

## Recherches sociographiques



Bruno JEAN, Danielle LAFONTAINE et Benoît LÉVESQUE,  
*Consommation des mass médias, régions et classes sociales*

Gilles Pronovost

Volume 27, numéro 2, 1986

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/056226ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/056226ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

### Éditeur(s)

Département de sociologie, Faculté des sciences sociales, Université Laval

### ISSN

0034-1282 (imprimé)

1705-6225 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

### Citer ce compte rendu

Pronovost, G. (1986). Compte rendu de [Bruno JEAN, Danielle LAFONTAINE et Benoît LÉVESQUE, *Consommation des mass médias, régions et classes sociales*]. *Recherches sociographiques*, 27(2), 336–337. <https://doi.org/10.7202/056226ar>

Bruno JEAN, Danielle LAFONTAINE et Benoît LÉVESQUE, *Consommation des mass médias, régions et classes sociales*, Université du Québec à Rimouski, 1985, 367p. (« Cahiers du GRIDEQ », 15.)

Se donnant comme objectif de procéder à « l'analyse critique des mass médias », ce volumineux rapport de recherche s'appuie sur des données recueillies à Longueuil et à Rimouski, à l'aide de trois instruments : un carnet d'utilisation des médias, un questionnaire d'opinion et un questionnaire portant sur la connaissance des actualités. Au plan méthodologique, l'utilisation du carnet d'écoute est décrite (pp. 58ss) et comparée avec celui qu'utilise le B.B.M. On a peu d'information cependant sur les deux questionnaires utilisés, qu'on aurait aimé voir reporter en annexe. On doit aussi ajouter que l'échantillon de Longueuil, quoi qu'en disent les auteurs, apparaît relativement faible (moins de 300 répondants, comparativement à un peu plus de 500 à Rimouski). Quoi qu'il en soit, il s'agissait explicitement d'une « première exploration en regard de ce qui pourrait être une sociologie de la consommation des mass médias » (p. 6), de sorte que l'ouvrage tient autant d'une sociologie critique que d'une ample description des résultats.

L'ouvrage peut être divisé en quatre parties principales : une problématique des *mass media* et des classes sociales (ch. 1) ; une description des données relatives à la consommation de la télévision, selon le volume, les réseaux, les genres d'émission (ch. 2, 3, 4) ; un chapitre sur la consommation de l'ensemble des médias écrits et électroniques (ch. 5) ; et enfin une analyse de la réceptivité aux informations socio-politiques (ch. 6).

Le premier chapitre, sous la plume de Benoît Lévesque, s'appuie sur le concept d'industrie culturelle, développé notamment par Huet, Ion *et al.*, ainsi que par Mattelard ; il reprend le concept bien connu d'appareils idéologiques d'État, ainsi qu'une opérationnalisation du concept de classes sociales empruntée à Céline Saint-Pierre (dans *Socialisme québécois*, 24, 1973). Seule l'opérationnalisation du concept de classes sociales est véritablement et abondamment utilisée par la suite, et encore, elle cohabite avec les variables socio-démographiques classiques dont l'âge, le sexe et la scolarité. De nombreux ouvrages sociologiques ne procèdent-ils pas ainsi, en se donnant bonne conscience par une introduction critique qu'on a tôt fait de délaissier par la suite ?

Les trois chapitres suivants, signés encore par Benoît Lévesque, constituent une description fort intéressante de la consommation de la télévision et des facteurs sociaux qui la déterminent. Les résultats indiquent que « les classes sociales sont la variable la plus influente sur la consommation de la télévision », « ménagères » et « prolétaires » consommant bien davantage la télé que la « nouvelle petite bourgeoisie ». L'étude confirme également une autre donnée relativement bien connue, quant aux usages sociaux de la télévision, les classes dites favorisées étant davantage portées vers Radio-Canada et Radio-Québec, et les classes populaires vers le réseau T.V.A. Une conclusion intéressante porte sur l'utilisation des réseaux de câblodistribution : l'accès à ceux-ci a pour effet d'accroître l'écoute des postes de langue anglaise (C.T.V. et réseaux américains) pour ceux qui ont une bonne connaissance de l'anglais ; pour les autres, un tel accès conduit plutôt à une diversification des postes écoutés, dans la mesure de leur disponibilité.

