
L'invité permanent

OLIVIER MASCLET

L'invité permanent

*La réception de la télévision
dans les familles populaires*

ARMAND COLIN

COLLECTION « INDIVIDU ET SOCIÉTÉ »

conseiller éditorial : François de Singly

Maquette de couverture : Le Petit Atelier
Illustration de couverture : © Getty Images

Le pictogramme qui figure ci-contre mérite une explication. Son objet est d'alerter le lecteur sur la menace que représente pour l'avenir de l'écrit, particulièrement dans le domaine de l'édition technique et universitaire, le développement massif du photocopillage.

Le Code de la propriété intellectuelle du 1^{er} juillet 1992 interdit en effet expressément la photocopie à usage collectif sans autorisation des ayants droit. Or, cette pratique

d'enseignement supérieur, provoquant une baisse brutale des achats de livres et de revues, au point que la possibilité même pour

les auteurs de créer des œuvres nouvelles et de les faire éditer correctement est aujourd'hui menacée.

Nous rappelons donc que toute reproduction, partielle ou totale, de la présente publication est interdite sans autorisation de l'auteur, de son éditeur ou du

Centre français d'exploitation du droit de copie (CFC, 20, rue des Grands-Augustins, 75006 Paris).



© Armand Colin, 2018

Armand Colin est une marque de
Dunod Éditeur, 11 rue Paul Bert 92240 Malakoff

ISBN : 978-2-200-62215-2

www.armand-colin.com

Le Code de la propriété intellectuelle n'autorisant, aux termes de l'article L. 122-5, 2° et 3° a), d'une part, que les « copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective » et, d'autre part, que les analyses et les courtes citations dans un but d'exemple et d'illustration, « toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause est illicite » (art. L. 122-4).

Cette représentation ou reproduction, par quelque procédé que ce soit, constituerait donc une contrefaçon sanctionnée par les articles L. 335-2 et suivants du Code de la propriété intellectuelle.

Sommaire

Remerciements	7
Introduction	9

Partie 1

Questionner les pratiques télévisuelles

1. Comment la télévision tient-elle compagnie ?	23
2. Enquêter sur les styles télévisuels populaires	47
3. Ce qui demeure et ce qui change	70

Partie 2

Portraits de téléspectateurs

4. La télévision comme compagnie « maternante »	101
5. Se frotter au monde quand on est au foyer	120
6. La télévision comme foyer	139
7. Une masculinité et une féminité exposées	158
8. La télévision « en fond »	177
9. Les aspirations « évacionnistes » d'un ouvrier-pâtissier	196
10. « Tu ne me verras jamais posée devant ma télé »	209
11. La télévision comme danger moral	226

Conclusion	244
Bibliographie	257
Table des matières	263

Remerciements

Ce livre est une version retravaillée d'un texte présenté pour l'obtention de l'Habilitation à diriger des recherches, en novembre 2017, à Paris Descartes, devant un jury composé de Choukri Ben Ayed, Stéphane Beaud, Philippe Coulangeon, Éric Darras, Dominique Pasquier et Olivier Schwartz. Qu'ils soient ici très chaleureusement remerciés pour leurs remarques et leurs conseils, qui m'ont beaucoup aidé dans la rédaction de cet ouvrage.

Je veux aussi saluer très amicalement Olivier Schwartz pour son soutien durant la rédaction de ce livre ainsi que Gérard Mauger pour ses commentaires sur plusieurs portraits de téléspectateurs. Le titre de cet ouvrage est de lui : merci pour ce cadeau !

Mes remerciements vont également à François de Singly pour le bon accueil qu'il a fait à ce livre dans sa collection « Individu et société ».

Enfin, je remercie pour leur temps et leur confiance Karine Choiseul, Christiane Nadeau, Myriam et Nicolino Sanatanazéfi, Éric et Cécilia Dufar, Fabrice et Sylvie Winkerlé, Jean-François Alvarez, Sophie et Jorge Carvalho, Catherine et Jean Carbonat et d'autres enquêtés que je n'ai pas fait apparaître dans ce livre.

Je dédie cet ouvrage à Anouk et Emmy qui comprennent si bien qu'on puisse aimer regarder la télévision et à Marie-Hélène pour sa force et son intérêt pour « mes cas ». Je le dédie aussi à mon père et à Questions pour un champion.

