's supply of programs, a supply supposed to determine the audiences' tastes. It does not consider the

possibility of a genuine fit between the offered products and the cultural preferences of their audiences. Focussing on the audience of game shows, this paper shows that far from being imposed from above, the format of these shows actually fulfills the participatory needs of popular audiences. That it does so raises, however the question of whether television might not act as a substitute for other — social, political — forms of participation.

Peter DAHLGREN, Les présentateurs comme catalyseurs

Cet article est inspiré par une ambition pédagogique... Servir à l'apprentissage par les téléspectateurs des modes de discussion rationnelle qui contribuent à la réalisation de l'idéal démocratique. Partant de la notion de « sphère publique », l'auteur propose d'en étudier empiriquement le fonctionnement en analysant la dynamique des discussions suscitées par l'information télévisée à l'intérieur de groupes de spectateurs. La question est de savoir dans quelle mesure les discussions de groupe sont stimulées ou au contraire inhibées par les modes d'adresse et de présentation de l'information choisies par les journalistes.

Cette recherche établit un lien entre la réflexion sur la « sphère publique » et les études de réception. Elle se rattache à l'ethnographie que celles-ci proposent de diverses communautés d'interprétation. Elle s'en distingue cependant de plusieurs façons. Le contexte observé n'est ni celui des relations domestiques, ni celui de groupes où des discussions se développeraient spontanément. L'étude porte au contraire sur les groupes de discussion structurés.

Par ailleurs, l'idéal ethnographique des analyses de réception est ici remplacé par une attitude interventionniste. Faisant expérimentalement varier la performance des journalistes, par rapport à un contenu donné, l'auteur montre que la nature de cette performance peut servir ou non de catalyseur à un débat argumenté; permettant ou non aux groupes étudiés de se constituer en « micro-sphères publiques ». Ses conclusions marquent, enfin un regain d'intérêt pour celles des déterminations qui émanent du texte.

Television journalism as catalyst : Mapping group discussions as micro public spheres

This paper stems from the need of constituting a pedagogy of collective critical reception. Can one enhance television viewers' ability to engage in rational discussion and thus maximize the forces for democratic renewal? Addressing, in an empirical study, the notion of a "public sphere", Dahlgren analyses the dynamics of the discussions triggered by television informative programs amongst groups of viewers. Are such group discussions stimulated, or, on the contrary, inhibited by journalistic styles regarding mode of address and the presentation of information? This approach articulates "public sphere" studies with the reception studies' concern for ethnographies of various interpretive communities. Yet, it differs from the latter in many ways. First, the discussions under observation do not take place in the domestic context, nor in the contexts where they would

spontaneously develop. The proposed study is, on the contrary, that of structured groups of discussion. Second, the ethnographic ideal of reception analysis gives way, in this case, to an interventionist approach. Through an experimental design within embedding the same footage various journalistic performances, the author shows that depending on their style, these performances may, or may not, serve as catalysts, allowing the groups under study to turn, or not to turn, into "micro public spheres". Finally, Dahlgren's conclusions suggest a renewed interest for the question of textual determinacy.

Jérôme BOURDON, *Télévision et symbolique politique*

Compte rendu d'une enquête sur la socialisation politique et le rôle qu'y joue la télévision, ce texte porte sur le rapport entre les médias et la constitution individuelle de la mémoire politique. Plus généralement, il examine les ressources mises en œuvre par des sujets non politisés afin d'interpréter les situations et les événements présentés par l'actualité. Face à un savoir politique très inégalement distribué, l'auteur souligne la présence, par contre très forte, de processus symboliques permettant aux spectateurs de conceptualiser métaphoriquement ce qui n'est que partiellement compris par eux. Ces processus symboliques, pourraient constituer l'objet d'une « *ethnologie politique* », explorant, à la suite des travaux de R. Hoggart et D. Sperber, le problème de la croyance.

Television and political symbolism

This paper presents some of the findings of an investigation concerning television's role in political socialization. The issue it specifically addresses is that of media influence on the individual's memorization of political figures, events, or situations. Simultaneously, it analyzes the range of interpretive resources that individuals with weak political affiliations rely upon, in order to make sense of situations and events. While a true familiarity with ongoing politics is far from being prevalent, the author stresses the pervasiveness of symbolic processes through which viewers manage to grasp metaphorically issues which they do not fully comprehend. Pioneered by such diverse authors as D. Sperber or R. Hoggart, the study of these symbolic processes could become central to a "political ethnology".

