
Les téléspectateurs préscolaires : des publics

Émilie Mondoloni

Université de Grenoble

Résumé

À partir d'une recherche menée sur les émissions télévisées préscolaires et la réception de celles-ci par les enfants âgés de 3 à 6 ans en France, cet article propose de caractériser l'activité de réception des jeunes téléspectateurs. Afin d'appréhender ce sujet, la problématique est resituée dans un contexte socio-historique.

Puis une discussion scientifique est entamée autour des définitions d'audience et de public (notions qu'il convient de clarifier avant d'envisager toute interprétation de nos résultats empiriques). A partir d'entretiens menés auprès des enfants âgés de 3 à 6 ans et auprès de programmeurs audiovisuels, nous montrons non seulement que les téléspectateurs préscolaires constituent des audiences imaginées, mais également des publics identifiables à partir de plusieurs attributs.

Mots-clés : audience préscolaire, public préscolaire, réception audiovisuelle, télévision et enfants.

1. Introduction

Nées dans les années 2000, Tiji, Piwi, Playhouse Disney, Nickelodeon sont des chaînes de télévision émettant en France sur les réseaux câblo satellite. Celles-ci s'adressent prioritairement aux enfants âgés de trois à six ans que nous nommons enfants préscolaires¹. Le développement de telles chaînes, ainsi que de séries télévisées spécifiques aux tout-petits sur les chaînes généralistes, sont à l'origine de notre recherche, car elles soulèvent plusieurs questions parmi lesquelles : pourquoi créer de telles chaînes? comment fonctionnent-elles? et, surtout, comment peut-on caractériser les téléspectateurs d'âge préscolaire? Cette dernière question sera au cœur de cet article.

En effet, force est de constater que les enfants âgés de 3 à 6 ans n'ont pas attendu le développement de tels programmes et de telles chaînes pour regarder la télévision. Ce qui nous intéresse ici est d'abord de caractériser l'activité de réception des enfants âgés de 3 à 6 ans dont les discours d'associations familiales, de parents et d'autres encore mettent en exergue leur passivité face à l'écran et leur compréhension restreinte des programmes.

¹ Cet article a été rédigé sous la supervision de Madame Isabelle Pailliat de l'Université de Grenoble.

Aussi, afin de rendre compte de nos résultats, nous reviendrons d'abord sur la problématique de cette contribution, puis nous proposerons plusieurs hypothèses de travail. Ensuite, nous exposerons la méthodologie employée pour vérifier nos hypothèses. À partir du travail mené par Daniel Dayan (2000) sur les publics et de celui de Dominique Pasquier (1999) sur les communautés de public, nous analyserons les résultats de notre recherche empirique et proposerons une définition des téléspectateurs préscolaires. Enfin, nous indiquerons des perspectives de recherche à ce premier apport.

2. Problématique

2.1 *De l'émergence d'un individu...*

Les discussions et les travaux portant sur les enfants ne vont pas de soi et sont révélateurs, à notre sens, de la place grandissante de ces derniers dans la société française. Bien qu'en 2010 les enfants semblent tenir une place centrale dans cette société, il n'en a pas toujours été ainsi. L'étude de l'émergence du statut de l'enfant indique les difficultés de reconnaissance de cet individu, étroitement liées au milieu socio-économique auquel il appartient.

En effet, la figure de l'enfant s'est construite sur une longue période de temps, en prenant appui à la fois sur des initiatives économiques, désintéressées, politiques et se développant notamment grâce aux débats menés par des philosophes, des éducateurs, des dames charitables, des psychologues ou encore des personnalités politiques. Ce développement ne s'est toutefois pas produit de la même manière dans les milieux bourgeois et les milieux populaires.

Pendant longtemps, l'enfant représente une charge pour les familles les plus pauvres alors même que la société et les industries cherchent à favoriser une politique nataliste afin de compenser les pertes dues aux guerres (ARIÈS 1975; SINGLY 1996). D'adulte en miniature, l'enfant devient une main d'œuvre bon marché pour les usines. Particulièrement, les manufactures de textile apprécient la petite taille des enfants, qui peuvent passer sous les métiers à tisser pour démêler les fils. Dans les familles bourgeoises, l'enfant fait l'objet de toutes les attentions : développement d'un personnel spécialisé dans l'enfance (nourrice, précepteur, etc.), de jouets et de vêtements spécifiquement conçus pour l'enfant. Il est porteur d'un héritage familial, industriel et patrimonial.

Les pouvoirs publics interviennent dans la vie familiale dès la fin du 18^e siècle en aidant les familles en difficulté. À la fin du 19^e siècle, l'État légifère directement sur la question des enfants pour encadrer leur travail, notamment en se ralliant à la Convention internationale des Droits de l'Enfant (1989). Ces évolutions se font à plusieurs niveaux.