Introduction

Ce livre présente un ensemble de portraits de téléspectateurs appartenant aux catégories populaires. Il cherche à répondre aux questions suivantes : quelle place la télévision prend-elle, aujourd'hui, dans l'organisation de la vie quotidienne des membres de ces catégories ? Favorise-t-elle toujours autant qu'on le dit le rassemblement de la famille ? Que tirent les téléspectateurs populaires des images et des personnages reçus tous les jours à domicile via le petit écran ? Ce livre est né du constat que sur ces différents aspects, les sociologues avaient finalement peu de choses à dire. Si beaucoup de travaux ont été écrits sur la télévision, peu d'études sociologiques sont en effet aujourd'hui disponibles sur les pratiques télévisuelles en général et sur celles des ouvriers et des employés en particulier. Sans doute parce que ces pratiques souffrent d'être à la fois trop banales et déconsidérées.

Un loisir familial et pourtant méprisé

Nullle pratique culturelle n'apparaît en effet plus paradoxale que la télévision. D'un côté, elle se présente comme le loisir associant le plus grand nombre de Français : chaque jour, entre 18 h 30 et 20 h 45, la moitié d'entre eux ou presque est devant le poste. Aucune autre activité de temps libre n'occupe autant de gens ni autant de temps. En moyenne, selon les données de l'enquête Emploi du temps de l'INSEE, la télévision consomme chaque jour environ 41 % de la durée totale de temps libre tandis que la lecture, le sport ou encore les visites ou la

réception de la famille ou des amis n'en consomment qu'une part très réduite. Le bricolage, le jardinage, les courses représentent (toujours en moyenne) des quantités de temps journalier toujours très minimales par rapport à la télévision. Même le temps dédié aux soins et à l'éducation des enfants apparaît, dans l'ensemble des ménages, très inférieur au temps quotidiennement absorbé par le téléviseur. La télévision prévaut dans les emplois du temps et de plus en plus. En 2010, toujours selon l'INSEE, les Français lui consacrent chaque jour deux heures et neuf minutes. C'est cinquante-sept minutes de plus qu'en 1974 (Brousse, 2015a). En 2017, une autre source statistique (Médiamétrie) établit ce temps à trois heures et quarante-deux minutes, soit un gain de vingt-cinq minutes en vingt ans. La France est l'un des rares pays en Europe où la durée d'écoute de la télévision se maintient à un haut niveau. Contrairement à une idée reçue, le développement considérable du numérique ne s'est pas substitué au « canal historique », pas même chez les jeunes (Nabli, Ricroch, 2013). Au contraire, les usages qui en sont faits s'additionnent à ceux de la télévision et les complètent, expliquant que celle-ci demeure l'activité quotidienne la plus familière des Français.

D'un autre côté, cette activité qui s'est banalisée à partir des années 1970 nourrit une franche hostilité dans les mondes intellectuels. La télévision se voit accusée, précisément depuis qu'elle est devenue le principal loisir du plus grand nombre, d'être à la source de toutes sortes de dysfonctionnements sociaux et de troubles psychiques. Les archives du *Monde* recèlent quantité d'articles témoignant de l'espèce de panique morale suscitée par le petit écran depuis un demi-siècle. Avec le recul du temps, on perçoit mieux le caractère préconçu des peurs du moment, la dénonciation des problèmes imputés à la télévision permettant généralement de faire l'impasse sur leurs causes sociales déterminantes (hétérogénéité des conditions sociales de vie, inégalités face à l'école et aux équipements culturels, fragilité des ressources éducatives...). En 1965, c'est le fantôme Belphégor qui inquiète les psychiatres déplorant sa mauvaise influence sur les jeunes enfants. Une enquête réalisée dans une école maternelle lui attribue les « graves traumatismes » repérés chez les petits : « agitation extrême », « insomnie », « troubles de l'émotivité », autant de symptômes dissociés des univers de vie des

enfants et attribués à la télévision. Dès les années 1960, les intellectuels s'inquiètent aussi beaucoup du risque induit par les images, sur les plus jeunes comme sur les adultes, de confondre la vraie vie et ce qu'on voit à l'écran ou encore d'abêtir le public. Alors que le petit écran devrait « élever le niveau culturel » par des programmes de qualité, les téléspectateurs se voient de plus en plus proposer des divertissements jugés vulgaires. L'antenne n'a en fait jamais cessé... À partir des années 1970, les émissions destinées aux enfants sont jugées trop violentes. Ainsi, en 1978, la diffusion de *Goldorak* sur Antenne 2 donne lieu à des discours catastrophés des enseignants, des psychiatres et des associations parentales. D'autres émissions prendront par la suite la place du dessin animé japonais.