Mauro WOLF, *Recherche en communication et analyse textuelle*

Les développements récents des théories de la communication, et en particulier, l'accent mis sur le rôle des médias dans la construction de la réalité, créent la possibilité d'une convergence entre des approches jusqu'ici séparées. D'une part, la tradition bien établie des recherches en

communication ; de l'autre, les différents mouvements issus de la sémiotique et de l'analyse des discours qui ont amené à remettre en question les méthodes conventionnelles d'analyse de contenu.

Cet article étudie la façon dont une telle convergence pourrait se réaliser, et les difficultés qu'elle rencontre. L'accent est mis en particulier sur la relation entre le « lecteur modèle » des analyses textuelles, et le lecteur empirique étudié par les sciences sociales. A l'horizon, un problème qui n'est pas près de disparaître : celui des *effets* des médias.

Communication Research and Textual Analysis : Prospects and Problems of Theoretical Convergence

Recent developments in communication theory, particularly the emphasis on media constructions of reality, have created possibilities of convergence between previously unrelated approaches — on the one hand long-standing communication research traditions and on the other, varieties of semiotic and discourse analysis that have challenged conventional methods of content analysis. The article reviews both the prospects for their integration and the difficulties to be faced. Much centres on how relations between the 'model reader' and the 'empirical reader' of texts are addressed. Ultimately, the goal is to refresh the perennial concern of communication research to understand the processes of mass media effects.

Michel SOUCHON, « Le vieux canon de 75 ». L'apport des méthodes quantitatives à la connaissance du public de la télévision

Dominantes dans les travaux professionnels sur le public de la télévision, les méthodes quantitatives et statistiques sont dépréciées dans les milieux français de la recherche académique qui en présentent une image caricaturale et réductrice. On montre ici leur intérêt. Elles permettent d'apporter des informations sur des points nombreux et importants. Par exemple : l'incidence du niveau d'instruction sur les comportements télévisuels ; l'évolution de l'offre des programmes et des habitudes d'écoute ; les comparaisons internationales du fonctionnement de la télévision ; l'absence d'homogénéité des jugements, des attentes et des attitudes des téléspectateurs.

Old guns do fire : quantitative methods and Television Audience

Though prevailing in television audience research, statistical and quantitative methods are undervalued in French circles of academic research where they are pictured in a caricatural and demeaning style. We wish to emphasize their value. They bring information on numerous and important points such as:

- *impact of the level of education on viewing behaviours;*
- *evolution of program offer and viewing habits;*
- *international comparisons of television consumption;*
- *lack of homogeneity of the viewers' judgements, expectations, and attitudes.*

Rodolphe GHIGLIONE, *La réception des messages. Approches psychosociologiques*

On peut retracer l'évolution du statut du récepteur d'un message, selon un scénario classique : celui de la progressive émergence à la vie d'un « sujet-légume ». Acte I : le récepteur est complètement passif et totalement muet, Acte II : le récepteur, toujours muet semble posséder quelques traits pouvant moduler les effets des structures des messages. Acte III : le récepteur se réveille, et se tait. Il est cependant actif, cognitivement. Acte IV : le spectateur — qui se tait toujours — est cognitivement actif dès avant la réception du message. Épilogue : Le récepteur-réceptacle est devenu un récepteur acteur. Il est prêt à se transformer, de sujet cognitif en sujet social. Mais ce n'est déjà plus un récepteur, proprement dit. Le texte est un chantier de construction. Il en est le co-constructeur.

Social Psychology and the issue of reception

The status conferred by social psychology upon the receivers of messages changes over time along the lines of a classical script. The story is that of the progressive coming-to-life of a subject initially conceived as a sleeping beauty. Stage One : the receiver is totally passive and completely silent. Stage Two : the receiver, still silent, nevertheless displays some traces of a possible control over the effects induced by message structures. Stage Three : the receiver wakes up, but remains silent, even though the receiver is cognitively active. Stage Four : the receiver is still mute, but his cognitive activity has developed. It now anticipates the reception of the message. Stage Five : no longer a mailbox, the receiver is ready to switch from a merely cognitive definition, to a social one. The receiver turns into an actor. Epilogue : The receiver, is no longer, strictly speaking, a receiver. Messages are collective constructs. The receiver is a co-constructor.