Jusqu'au 18^e siècle, le terme d'enfance est porteur d'une « notion d'inachèvement » (BAUDIER et BERNADETTE 2005, p. 4) et les représentations iconographiques de l'enfant au Moyen-Âge ressemblent à des adultes en miniature. Les travaux de Philippe Ariès, d'Egle Becchi et de Dominique Julia montrent que, au début du 19^e siècle, deux statuts de l'enfance coexistent : l'enfant bourgeois (pour lequel Jean-Jacques Rousseau propose une méthode d'éducation, l'*Émile*) et celui de l'enfant des milieux populaires. C'est durant cette période que le statut de

l'enfant émerge. Selon l'expression de Jean-Noël Luc (2000), on peut même parler « d'invention du jeune enfant ». Pour ne citer qu'un exemple des travaux menés à l'époque, la salle d'asile² est au cœur de réflexions pédagogiques, sanitaires et sociales.

Le début du 20^e siècle est marqué par l'émergence de structures culturelles spécifiques à l'enfant, telle la bibliothèque enfantine « Heure joyeuse » ouverte en 1924 à Paris. L'intérêt croissant pour les enfants s'intensifie particulièrement dans les années 1950, à la fin du deuxième conflit mondial, et plus spécifiquement dans les années 1970 (BASS et autres 2003). Les théories « psy » des années 1950 et 1970 accélèrent ce mouvement. Selon ces théories, l'enfant « n'est plus considéré comme une page blanche sur laquelle viendraient s'inscrire les effets de l'éducation et de l'apprentissage, mais pourvu d'un psychisme et, dans le meilleur des cas, d'un inconscient. » (PETITOT 2003, p. 9)

Dans les années 1990 et 2000, bon nombre d'études, colloques et essais s'interrogent sur les effets des objets du quotidien sur la vie des enfants (télévision, ordinateur, console de jeu, etc.), et privilégient la dimension psychologique. Les enfants y sont perçus comme des êtres qu'il faut protéger pour les uns, ou éduquer pour les autres.

La personnalité enfantine a ainsi émergé entre la fin du 17^e siècle et le début du 20^e siècle, faisant encore aujourd'hui l'objet de débats, notamment au sujet de la sphère médiatique.

2.2 ... à celle des publics

Les premiers discours portant sur la violence des images en France ont sans doute eu lieu dès les débuts de la diffusion des programmes audiovisuels. Déjà *Thierry la Fronde* faisait l'objet de tels débats. Cela dit, plus que l'accusation d'un genre télévisuel, les débats dans la sphère publique soulèvent régulièrement la question de l'influence des écrans et de leur impact sur les enfants. Politiciens, éducateurs, chercheurs dans de nombreuses disciplines des sciences humaines et sociales (sciences de l'information et de la communication, sociologie, psychologie, psychiatrie), mais aussi membres du CSA³ débattent sur les émissions de télévision, les évaluent afin de fournir des cadres de protection et de lecture aux enfants et aux parents.

Les travaux ancrés en sciences de l'information et de la communication développent davantage le traitement de la violence dans les médias, à travers des cas spécifiques et délimités, comme celui des attentats du 11 septembre 2001 pour Aurélia Lamy (2005) ou la question de l'articulation entre image et son dans le traitement des attentats de 1995 à Oklahoma City (aux États-Unis) et à Saint-Michel (en France) par Mélusine Harlé (1998). Ce sont les travaux en sociologie qui abordent la question de la violence à la télévision dans une articulation entre enjeux économiques et responsabilités sociales (FRAU-MEIGS 1997) ou en référence à la question de la régulation de l'audiovisuel en France (DAGNAUD 2003).

Les psychologues et psychiatres s'intéressant au sujet de la violence à la télévision cherchent à montrer l'influence des programmes sur les comportements, mais également les peurs et les

² Les salles d'asile sont des institutions accueillant des enfants âgés de 18 mois à 7 ans. Créées en 1828, elles prennent le nom d'école maternelle en 1881.

³ Conseil supérieur de l'audiovisuel.

angoisses générées par de telles images. Dès lors qu'ils s'intéressent aux publics enfantins, certains décrivent la télévision comme sujette à « la manipulation précoce des enfants » (LURCAT 2002, p. 23).

D'autres discussions portant sur la télévision sont issues de ces dernières représentations. Les conclusions de ces rencontres, qui mêlent à la fois des élus et des responsables institutionnels, décrivent les jeunes téléspectateurs comme des êtres sensibles à certaines images, mais toutefois capables de décrypter l'information et l'ensemble des images télévisées (CLUZEL 2003).

Ainsi, les positions sur la violence des images et sur les effets des images télévisées de façon plus générale conduisent, d'une part, à l'évaluation des programmes audiovisuels par des acteurs majoritairement extérieurs aux diffuseurs et aux autres entreprises audiovisuelles et, d'autre part, elles véhiculent une double figure contradictoire de l'enfant, celle d'un être faible face aux images et celle d'un être compétent.

Par ailleurs, les diffuseurs sont souvent les grands absents de ces débats et de ces questionnements. Leur présence ou leur prise d'initiative sur ces questions sont alors liées à un positionnement multiple : à la fois politique, économique et éducatif, comme c'est le cas de Cap Canal⁴.

Aussi, ces débats ne traitent pas des pratiques télévisuelles des enfants les plus jeunes ni de leur caractérisation.