Ce catastrophisme se manifeste encore aujourd'hui sous différentes formes. Qu'on en juge au regard de quelques livres récemment publiés sur « les dangers de la télévision ». Dans l'un, rédigé par un chercheur en neurosciences, la télévision est décrite, chiffres à l'appui, comme la cause principale du redoublement à l'école, du développement de la violence chez les enfants, des comportements sexuels précoces des adolescents, des grossesses non désirées mais aussi des inégalités en matière de santé et d'espérance de vie (Desmurget, 2011). Dans un autre revendiquant une sensibilité libertaire, l'effet de la télévision est assimilé à celui d'une drogue dure annihilant tout désir chez le sujet (collectif, 2010). On retrouve, dans ce livre comme dans beaucoup d'autres discours, exprimée sans la moindre hésitation, la théorie de la « seringue hypodermique » qui conçoit la société comme une « société de masse » où les médias et la consommation à grande échelle ont fait disparaître les différences socioculturelles, dans laquelle la télévision injecte idées, attitudes, et modèles de comportements à des individus atomisés, passifs, et particulièrement vulnérables. Cette théorie, née aux États-Unis avant la seconde guerre mondiale, a pourtant été largement invalidée depuis les travaux de Paul Lazarsfeld et d'Elihu Katz qui ont montré les mécanismes de défense et de sélectivité des programmes mis en œuvre par les téléspectateurs, qui font que ces derniers ne sont jamais passifs ni spontanément consentants aux messages reçus dont les effets sont, par conséquent, toujours « limités » (Dayan, 1989 ; Pasquier, 1994 ; Le Grignou, Neveu, 2017).

La dénonciation de la télévision comme danger pour l'individu et la société témoigne avant tout de la longue histoire du mépris vis-à-vis des pratiques culturelles populaires. Ce sont, dans les années 1920, les feuilletons paraissant dans les journaux à grand tirage ou dans des fascicules vendus à petits prix qui sont d'abord vilipendés. Perçus comme des lectures nocives, ils conduiraient les femmes à négliger leurs devoirs d'épouse et de mère, à se détourner du sérieux attendu au travail, à la ferme ou à l'usine. Des effets négatifs en termes d'abrutissement et d'avilissement du corps et de l'esprit sont systématiquement associés aux lectures populaires. Ce loisir culturel ne sera réhabilité que lorsque se développera un nouveau loisir populaire, le cinéma, lequel fera à son tour l'objet de vigoureuses condamnations fondées sur les mêmes métaphores du poison annihilant les facultés humaines du peuple. Lui-même ne sera revalorisé que lorsque la télévision prendra place dans les foyers et se verra accusée des mêmes maux (Thiesse, 2001 : 304).

Il n'est pas impossible que le regard porté sur la télévision soit en cours de réforme : déjà, on voit apparaître, face à la multiplication des chaînes commerciales depuis les années 1980, un ensemble de discours valorisant un « âge d'or » de la télévision (Poels, 2016). De même, la disparition de la télévision des débuts, où tout le monde regardait les deux mêmes chaînes, à laquelle s'est substituée une « télévision de niches » et de plus en plus « à la demande », est propice à réhabiliter une représentation du petit écran comme « espace commun » face au risque d'une atomisation des usages (Missika, 2006). Il n'est pas non plus impossible que la « massification » de l'accès à internet participe, en réaction aux nouveaux usages numériques perçus comme échappant à tout contrôle, à revaloriser la télévision. Des études font apparaître que les enfants sont aujourd'hui plus souvent seuls devant leur ordinateur que devant le téléviseur, qui semble au contraire favoriser le maintien du lien familial (Nabli, Ricroch, 2013). Les nouveaux écrans comme les tablettes et les smartphones sont à présent au centre du procès éducatif : médecins, psychiatres, éducateurs voient en eux des dangers pour le développement physique et cognitif des plus jeunes. Ces discours expliquent sans doute pourquoi la télévision apparaît aujourd'hui à nombre de parents comme un média de moindre mal.

Si la perception sociale de la télévision n'est donc pas figée, en revanche les préjugés à son encontre ont la vie dure. Sa singularité tient précisément à la durée et à l'intensité de l'animosité dont elle fait l'objet dans la plupart des mondes intellectuels depuis les années 1960, tout en étant le premier loisir populaire (Le Grignou, Neveu, 2017 : 11). Ce paradoxe est à prendre en compte pour comprendre pourquoi les pratiques télévisuelles, à la différence des pratiques musicales ou lectorielles, pourtant minoritaires, suscitent si peu l'intérêt des sociologues. L'illégitimité culturelle de la télévision fait de ses usages ordinaires « un mauvais objet de la sociologie » (Pasquier, 2003).