Elihu KATZ, *L'héritage de Gabriel Tarde. Un paradigme pour la recherche sur l'opinion et la communication*

Il est temps, écrit Elihu Katz, de sortir de la prolifération stérile des écrits qui prônent alternativement l'activité ou la passivité politique et interprétative des publics. Du côté d'un « public actif », Tarde peut être vu comme le précurseur de la thèse du « *two step, flow of*

communication », mais il en anticipe aussi les critiques et les réaménagements. Chez Tarde, comme aujourd'hui, il s'agit en effet d'un flux d'influence, et non d'un flux d'information ; il s'agit de choisir le groupe comme unité d'analyse, plutôt que l'individu ; il s'agit enfin d'insister sur la réciprocité de la conversation, en rejetant l'image de ce simple relais que constitueraient les « leaders d'opinion ». L'avantage du modèle proposé par Tarde, et de ses éléments constitutifs (Medias-conversation-opinion-action) est de se prêter aux vérifications empiriques, et d'offrir une thèse forte : la presse n'exerce pas d'influence directe. Cette influence consiste à fournir un programme aux conversations où s'élabore l'opinion. Pour vérifier la validité de cette thèse, il est utile de faire appel à une discipline dont l'objet principal est d'étudier la dynamique de la conversation : la sociolinguistique. De cette discipline, Tarde est également le précurseur.

Parenting a paradigm : Gabriel Tarde and Communication Research

There is no point in storing a treasury of contradictory references in our memory banks about the implications of the active-passive debate for media users and citizens. On the "active" side, Tarde can be nominated as the forefather of the "limited effects" approach. Yet he anticipates the revision that the "two step flow" model of communication has undergone, in its current emphasis on the flow of influence, not the flow of information ; on the group as a unit of analysis, not the individual ; on the mutuality of conversations, not the relay from leaders to followers. Tarde's model and its main constituents — (media-conversation-opinion-action) — can be translated into testable hypotheses, all relating to a major assertion : The press does not exert a direct influence. This influence consists of providing an agenda for the conversations in which opinion is forged. In order to assess the validity of this hypothesis, one should enlist a discipline whose major concern is the study of the dynamics of conversation, and whose founding fathers also include Tarde : sociolinguistics.

Mauro WOLF, L'analyse de la réception et la recherche sur les médias

Si l'on réussit à résoudre les difficiles problèmes méthodologiques qu'elle pose — problèmes liés notamment à la non-transparence pour les sujets concernés des processus par lesquels ils abordent le traitement cognitif des programmes que leur propose la télévision, et à l'inadéquation des approches quantitatives ou qualitatives existantes — la recherche sur la réception peut aboutir à une réévaluation critique des théories dominantes sur le pouvoir des médias. Au nombre de celles-ci, la thèse de l'impact cumulatif de la télévision à haute dose sur les catégories cognitives des spectateurs, s'écroule lorsqu'on montre que les discours médiatiques portant sur

des événements réels, les discours médiatiques à vocation fictionnelle, et la réalité personnelle des téléspectateurs, constituent trois domaines cognitivement traités comme distincts.

The role of reception analysis in the realm of media studies

Reception research might lead to a critical reevaluation of current theories of powerful media effects on cognitive processes. To realize this potential, it has to face difficult methodological problems inherent in the lack of transparency for the concerned subjects of the processes through which they cognitively process informations received via television. In view of such problems, most current approaches, quantitative as well as qualitative, prove inadequate. Yet innovative empirical studies succeed in disproving the well known theory of the cumulative impact of télévision on the cognitive categories of heavy viewers. They do so by showing that television-mediated social reality, television's fiction worlds, and the spectators' own personally constructed reality, are processed as three cognitively distinct areas.