C'est pourquoi à l'issue de cette première lecture des enjeux de la relation « télévision/enfants », nous recentrons notre questionnement sur les pratiques télévisées des enfants âgés de 3 à 6 ans. Comment peuvent-elles être caractérisées? Ces enfants sont-ils aussi passifs que certains spécialistes en psychanalyse l'affirment? Ou leurs pratiques révèlent-elles des caractéristiques propres à celle de n'importe quel autre public?

3. Hypothèses de travail

Pour répondre à notre problématique, nous proposons d'articuler notre réflexion autour de trois hypothèses de travail : d'abord, la première tente de différencier audience et public et de voir en quoi cette différenciation peut éclairer la caractérisation des pratiques télévisuelles préscolaires. Puis, la deuxième hypothèse de travail s'appuie sur une définition des publics proposée par Daniel Dayan (2000) et, enfin, la troisième hypothèse est développée à partir de la question des communautés de public, traitée notamment par Dominique Pasquier (1999) en France.

3.1 *Audience vs public*

Les travaux de plusieurs auteurs abordent la question de la différenciation entre audience et public et, plus exactement, du rapport qu'entretient la notion de public avec celle d'audience (DAYAN 2000; BOURDON 2004).

⁴Cap Canal est une chaîne de télévision lyonnaise. Elle a été le premier diffuseur d'émissions pour enfants de 3 à 6 ans en France. Dirigée en 2010 par Philippe Meirieu (chercheur en sciences de l'éducation, il a d'abord intégré la chaîne en tant que responsable pédagogique), la chaîne est née de la volonté politique de la Mairie de Lyon (en 1991).

La notion de public renvoie à deux origines possibles : le substantif et l'adjectif. Le substantif renvoie à une « substance » publique, « à des identités relativement reconnaissables, éventuellement éphémères, mais suffisamment stables pour être décrites » (DAYAN 2000, p. 430). La dimension adjectivale fait référence à des comportements et des opinions rendus publics par rapport à ceux qui seraient privés, c'est-à-dire privés de publicités. Ainsi, la notion de public consiste à voir et à être vu. Pour Dayan, être public consiste à se livrer à une performance. L'adjectif « public » montre donc l'activité de ses membres, et non pas sa passivité.

La notion d'audience comporte des ambiguïtés, selon qu'elle soit employée par des chercheurs anglo-saxons ou français :

en français, [...] la notion de « public » sert de terme générique et la notion d'« audience » se présente comme un terme marqué. En anglais en revanche, c'est la notion d'« audience » qui sert de degré – zéro, et la notion de « public » qui se présenterait comme une forme d'audience particulière et valorisée (DAYAN 2000, p. 432).

Aussi, il paraît difficile d'opposer audience et public, car cette opposition ne va pas de soi. D'abord, audiences et publics sont souvent composés des mêmes spectateurs. Ensuite, une telle distinction repose sur un acte d'évaluation. En effet, un public ne peut exister que sous forme réflexive : « Son existence passe par une capacité à s'auto-imaginer, par des modes de représentation du collectif, par des ratifications de l'appartenance. » (*ibid.*, p. 433)

Enfin, les audiences peuvent masquer des publics. Pour Dayan, elles peuvent même se transformer en public. Toutefois, les chaînes ne s'intéressent pas aux publics, mais uniquement aux audiences. Sabine Chalvon-Demersay (1999) précise notamment que les programmeurs ne se soucient pas de la réception des audiences ni du sens qu'elles attribuent aux contenus.

Les questions soulevées par cette hypothèse de travail sont les suivantes : les téléspectateurs préscolaires constituent-ils une audience ou un public? Ou les deux à la fois?

3.2 Caractéristiques d'un public

Afin de déterminer la réception des téléspectateurs préscolaires et de pouvoir notamment évaluer sa caractérisation en tant que public, nous proposons d'appuyer notre développement sur les caractéristiques dégagées par Dayan.

L'auteur met en évidence cinq attributs du public. Le premier attribut définit le public par un certain type de sociabilité qu'il engage et par un minimum de stabilité. Dans la mesure où les enfants âgés de 3 à 6 ans commencent le développement de leur sociabilité, l'évaluation des jeunes téléspectateurs à partir de cet attribut nous paraît complexe. Est-ce à dire que ces téléspectateurs ne peuvent constituer un public du fait d'une sociabilité peu développée liée à leur âge? Leur développement social peut-il constituer à lui seul un frein à cette définition? Cette sociabilité du tout-petit, à savoir sa capacité à évoluer en société et à pénétrer au sein de nouveaux réseaux sociaux, est en construction et ne peut être évaluée en fonction de notre propre représentation de la sociabilité des adultes. Aussi, l'évaluation de cet attribut repose à notre sens

sur l'observation de la sociabilité des tout-petits dans les lieux de son expression : sa famille et l'école essentiellement.

Le deuxième attribut proposé par Dayan pour caractériser le public est la capacité de délibération interne de celui-ci. Cette délibération est liée à la sociabilité.

Le troisième attribut du public est sa capacité de performance. Selon Dayan, le public « procède à des présentations-de-soi, face à d'autres publics » (DAYAN op.cit., p. 433).