Un zoom sur les pratiques télévisuelles des classes populaires

Ce livre entend passer outre les effets de censure liés à la petitesse sociale de l'objet. Il se propose d'étudier les pratiques télévisuelles en opérant un zoom sur celles des catégories populaires. Ce choix de resserrer la focale sur les ouvriers et les employés pourra paraître limitatif au lecteur habitué à entendre parler de « taux d'audimat » ou de « public » en général. Il répond au fait que le téléspectateur « moyen » n'existe pas. Ce que les enquêtes sur la consommation et la réception de la télévision mettent en exergue, c'est en effet à la fois l'existence de fortes inégalités dans la durée d'écoute et la diversité des manières de s'approprier les programmes selon (notamment) les appartenances sociales.

D'une part, les études quantitatives infirment l'idée d'une homogénéisation des publics sous l'effet d'une consommation de masse : les chiffres cités plus haut occultent, comme le font toutes les moyennes, les écarts entre les groupes sociaux. Or un résultat ressort inchangé des mesures effectuées depuis que la télévision a pris place dans les foyers : elle apparaît comme l'occupation principale du temps libre des catégories disposant le moins de ressources économiques et culturelles. Déjà dans les années 1970, des enquêtes montraient que les groupes qui regardaient beaucoup la télévision étaient ceux qui avaient le moins de solution de rechange, d'équipements audiovisuels concurrents du

téléviseur ou de possibilités de sorties. La télévision passait déjà pour être « une sorte de pis-aller, ce qu'on regarde quand on n'a vraiment rien d'autre à faire, le moyen de "distraction du pauvre" ou de "culture du pauvre" » (Souchon, 1980 : 215). Aujourd'hui, cette dimension de « loisir par nécessité » apparaît encore plus nettement. Alors que la proportion de Français regardant la télévision 20 heures et plus par semaine connaît une légère baisse entre 1997 et 2008, en partie imputable à la diffusion des nouveaux écrans comme l'ordinateur, la tablette et le smartphone, les ouvriers échappent à cette tendance. En 1997, la proportion d'entre eux situés dans cette tranche était trois fois plus élevée que la proportion correspondante chez les cadres. En 2008, elle était cinq fois plus importante (Coulangeon, 2010 : 22). Les « gros » consommateurs de télévision (retraités mis à part) sont surreprésentés parmi les non-diplômés ou les détenteurs d'un titre scolaire inférieur au bac et les actifs touchant le salaire minimum et en dessous.

D'autre part, les enquêtes qualitatives, menées par entretiens et observations, attentives aux usages et aux interprétations ordinaires des programmes télévisés, déjouent tous les pronostics, des plus sombres aux plus optimistes, d'une convergence des publics. La télévision n'a ni uniformisé les goûts et les styles de vie des téléspectateurs, ainsi que les philosophies critiques de la culture de masse le prophétisaient, ni œuvré à l'édification culturelle des groupes sociaux les plus éloignés de la culture légitime comme l'espéraient les professionnels de la télévision publique française à ses débuts. On remarque au contraire que sa réception s'est d'emblée caractérisée par une diversité de « lectures » en relation avec l'origine sociale et culturelle des téléspectateurs. En France, Michel Souchon est le premier à le démontrer en comparant, en 1966, les usages de la télévision des adolescents inscrits dans des collèges d'enseignement technique et dans des établissements généraux (Souchon, 1969). Lors même qu'on ne cessait, durant ces années, de célébrer l'avènement de la jeunesse comme nouvelle classe d'âge autonome, son enquête révélait l'importance des écarts entre collégiens. Ces « jeunes » ne consacraient pas la même part de temps au petit écran ni n'appréciaient les mêmes programmes.