Le chapitre 4 présente une taxonomie des genres d'émission (téléromans, cinéma, etc. ; pp. 158-159). On a dégagé trois grandes catégories : les émissions d'information, les émissions de fiction et de divertissement à dominante symbolique québécoise, et celles à dominante symbolique américaine ; comme on s'en doute, la N.P.B. (nouvelle petite bourgeoisie) écoute davantage les émissions d'information, les milieux populaires écoutant davantage les émissions de fiction québécoise, alors que la fiction américaine semble rencontrer ses adeptes dans toutes les couches sociales. Il y a un phénomène sur lequel n'insiste pas assez le rapport : c'est celui des habitudes d'écoute des jeunes, lesquels sont les plus importants consommateurs d'émissions américaines, tout autant d'ailleurs que de chansons américaines ; quand vieilliront les jeunes, qu'advientra-t-il de leur culture ?

De tout ceci, il ressort que les milieux les plus favorisés et les plus scolarisés manifestent nettement, en matière de consommation télévisuelle, une attention plus grande, voire une

« ouverture » aux réalités nord-américaines (en matière d'information et d'écoute d'émissions américaines, notamment), alors que, paradoxalement, les milieux populaires sont les plus grands amateurs de « québécoïté », notamment par leur consommation d'émissions québécoises.

Le chapitre 5, signé par Bruno Jean cette fois, constitue à lui seul une autre partie, puisqu'il traite de la consommation de l'ensemble des médias. Il s'en dégage que le temps total consacré aux médias varie peu d'une ville à une autre, voire d'une classe sociale à une autre, mais que les différences observées proviennent davantage de l'appartenance ou non au marché du travail, ainsi que d'une consommation différenciée des médias. En d'autres termes, on peut parler d'homogénéité culturelle, selon les classes sociales, quel que soit le milieu, et de variations importantes induites par la présence ou l'absence d'un média (tel un quotidien régional); de plus, « le fait d'être ou de ne pas être dans le système de production économique » constitue un fait déterminant « du temps consacré aux médias » ainsi que de ce qu'on pourrait appeler la structure d'attention aux différents médias.

Le chapitre 6, enfin, sous la plume de Danielle Lafontaine, traite de la réceptivité aux informations socio-politiques. C'est sans peine qu'il est possible de démontrer l'influence déterminante de facteurs structureux, essentiellement la classe sociale et la division sexuelle, sur le degré de réceptivité à l'information. Au passage, il est noté que la consommation des médias écrits s'avère « plus déterminante que l'écoute de la radio et surtout de la télévision » (p. 300), comme s'il y avait des « paliers en profondeur » dans la pénétration des *mass media*; l'attention au contenu qui est véhiculé peut s'avérer fort superficielle malgré un temps important d'écoute (c'est sans doute le cas de l'écoute de la musique radiophonique); une telle « attentivité » est modulée par les rapports sociaux de classe, facteurs structureux et « culture de l'information » étant, naturellement, en étroite interdépendance.

Bref, un ouvrage pionnier, à mi-chemin entre l'analyse descriptive et les réflexions fondamentales, et qui a le mérite d'aborder la question des *mass media* dans son ensemble et selon les facettes parmi les plus cruciales.

Gilles PRONOVOST

*Département des sciences du loisir,  
Université du Québec à Trois-Rivières.*

*Nouvelles technologies et société*, Actes du colloque du 45<sup>e</sup> anniversaire de fondation de la Faculté des sciences sociales, (Marc-Adélar Tremblay, rédacteur), Québec, Faculté des sciences sociales, Université Laval, 1985, 306p.

La Faculté des sciences sociales de l'Université Laval, en automne 1984, à l'occasion de son 45<sup>e</sup> anniversaire, s'est penchée sur le thème « nouvelles technologies et société ». Le livre qui en est le résultat comprend une quinzaine de communications scientifiques, la plupart faites par les professeurs de l'Université.

Les communications présentent toute une gamme de perspectives, depuis l'incantation du guru technologique jusqu'au discours le plus classique. Leur diversité se manifeste tant dans la démarche que par la qualité. Certaines sont très courtes, rédigées rapidement; d'autres sont soigneusement travaillées. Quatre sont présentées sous la rubrique générale « nouvelles technologies et société »; les autres sont regroupées autour des thèmes suivants: les nouvelles technologies et la politique, l'économie, l'emploi, la culture, la recherche. L'hétérogénéité des textes à l'intérieur de ces catégories requiert, pour fin d'analyse, un autre regroupement.

Un premier ensemble de textes prend nettement position contre le déterminisme technologique et tente d'identifier quels facteurs sociaux ou politiques sont à l'origine des choix. Stanley Bréhaut