Le quatrième attribut d'un public rapporté par Dayan se manifeste par une disposition à défendre certaines valeurs « en référence à un bien commun ou à un univers symbolique partagé » (ibid., p. 433).

Le cinquième attribut d'un public est sa capacité à traduire ses goûts en demandes. Cet attribut soulève plusieurs questions : dans quelle mesure un enfant âgé de 3 à 6 ans qui ne possède ni la capacité de lire ni celle d'écrire peut-il traduire ses goûts et auprès de qui peut-il le faire?

Par conséquent, quelles sont les caractéristiques d'un public auxquelles les téléspectateurs d'âge préscolaire répondent?

3.3 Les communautés de public

La question de la « communauté sociale », à partir de laquelle Dominique Pasquier (1999) a mené son étude de réception sur la série télévisée *Hélène et les garçons*, s'articule d'abord autour de la notion de « communauté », terme polysémique utilisé en sociologie pour désigner différentes situations sociales (SCHRECKER 2006, p. 11).

En France, la notion décrit un groupe social plus ou moins circonscrit partageant « une caractéristique unique, très souvent matérialisé par des liens institutionnels (une communauté religieuse, la communauté homosexuelle, la communauté maghrébine) » (ibid., p. 11).

La communauté sociale se caractérise donc par la référence à un groupe d'individus nourrissant des relations sociales et des échanges par des expériences.

Les communautés de public, quant à elles, correspondent à des communautés d'interprétation. Dans *La culture des sentiments*, Pasquier (1999) met en évidence quatre données propres à ces publics. D'abord, les fans ont le sentiment d'appartenir à une communauté imaginée. Ensuite, les membres de la communauté de fans ont la capacité de faire des demandes ou des injonctions narratives, notamment par le biais de courriers envoyés aux comédiens ou aux scénaristes eux-mêmes. Pasquier a également observé l'apparition d'une sociabilité directe entre les membres de la communauté : « Les séries télévisées pour adolescents constituent un terrain privilégié pour s'initier aux règles de ce jeu social. » (PASQUIER 2002, p. 39) Enfin, les communautés de publics se caractérisent par l'existence d'une dimension de performance. Cela signifie que le travail de présentation de soi fait partie intégrante de la position spectatorielle elle-même.

En d'autres termes, on retrouve dans le travail de Dominique Pasquier (1999) plusieurs caractéristiques du public proposées par Daniel Dayan (2000).

Le travail mené par Pasquier (1999) montre aussi que la famille constitue le premier cercle de sociabilité télévisuelle, bien que la télévision fasse « ensuite l'objet d'échanges dans une multitude d'autres communautés sociales, à l'école, sur le lieu de travail, dans le voisinage, dans les lieux de loisirs ou de vacances. » (PASQUIER 1999, p. 177)

Ainsi, la communauté sociale n'existe que si elle donne lieu à des interactions entre ses membres et à une dynamique sociale.

La troisième hypothèse de travail porte à s'interroger sur l'existence de communautés de publics préscolaires.

4. Méthodologie employée et justifications

L'étude de la réception des téléspectateurs préscolaires s'est appuyée sur des entretiens semi-directifs auprès de différentes catégories d'acteurs.

D'abord, les entretiens avec les enfants⁵ ont été restreints à un lieu : l'école. Les entretiens ont été menés dans deux écoles en Isère : l'une en milieu rural (Fures, 38) et l'autre en milieu citadin (Échirolles, 38), ce qui représente quatre classes de 25 enfants. Dans chaque école, nous avons réalisé des entretiens collectifs auprès de deux classes (petite et moyenne-grande section). Nous avons choisi d'étudier la réception dans les écoles afin de limiter l'influence des parents et de l'entourage sur les enfants. De plus, ce lieu est rassurant pour les enfants. En outre, le choix de conduire des entretiens collectifs est justifié par le fait que la population étudiée a besoin de se trouver dans un cadre rassurant pour se livrer. Seul face à une inconnue, l'enfant préscolaire est réservé. Aussi, entouré de ses pairs, le tout-petit confie plus facilement ses impressions et ses sentiments.

Les entretiens semi-directifs ont été également mis en œuvre auprès de parents (trois mères et deux pères) dans le but d'étudier leur propre représentation des pratiques télévisuelles des enfants et d'analyser leur rôle dans les pratiques des enfants.

Nous avons également employé cette méthode auprès des acteurs de la filière audiovisuelle afin de déterminer les stratégies mises en œuvre par les diffuseurs (TF1 et Cap Canal), les producteurs (quatre producteurs lyonnais) et les réalisateurs, notamment dans l'écriture des programmes télévisés. En d'autres termes, il s'agissait de s'interroger sur les représentations des jeunes téléspectateurs pour la filière audiovisuelle.

⁵ Les enfants interrogés sont âgés de 3 à 6 ans.

5. Résultats et interprétations

5.1 Les audiences imaginées

La construction des grilles de programmes – qui constitue le cœur de l'activité des chaînes – est un point stratégique reposant à la fois sur des critères quantifiables (budget, mesure d'audiences, temps disponible pour la jeunesse, licensing et produits dérivés) et des éléments intuitifs. Les audiences préscolaires sont donc imaginées par les responsables de programmation à partir de tels critères.