En Angleterre, l'étude de David Morley sur le public du magazine TV d'actualité *Nationwide*, aujourd'hui considérée comme fondatrice de la démarche des *Cultural Studies*, invalide à son tour, dans les années 1980, les discours sur l'effet (supposé) d'homogénéisation des publics. Elle met au contraire en lumière l'hétérogénéité des réceptions : les groupes de téléspectateurs constitués pour l'enquête (cadres, apprentis, syndicalistes, étudiants) réagissent fort différemment aux reportages en mobilisant des codes sociaux et culturels eux-mêmes variables en fonction de leurs expériences du travail et du monde social (Le Grignou, 2003 : 94-100). Les enquêtes conduites en Europe et en France par Dominique Pasquier ont également souligné l'influence du milieu social sur la manière d'appréhender les programmes télévisés et plus généralement sur la culture familiale autour de la télévision. Menées dans les années 1990, elles donnent à voir des pratiques télévisuelles fortement contrastées selon que les familles appartiennent aux catégories populaires ou aux milieux plus favorisés. Dans les premières, l'écoute y apparaît plus fréquemment collective et la télévision plus présente en continu. Qu'elle soit regardée ou pas, elle accompagne toutes les activités domestiques quotidiennes : le repas, le travail scolaire, les tâches ménagères, etc. À l'inverse, dans les familles de cadres, sa place est plus limitée : elle n'est souvent allumée que pour regarder des programmes précis. En outre, dans les familles populaires, elle donne lieu à davantage de moments partagés entre parents et enfants et, plus particulièrement, entre mères et filles (Pasquier *et al.*, 1998). Les complicités nouées entre elles autour de la série *Hélène et les garçons* le démontrent : elles apprécient de voir ensemble ce programme, les mères pouvant même encourager leurs filles à se passionner pour cette série qu'elles aussi apprécient. Dans les familles de cadres, si le goût pour cette série est toléré, les mères ne cessent pour autant de la juger négativement et de freiner le désir de leurs filles d'en devenir de vraies fans (Pasquier, 1999).

Importance de la télévision dans la vie quotidienne des membres des classes populaires, spécificité de la relation à celle-ci dans les familles appartenant à ces classes : ces caractéristiques justifient le choix fait pour cette enquête de centrer le regard sur les pratiques télévisuelles des ouvriers et des employés.

Questionner la relation à la télévision, aujourd'hui

L'objectif de ce livre n'est cependant pas de démontrer une nouvelle fois l'existence de rapports variés à la télévision selon les milieux sociaux ni même d'étudier la réception dans les catégories populaires d'une œuvre de télévision particulière. Il s'agit d'actualiser la connaissance sur ce que les membres de ces catégories font avec la télévision dans leur existence domestique quotidienne et sur ce qu'elle leur fait : comment son usage intense retravaille leur identité sociale, leurs styles de vie, leurs affects ?

Actualiser, dans la mesure où les données sur les pratiques télévisuelles populaires n'ont guère été renouvelées par des enquêtes qualitatives depuis les années 1990 alors que l'offre télévisuelle a évolué en profondeur (multiplication des chaînes, élévation de la durée d'antenne, innovations technologiques favorisant de nouveaux modes de réception des images) et que les classes populaires présentent un visage très différent de celui des périodes précédentes quand les femmes étaient souvent au foyer et les hommes majoritairement des ouvriers d'usine. Or, dorénavant, les femmes sont fréquemment des « actives », les employés dépassent en nombre les ouvriers, les ménages populaires se composent plus fréquemment de personnes seules, souvent avec enfants, ouvriers et employés sont particulièrement touchés par la montée du chômage et la précarité des statuts d'emploi... Parallèlement, la présence de la télévision s'est amplifiée dans les classes populaires, celle-ci s'étant en grande partie substituée aux formes d'occupation du temps libre qui étaient traditionnellement les leurs (bricolage, jardinage, pratiques de sociabilité au café et de voisinage...). Ce livre est né du sentiment qu'en dépit de ces changements, les sociologues avaient tendance à proposer les mêmes analyses à propos de la télévision dans les milieux populaires, un peu comme si nous y trouvions refuge face à la menace de devoir renoncer à une figure du populaire plus séduisante politiquement car échappant davantage à la communication de masse et à ce loisir dominé, bas de gamme.