Klaus Bruhn JENSEN, Karl Erik ROSENGREN, *Cinq traditions à la recherche du public.*

Cet article propose une analyse comparative de celles, parmi les principales traditions de la recherche sur les médias, qui explorent les relations entre les médias et leur public. Ce sont les *études sur les effets*, les *études sur les usages et gratifications*, la *théorie littéraire*, les *études culturalistes*, et enfin les *études de réception*. Après avoir présenté une brève histoire de chacune de ces traditions, et les paradigmes littéraires ou sociologiques auxquels renvoient leurs problématiques, les auteurs proposent une typologie des recherches sur le public, situant chacune des traditions théoriquement et méthodologiquement.

Tout en rendant compte de plusieurs débats liés aux divergences théoriques et politiques entre les différentes traditions, les auteurs concluent à la réalité d'un rapprochement entre traditions, rapprochement salué pour les progrès théoriques, méthodologiques et empiriques qu'il semble autoriser. Au nombre de ceux-ci, un domaine semble particulièrement prometteur : celui des recherches interculturelles combinant plusieurs types de méthode.

Five Traditions in Search of the Audience

This article presents a comparative analysis of the main research traditions examining the nexus between media and audiences : effects research, uses and gratifications research, literary criticism, cultural studies and reception analysis. First presenting short histories of each tradition's roots in the humanities and/or social sciences, the authors then proceed to build a typology of audience studies in terms of theories and modes of enquiry characterizing each tradition. While identifying some controversies arising from different theoretical and political orientations, the analysis also

suggests that the current confluence of traditions could be useful for further theoretical, methodological and empirical developments. In particular, cross-cultural, multi-method research would seem to represent a promising avenue for further studies of the mass-media audience.

Jacques DURAND, Les jugements des téléspectateurs. L'évaluation des programmes de télévision

Les mesures d'audience ont pris une importance excessive dans le fonctionnement de l'audiovisuel français. Il serait préférable de faire intervenir d'autres éléments, d'ordre plus qualitatif, dans le choix des programmes. Les solutions techniques existent, et il faudra bien se décider un jour à rendre la parole aux téléspectateurs.

Evaluating television Programs on the basis of viewers' assessments

Audience ratings play much too predominant a role within the french audiovisual system. The author suggests that other techniques, more qualitative in nature, be utilised in order to determine decisions and choices concerning programs. While technical solutions, and effective methods exist, they are not being used. This situation simply amounts to preventing audiences from expressing their views.

Nicole RAMOGNINO, Affiches politiques, Co-construction, Communication. Deux études récentes.

Cet article propose la critique d'un paradigme dominant en matière de communication politique. Ce paradigme tend à réifier les distinctions entre émetteur, récepteur et message, en accordant à ces notions un statut ontologiquement injustifié. Il tend également à privilégier une vision instrumentale de la communication en s'intéressant exclusivement à des questions de stratégie, et au succès ou à l'échec des influences.

En quête d'alternatives possibles, l'auteur propose une réflexion sur deux études récentes. Portant sur les affiches publicitaires en France et au Brésil, la première permet de démontrer l'intérêt d'une perspective « co-constructionniste ». Portant sur les affiches utilisées au cours de la campagne présidentielle de 1988, la seconde établit, grâce à une analyse sémiotique, que les campagnes de différents partis participent à la construction d'un même univers de signification. La description d'un tel univers ne représente cependant qu'un premier pas, tant que l'ensemble du procès où il s'insère n'est pas théoriquement construit comme objet sociologique.

Political Posters, Co construction, Communication: Two recent studies.

This paper challenges a prevailing paradigm in Political communication. This paradigm tends to reify such distinctions as those between emitter, receiver and message, by assuming an unwarranted match between such notions and actual social actors. It also tends to overstress an instrumental

vision of communicative processes, through an exclusive interest in strategical moves and the question of influence.

Possible alternatives are exemplified in two recent studies. Comparing advertising posters in France and Brasil, the first study demonstrates the relevance of a "co-constructionist" approach. Through a semiotic analysis of the various political posters produced during the french 1988' election campaign, the second study shows that, despite ideological differences, all posters contribute to the construction of the same political universe.

Yet describing this universe is only a first step, as long as the communicative process involved is not theoretically conceptualized or constructed as a sociological object.