Nous avons ainsi observé deux cas de figure, celui de TF1 et celui de Cap Canal.

Pour TF1, malgré le choix de séries reposant sur un cahier des charges assez précis⁶, il arrive à la programmatrice jeunesse d'écarter certaines séries avant de se raviser. C'est le cas pour *Dora l'exploratrice*. Présentée par le producteur Nickelodeon à l'équipe de Dominique Poussier, cette série n'a pas été sélectionnée par le programmeur, laissant Tiji en faire l'acquisition. Devant le succès rapide de la série télévisée, les « collaborateurs [...] » ont demandé [à Dominique Poussier] de l'acheter. Leurs enfants étaient scotchés devant. »

Pour anticiper et conforter le choix de programmation de l'équipe de TF1 jeunesse, celle-ci s'appuie sur des critères quantifiables : études de médiamétrie, études du cabinet Junior City⁷, etc. Dominique Poussier fait également place à des points de vue plus intuitifs dans le choix des programmes : « Nous avons tous ou avons eu des enfants. Nous imaginons alors facilement ce qui leur plaît. Mes collaborateurs ont également de très jeunes enfants. »

Par ailleurs, ces éléments intuitifs en complètent d'autres, quantifiables, mais toutefois incomplets, afin de choisir un programme. En effet, les études d'audience menées par les instituts de sondage sur les enfants ne comprennent qu'une tranche d'âge de 4 à 10 ans. Or les textes réglementaires permettent de proposer des programmes audiovisuels jeunesse à partir de trois ans. Si l'on s'intéresse au cas de TF1, on observe que la chaîne s'adresse à une cible jeunesse âgée de 4 à 10 ans, répartie (par la chaîne) en trois tranches d'âge (4-6 ans, 6-8 ans et 8-10 ans), pour qui les apprentissages scolaires et les capacités de lecture diffèrent.

Enfin, les critères éducatifs et sociaux, renforcés par le cadre réglementaire, pèsent aujourd'hui lourd dans le métier de programmeur. Selon Dominique Poussier, « quand on s'adresse aux enfants aujourd'hui, on a des responsabilités énormes ».

Cécile Taillandier, directrice de la chaîne publique Cap Canal de 1991 à 2008, confirme ces propos. Toutefois, la construction de l'audience préscolaire par cette chaîne diffère de celle de TF1. Dès sa création en 1991, la chaîne s'est positionnée auprès des audiences préscolaires,

⁶ La construction des grilles repose à la fois sur des acquisitions (15 millions d'euros) et des coproductions françaises (10 millions d'euros). Par ailleurs, la chaîne préfère privilégier les formats courts, estimant « prendre moins de risques sur un 26 minutes pour une série » (Dominique Poussier, TF1, le 20 novembre 2007).

⁷ Junior City est un cabinet d'experts en marketing spécialisé sur les populations âgées de 0 à 25 ans (<http://www.juniorcity.fr>, consulté le 20 janvier 2010). Dominique Poussier s'appuie sur la méthodologie de l'Observatoire des cours de récréation mis en place par le groupe.

constatant que les enfants de cette tranche d'âge (3-6 ans) regardaient la télévision, mais n'y trouvaient pas de programmes spécifiques.

Par ailleurs, l'objectif de la chaîne dès sa création a été « d'éduquer à l'image par l'image ». En d'autres termes, les téléspectateurs d'âge préscolaire sont donc perçus dans une activité de réception. Ils ne constituent pas seulement des audiences, mais aussi des publics aux yeux de la responsable de la chaîne.

En outre, les producteurs interrogés dans le cadre de notre étude empirique (Acte Public, Chromatiques, On Stage, Séquence Prod⁸) indiquent leur objectif de « donner du sens » à ce qu'ils produisent. Ainsi, l'enfant est perçu comme capable de comprendre et de lire ce que le producteur et le diffuseur lui donneront à voir.

Si la première approche de l'audience passe par l'écriture des programmes audiovisuels, il ne semble pas exister de normes de travail et de méthodes prédéfinies pour qu'un adulte écrive à destination des audiences préscolaires.

Yves Bénitah⁹, producteur mais aussi réalisateur, explique à ce propos « [qu'on] essaie d'avoir en permanence à l'esprit comment un enfant peut percevoir un certain nombre de choses. [...] Comment faire passer l'information? » Car il ajoute qu'il s'agit d'un « public qu'il ne faut pas mépriser. »

Par conséquent, pour les programmeurs, les constructions des audiences préscolaires répondent à des enjeux multiples. TF1 construit sa programmation en s'appuyant sur des indicateurs chiffrés : statistiques et budget prévisionnel. Ces indicateurs permettent de réduire les risques des choix des programmes, lesquels reposent en partie sur des points de vue intuitifs.