En effet, tout en insistant sur les écarts dans les durées d'écoute, marqueurs des inégalités d'accès aux loisirs et à la culture entre les groupes sociaux, nous nous plaisons à souligner la capacité des membres des

classes populaires à résister à la télévision. Plutôt que d'interroger les incidences de sa présence démultipliée dans les familles ouvrières et employées aujourd'hui, nous continuons à décrire la relation à celle-ci en reprenant les termes d'« attention oblique » et de « consommation nonchalante » par lesquels Richard Hoggart valorisait la résistance silencieuse mais efficace de la culture ouvrière face à la culture commerciale véhiculée par les médias de masse. Mais c'était dans les années 1950, à l'ère industrielle, du travail à plein-temps et des débuts de la télévision. Or le contexte a évolué en profondeur. Du fait de la montée du chômage et des emplois à temps partiel, les catégories populaires sont à présent moins au travail et leurs emplois du temps sont devenus plus flexibles. L'élévation du temps pris par le petit écran résulte en grande partie de la moindre part du travail dans la vie des ouvriers et des employés et des difficultés, pour ceux d'entre eux qui sont en emploi, d'organiser leur temps quotidien du fait de la multiplication des horaires décalés ou atypiques (Lesnard, 2009). Le passage d'une télévision de service public à une télévision commerciale a également favorisé leur captation. Il est plus difficile aujourd'hui que dans les années 1960 de se soustraire au pouvoir de la télévision en raison de la profusion des chaînes et des opérations de marketing mises au service de la programmation. La difficulté est redoublée pour les enfants. De nombreuses chaînes sont en effet disponibles pour eux au moyen d'un simple abonnement à un opérateur de téléphonie : Gong, Mangas, Gulli, Tfou, Boing, Canal J, Cartoon Network, Tiji, Disney Channel, Mon Ludo, Piwi+, June, Télétoon+, Boomerang, Playhouse Disney, Baby TV, etc.

De même, plutôt que d'interroger ce que les individus des classes populaires font avec la télévision, ainsi que la montée des usages solitaires (Donnat, Marmet, 2003), nous mettons surtout en avant sa dimension familiale, témoin d'un temps où la valorisation du « nous » caractérisait la classe ouvrière. Au risque d'oublier que les univers populaires incluent leurs propres formes de vie privée et de temps pour soi comme l'a bien montré Olivier Schwartz (1990). En persévérant à maintenir l'image traditionnelle de la télévision comme « reine des foyers » populaires (Verret, 1996 : 130), nous témoignons peut-être de notre refus de prendre au sérieux les programmes des chaînes commerciales comme sources d'évasion et d'apprentissages multiformes propres

à susciter l'intérêt personnel des ouvriers et des employés. Le mépris culturel nous barre la vue : nous reconnaissons à la lecture le pouvoir de nourrir l'intériorité, nous le dénisons à la télévision. Or l'opposition souvent faite entre livres et programmes télévisés, biens culturels dignes et produits indignes, usages individuels et usages collectifs, « je » et « nous » ne tient pas : pas plus que la lecture ne peut être réduite à un usage solitaire et esthète, la télévision ne peut se résumer à sa fonction familiale et de simple passe-temps. On lit parce qu'on peut parler à autrui de ses lectures¹ et les livres répondent à une diversité d'usages. On ne lit pas seulement pour lire mais aussi pour se divertir ou encore pour apprendre (Poliak, Mauger, Pudal, 2010). La télévision ouvre elle aussi des possibilités d'identification diversifiées. Elle favorise des usages qui ne sont pas tous « nonchalants » mais caractérisés au contraire par l'adhésion et l'implication personnelle du téléspectateur.

Ce que la télévision fait aux classes populaires et ce qu'elles en font aujourd'hui

Comprendre la relation à la télévision des membres des classes populaires d'aujourd'hui, c'est donc ouvrir un double chantier : d'une part, pour faire apparaître leurs pratiques face à un média capable de déployer mille techniques pour s'inviter tout le temps au foyer, d'autre part pour interroger les formes et les significations sous lesquelles le petit écran tient aujourd'hui compagnie aux individus. Ces deux objectifs, étroitement associés, sont au départ de cette recherche. Ils supposaient un dispositif d'enquête capable de rendre compte de la place de la télévision dans la vie quotidienne des familles populaires et des investissements personnels dont elle est l'objet. C'est la raison justifiant l'organisation de cet ouvrage sous la forme de portraits de téléspectateurs. Ces derniers visent à expliquer, au plus près des comportements individuels et des réalités propres aux ménages dans lesquels ils s'insèrent, de quoi l'intérêt pour la télévision est aujourd'hui fait dans les univers populaires.

1. On lit parce qu'on a « un marché sur lequel on peut placer des discours concernant les lectures », expliquait Pierre Bourdieu, (Bourdieu et Chartier, 2003 : 224).