Ce dernier élément est d'ailleurs commun à l'ensemble des acteurs de la filière audiovisuelle : réalisateurs, producteurs et programmeurs construisent les audiences préscolaires d'après des éléments intuitifs dont leur propre expérience de parent et d'enfant est l'exemple récurrent. De plus, cette conception s'accompagne, pour les programmeurs, de ce qui semble être la prise de conscience d'une responsabilité dans la protection des enfants à l'égard de certaines images. Les réalisateurs et les producteurs y ajoutent une question de format des produits audiovisuels qui est étroitement liée aux capacités des téléspectateurs préscolaires. Le discours récurrent des personnes interrogées sur la question des prérequis de cette population montre une construction spécifique des produits audiovisuels.

En amont de la diffusion d'un programme, les audiences préscolaires sont donc imaginées par des acteurs de la filière audiovisuelle, mais elles le sont également par leurs propres parents.

Les entretiens menés auprès des pères montrent une inclination de leur part à proposer et à éveiller de nouvelles compétences chez leurs enfants. Ils montrent un véritable attachement à leurs responsabilités, responsabilités qui se situent davantage dans un registre éducatif que

⁸ Ces quatre maisons de production audiovisuelle travaillent notamment avec la chaîne lyonnaise Cap Canal et sont basées dans l'agglomération lyonnaise.

⁹ Entretien mené le 11 mars 2008.

protecteur. Il n'a d'ailleurs pas été question de ce dernier thème au cours des entretiens avec les pères.

Les mères s'expriment différemment des pères sur leur relation à la télévision et sur ce qu'elles souhaitent pour leurs enfants. Trois thèmes sont récurrents dans les trois entretiens : celui de la violence des images et de la protection des enfants face à des images inappropriées, celui du contrôle des pratiques de la télévision par les enfants et, enfin, celui de l'accompagnement de la mère dans les pratiques des enfants.

Plusieurs postures ont été relevées concernant le premier thème. D'abord, les mères sélectionnent les séries télévisées qu'elles jugent appropriées pour leurs enfants. Également, devant des programmes qui ne sont pas destinés spécifiquement aux audiences préscolaires (tels que des documentaires animaliers grand public), les parents déclarent entamer un dialogue afin d'expliquer les images et de rassurer les enfants.

Le deuxième thème montre que le contrôle des pratiques télévisuelles s'adapte en fonction des aptitudes des enfants. Toutefois, les mères sont partagées entre le contrôle de la télévision et les possibilités d'apprentissage et « d'ouverture sur le monde » du média.

Enfin, en ce qui concerne le dernier thème, on observe que l'accompagnement des mères ne se caractérise pas par une présence physique aux côtés des enfants, mais par une surveillance et une incitation à choisir les programmes. Les mères rencontrées déclarent jouer un rôle dans la construction de la réception des enfants préscolaires.

Les entretiens soulignent donc une double représentation des enfants préscolaires qui oscille entre une audience idéalisée et leurs pratiques réelles. Les parents ont en effet conscience que certaines images peuvent ne pas être appropriées pour leurs enfants et ils souhaitent les en protéger. Toutefois, ils perçoivent également que leurs enfants peuvent ne pas souhaiter regarder certaines séries.

Enfin ces considérations n'ont pu être confrontées à une observation dans les familles. En d'autres termes, les parents se présentent comme des modèles de parents qui encadrent les activités télévisuelles de leurs enfants.

Or quelles sont les pratiques réelles des enfants d'âge préscolaire? Comment se perçoivent-ils?

5.2 Les presque-publics préscolaires

Les enfants se reconnaissent-ils comme « public de »? Plusieurs indices montrent des pratiques s'apparentant à celles de publics. Pour plus de clarté, nos propos s'articuleront à partir de la définition proposée par Daniel Dayan (2000) et rappelée plus haut.

Nous nous sommes interrogée sur la pertinence du premier attribut qui définit le public par un certain type de sociabilité qu'il engage. La confirmation de cet attribut est partielle. Timidité, régulation trop importante du groupe ou inexistence de sociabilité pour les enfants de 3 et 4 ans?

Les résultats des entretiens en groupe ne confirment pas cet indicateur auprès des plus jeunes. En revanche, l'observation des plus grands (5 et 6 ans) confirme cet attribut.

Lors de nos entretiens à l'école de Fures¹⁰, deux enfants ont échangé spontanément sur les matchs de catches qu'ils regardent à la télévision. Apparemment, ces discussions semblent fréquentes d'après l'institutrice, qui sanctionne souvent les enfants pour des jeux avec des cartes de catcheurs en dehors des récréations. La méthodologie répond partiellement sur ce point à la définition du public, mais ne l'infirmes pas.

Le deuxième attribut proposé par Dayan pour caractériser le public est la capacité de délibération interne de celui-ci. Dans le milieu familial, les représentations des parents montrent que les enfants âgés de 3 à 6 ans participent spontanément à certaines discussions sur les programmes, avec leurs fratries et les parents notamment. En l'absence d'une observation à ce niveau, il nous paraît difficile de confirmer ces propos. En revanche, l'observation des enfants lors de nos entretiens dans les écoles montre une capacité d'échanges entre les enfants, confirmant cet attribut. En d'autres termes, les enfants sont capables d'échanger avec leurs pairs sur des contenus audiovisuels et sans interférence des adultes. Deux éléments lors de nos entretiens confirment cette idée : la discussion de deux petits garçons au sujet de matchs de catches et les échanges de plusieurs enfants au sujet de *Plus belle la vie*.

Le troisième attribut du public est sa capacité de performance. Selon Dayan, le public « procède à des présentations-de-soi, face à d'autres publics » (DAYAN 2000, p. 433). Nos observations sur cet attribut sont multiples, mais nous avons choisi de ne retenir que les comportements des enfants qui n'avaient pas été influencés par nos propos ou ceux d'un autre adulte. En effet, les simples déclarations des enfants concernant leur expérience télévisuelle étaient induites par notre méthodologie. Lors d'entretiens avec les parents, certains enfants allaient chercher des cassettes vidéo ou des DVD à la demande de leurs parents. En revanche, les deux observations rapportées plus haut au sujet des matchs de catches et de *Plus belle la vie*, ainsi qu'une troisième observation dans une famille montrent leurs capacités à se présenter comme « public de ».

Le quatrième attribut d'un public rapporté par Dayan se manifeste par « une disposition à défendre certaines valeurs en référence à un bien commun ou un univers symbolique partagé » (*ibid.*, p. 433). Les discussions des enfants répertoriées ne font pas l'objet de débats ou de confrontations assez développées pour constituer à notre sens une confirmation de cet attribut. Nous avons cherché à confirmer cet attribut par l'observation de la mise en avant de séries télévisées à travers la possession de produits dérivés, mais l'origine des achats des produits dérivés est variable selon les familles et ne permet pas de confirmer cet attribut.

Le cinquième attribut d'un public est sa capacité à traduire ses goûts en demandes « prolongeant ainsi la capacité de “commandes” des mécènes d'antan » (*ibid.*, p. 433). Nos observations montrent que les tout-petits sont capables de choisir leurs programmes selon leurs goûts et de demander à leurs parents de les regarder. Cela peut-il constituer une commande? Les pratiques des tout-petits étant régulées par leurs parents ou les membres de la fratrie, il paraît difficile d'évaluer cet attribut, qui ne peut être confirmé.

¹⁰ Entretiens menés le 23 juin 2009.

Enfin, un public ne peut exister que « sous forme réflexive. Son existence passe par une capacité à s'auto-imaginer, par des modes de représentation du collectif, par des ratifications de l'appartenance » (*ibid.*, p. 433). Nous avons noté lors de nos entretiens des différences entre les enfants âgés de 3 et 4 ans et ceux âgés de 5 et 6 ans qui sont en partie liées à leur développement intellectuel. Tous les enfants interrogés déclarent regarder des dessins animés. Pourtant, cela suffit-il à déterminer leur capacité à s'auto-imaginer « public de »? Ces déclarations nous permettent d'affirmer que l'audience¹¹ préscolaire existe.

D'ailleurs, si l'on prend appui sur ce même travail de Dayan, aucun public ne remplit l'ensemble des critères cités. Aussi, les téléspectateurs préscolaires peuvent être caractérisés de publics. Ils constituent donc à la fois des audiences et des publics.

5.3 *Les communautés de publics préscolaires*

Existe-t-il des communautés sociales au sein des publics préscolaires? Plusieurs nous indiquent cette existence, qui ne prend toutefois pas la même envergure que celle décrite dans le travail de Dominique Pasquier.

Les « communautés de fans » (PASQUIER 1999) ont été observées. En nous appuyant sur les travaux de Pasquier, nous précisons toutefois les particularités de ces communautés. La communauté de fans : « c'est bien sûr la communauté qui se met socialement en scène de la manière la plus visible. Le fan est quelqu'un qui se montre comme fan. » (PASQUIER 1999, p. 189)

En effet, lors d'entretiens avec des parents, par deux reprises leurs enfants (deux petits garçons) nous ont pris la main pour nous montrer leurs chambres : ils se déclaraient fans de *Spiderman* (figurines, jeux, cartables, trousse, vêtements, pyjamas ou encore draps de lit, jeux de cartes à échanger). À l'inverse des adolescents qui gèrent eux-mêmes cette appartenance, l'enfant d'âge préscolaire doit faire appel à ses parents pour pouvoir s'affirmer comme membre de la communauté. Ce sont les parents qui gèrent l'argent. Toutefois, au cours des entretiens de groupe et individuels, aucun enfant n'a affirmé ouvertement être à l'origine d'achats de produits avec ses héros préférés. Ils ont néanmoins précisé que ces objets étaient offerts lors d'occasions (anniversaire, rentrée des classes, fêtes de fin d'année). Par conséquent, le cercle familial contribue ou non à rendre possible l'existence de cette communauté de fans et à la légitimer. Les plus grands s'affirment davantage sur la question que les plus petits (les plus jeunes portent des vêtements avec le héros d'un programme, mais ne citent pas ce programme lors des entretiens).