L'enquête conduit à deux résultats déterminants. Le premier met en lumière les transformations du rapport populaire traditionnel à la télévision tel qu'il a été décrit dans plusieurs travaux sociologiques des années 1960 aux années 1980, c'est-à-dire avant les transformations du paysage télévisuel et des classes populaires évoquées plus haut. L'analyse qui en fut proposée continue aujourd'hui à alimenter notre perception des usages populaires du petit écran. Or par rapport à certains traits qui le caractérisaient, en particulier sa dimension familiale, son insertion dans une temporalité définie par le travail salarié, la forte division sexuée des pratiques télévisuelles, des ruptures se sont manifestement produites. La télévision ne peut plus être décrite comme « la reine des foyers populaires ». Elle s'est muée, dans un ensemble de familles, en une sorte d'invitée perpétuelle, témoin des processus d'exclusion sur la scène principale du travail. Ces ruptures ne sauraient pour autant signifier une transformation sur tous les plans du rapport populaire à la télévision : le goût pour celle-ci, gage d'une affiliation culturelle au plus grand nombre, demeure une propriété distinctive des classes populaires.

Le deuxième résultat met en lumière les usages « privés » du petit écran, celui-ci ne se réduisant pas à sa fonction collective. Les portraits de téléspectateurs retracés dans ce livre aident à voir la télévision comme offrant plus qu'un simple divertissement : elle permet de « tenir » face aux contraintes familiales et professionnelles, elle est une alliée pour se requalifier subjectivement et se rapprocher des styles de vie des groupes sociaux supérieurs, elle accompagne le travail de réforme des manières d'être les plus populaires réprouvées dans les univers professionnels des services ou sur la scène scolaire. Cet objet qu'on dit aujourd'hui archaïque demeure un support important pour répondre aux exigences du monde contemporain : elle délivre aux membres des classes populaires des ressources pour défendre leur valeur personnelle, si ce n'est s'affirmer comme « individus » (Singly, 2017).

Deux parties organisent ce livre. La première invite à interroger le rapport populaire traditionnel à la télévision à la lumière des évolutions de l'offre télévisuelle et des milieux populaires. Elle se propose également d'expliquer pourquoi les recherches sociologiques sur sa place dans ces milieux sont si peu nombreuses lors même qu'elle est le premier loisir des Français et que les membres des classes populaires

représentent la moitié d'entre eux. Au discrédit frappant cette pratique culturelle s'ajoutent plusieurs autres raisons que je détaillerai avant de présenter la manière dont j'ai mené l'enquête et auprès de qui. Enfin, elle propose aux lecteurs une analyse des transformations des caractéristiques traditionnelles de la relation à la télévision dans les classes populaires, en confrontant les récits qui en ont été faits aux données tirées des portraits de téléspectateurs rédigés pour ce livre. La seconde partie se compose de ces portraits invitant le lecteur à rentrer, en sociologue, dans l'intimité du foyer et de l'expérience télévisuelle de ses membres. Penser par cas permet d'aller au-delà du singulier par l'exploration fine des effets de la condition sociale sur la place de la télévision dans l'organisation de la vie quotidienne aussi bien que sur le rapport subjectif aux programmes télévisés.

Partie 1

**Questionner les pratiques
télévisuelles**

Comment la télévision tient-elle compagnie ?

Les études sociologiques font apparaître, sur la question de la relation des classes populaires à la télévision, des éléments qui caractérisent ces classes, au moins jusqu'au milieu des années 1980 : ancrage familial de la réception, diversité des choses vues et importance du temps quotidiennement donné à l'écran, forte division des pratiques télévisuelles selon les sexes. Ces trois traits témoignent d'un rapport populaire traditionnel à la télévision, le terme « traditionnel » étant pris ici non dans un sens idéologico-normatif (par opposition à « moderne »), mais dans un sens descriptif¹.

Pour qui s'intéresse à la relation à la télévision dans les classes populaires d'aujourd'hui, la question se pose de savoir ce qu'il en est de ces caractéristiques traditionnelles. De nombreuses évolutions se sont en effet produites depuis les années 1980 qui n'ont pas pu ne pas avoir modifié les usages du petit écran. D'une part, les ouvriers et les employés ont vu leurs modes de vie évoluer en profondeur sous l'effet de multiples facteurs ayant trait aux conditions d'emploi et de travail, aux conditions matérielles d'existence, aux rapports aux autres groupes sociaux. D'autre part, alors que durant les années 1960-1980 la télévision rendait accessibles un petit nombre de chaînes et un ensemble limité de programmes en journée, elle offre maintenant une multitude de chaînes

1. Je reprends ici une formulation d'Olivier Schwartz et plus généralement la démarche qu'il propose pour analyser les transformations des ménages populaires, cf. Schwartz (2018).

et un flux continu de programmes variés. À l'encontre des discours sur les classes populaires qui, comme le souligne Olivier Schwartz (2018), présupposent de manière récurrente que ces dernières sont irréductiblement attachées aux caractéristiques traditionnelles de leurs modes de vie, il s'agira donc, dans ce livre, de repérer ce qui perdure autant que ce qui change dans leur relation à la télévision. Y a-t-il maintien, dans les ménages populaires contemporains, des traits traditionnels évoqués plus haut ? Quelle place la télévision prend-elle à présent dans l'organisation de la vie quotidienne ? De quoi l'intérêt pour les programmes est-il fait aujourd'hui ?

Ce chapitre sera divisé en trois parties. Je reviendrai, dans la première, sur les caractéristiques traditionnelles évoquées ci-dessus. Dans les deux suivantes, seront évoqués deux ensembles de transformations ayant affecté, depuis ces trente dernières années, les conditions de vie et de travail des catégories populaires, d'une part, l'offre télévisuelle, d'autre part. Ces transformations amènent à questionner la manière dont s'organise aujourd'hui la rencontre entre le public populaire et le petit écran.

Comment la télévision est devenue « populaire »

Des années 1960 aux années 1980, le fort pouvoir attracteur du téléviseur a maintes fois été souligné par les sociologues². Leurs enquêtes permettent d'affirmer que la place de la télévision dans les foyers populaires y présente régulièrement trois caractéristiques.

2. Si la télévision diffuse depuis 1949, la massification de sa réception débute à la fin des années 1950. L'année 1958 est retenue comme une date de baptême du « grand public » (Poels, 2015 : 35). Cette année-là, le million de téléspectateurs est atteint, de nouveaux magazines spécialisés naissent dans la foulée comme *Télé Magazine* et *Télé 7 jours*. En 1964, un record de vente des téléviseurs est atteint. 40 % des ménages en sont désormais équipés (Cohen, Lévy, 2007 : 111). C'est pourquoi les pages qui suivent n'évoqueront guère la télévision d'avant 1960 : outre que celle-ci est encore peu présente dans les foyers populaires, aucune étude sociologique, à ma connaissance, n'en présente les modes d'usage.

La reine du foyer

La première, ainsi qu'il a été dit plus haut, est l'ancrage de celle-ci dans les modes de fonctionnement familiaux. De meilleures conditions de logement, permises par la politique de « rénovation urbaine » et le desserrement du budget lié à l'élévation générale du niveau de vie durant cette phase de croissance économique et de plein-emploi (du moins à partir de 1968 et jusqu'au tournant de la rigueur de 1983), auront contribué à la restructuration de la vie sociale et familiale autour du foyer. Ce processus conduit les familles ouvrières à attendre beaucoup de la télévision. Au cours des années 1960, elles lui reconnaissent toujours plus de vertus familiales que les catégories moyennes et supérieures – dont l'intégration familiale, plus ancienne, en est moins dépendante – (Champagne, 1971). Aux sondages qui les interrogent sur leur rapport au petit écran, une majorité d'entre elles répond en effet que la télévision « resserre les liens du foyer » et « les liens entre parents et enfants ». Elle renforce un « chez soi » alors en passe de devenir un mode de vie commun.

Il faut rappeler qu'au moment où la télévision pénètre dans l'espace domestique, son image sociale est encore largement positive. En tout cas, elle ne souffre pas du déficit de légitimité qui la caractérisera plus tard, quand elle sera devenue le premier loisir des Français et que les catégories sociales détentrices de ressources culturelles l'associeront à un loisir vulgaire. De même qu'aux États-Unis où, durant les années 1950, la télévision est conçue, en particulier par la presse féminine, comme un instrument au service de l'unité domestique légitime, censée souder le groupe familial tout en respectant la division sociale du travail entre les sexes (Spigel, 1996), en France, elle est également présentée comme un bon remède au problème du couple ou pour détourner les enfants des mauvaises influences de la rue. On la décrit aussi comme au service de la démocratisation culturelle, à même de faire découvrir, jusqu'aux foyers les plus modestes, les grandes œuvres du cinéma, du théâtre ou de la littérature. Il n'existe donc nulle contradiction entre la place que prend la télévision dans la vie familiale et celle que prend l'école au même moment dans la construction des identités individuelles. Au contraire même : en tant que loisir de la famille et nouveau mode