Les communautés critiques n'ont en revanche pu être observées : peur d'être réprimandés par les institutrices? sérieux de l'exercice? ou tout simplement inexistence? Pasquier décrit les communautés critiques comme des communautés de publics différentes de celles des fans, dans le sens où ses membres « regardent la série en la trouvant insipide, débile et même parfois insupportable. C'est même pour toutes ces raisons qu'ils ne veulent pas rater un épisode. » (PASQUIER 1999, p. 204-205)

¹¹ Telle que décrite par Daniel Dayan, l'audience ne se caractérise ni par un impératif de sociabilité ou de stabilité, ni par une obligation de performance (elle reste confinée dans l'espace privé), ni par une référence nécessaire à un bien commun (Dayan 2000, p.433).

De même, nous n'avons pu observer les communautés parodiques, bien que plusieurs indices nous confirment l'existence de telles communautés (telles des vidéos disponibles en ligne de *Dora l'exploratrice* dont la bande sonore a été retravaillée). La communauté parodique concerne « des téléspectateurs suffisamment âgés et dotés en capital culturel pour bien se distinguer du public » (*ibid.*, p. 206) d'âge préscolaire.

Néanmoins, les auteurs des vidéos parodiques sont le plus souvent des adultes et ne correspondent pas à la population étudiée dans ce travail.

6. Conclusion et perspective de recherche

En d'autres termes, les entretiens menés auprès des acteurs de la filière audiovisuelle, des membres des familles et des enfants eux-mêmes montrent l'existence de publics préscolaires.

Ils font l'objet de précautions quant au contenu visionné, aussi bien de la part des instances étatiques que du contexte familial et par ailleurs des industries culturelles elles-mêmes. L'écriture de produits audiovisuels destinés aux tout-petits s'inscrit ainsi dans des négociations entre créateurs, producteurs et programmeurs, et cette négociation se retrouve aussi dans les pratiques des enfants, qui sollicitent leur entourage.

Par ailleurs, il nous semble opportun de replacer l'émergence de ce public spécifique dans son contexte sociohistorique. L'enfant, plus précisément le tout-petit, est reconnu en tant qu'individu ayant des droits et auprès duquel son entourage a des devoirs. Au cœur d'enjeux sociaux, économiques et juridiques, les tout-petits sont non seulement immergés dans un ensemble de dispositifs où les citoyens, les éducateurs, les responsables politiques et eux-mêmes jouent un rôle, mais ils sont aussi l'objet de démarches créatives, marketing et communicationnelles spécifiques.

Par conséquent, la construction des produits audiovisuels destinés aux enfants d'âge préscolaire ne dépend pas seulement d'enjeux économiques et politiques, mais aussi d'une conception de l'enfant préscolaire dans la société française. Les téléspectateurs préscolaires constituent à la fois des audiences imaginées et des publics.

Toutefois, l'analyse de la réception (menée dans le cadre de notre étude) doit être complétée par l'observation des pratiques dans les familles, notamment afin de pouvoir confirmer les déclarations des enfants. Des entretiens avec les membres de la structure familiale, particulièrement avec la fratrie, doivent être menés afin de confirmer les pratiques des téléspectateurs préscolaires et d'infirmier ou de confirmer sa caractérisation en tant que public.

En classe, le dispositif que nous avons mis en œuvre doit être affiné. Le travail mené par une personne seule est incomplet. Une deuxième personne serait nécessaire afin de noter les réflexions des autres enfants et observer leurs réactions.

Ainsi, la perspective de recherche proposée à l'issue de cet exposé porte sur l'étude de réception dans les lieux de vie des enfants d'âge préscolaire. Plusieurs hypothèses sont à l'origine de cette

perspective. D'abord, l'hypothèse selon laquelle les téléspectateurs d'âge préscolaire ne regardent pas seuls la télévision, mais qu'ils sont accompagnés par leurs parents et les membres de leur entourage. Ensuite, une autre hypothèse serait que les parents peuvent se substituer aux programmeurs pour encadrer les pratiques de leurs enfants (notamment en proposant des montages ou des cassettes préenregistrées à leurs enfants). Enfin, pour vérifier ces hypothèses, nous proposons, conjointement à une observation dans les familles d'enfants préscolaires, des entretiens avec ces mêmes enfants dans leurs écoles.

Bibliographie

- ARIES, Philippe (1975). *L'enfant et la vie familiale sous l'Ancien régime*, Paris, Édition du Seuil, 316 p.
- BASS, Denise et autres (2003). *Mais où est donc passé l'enfant?*, Ramonville-Saint-Agne, Erès, 190 p.
- BAUDIER, Anne et Céleste BERNADETTE (2005). *Le développement affectif et social du jeune enfant*, 2^e édition, Paris, Armand Colin, 185 p.
- BECCHI, Egle et Dominique JULIA (1998). *Histoire de l'enfance en Occident*, Tome 2, Paris, Seuil, 516 p.
- BOURDON, Jérôme (2004). « La triple invention : comment faire l'histoire du public? », *Le temps des médias*, n° 3, p. 12-25.
- CABINET JUNIOR CITY. *Groupe d'experts jeunesse Junior city, une équipe d'experts du marketing spécifique de la jeunesse*, [En ligne], <http://www.juniorcity.fr> (page consultée le 20 janvier 2010).
- CHALVON-DEMERSAY, Sabine. (1999). « La culture médiatique aux XIX^e et XX^e siècles : approche sociologique des études de réception », *Dossiers de l'ORM*, 17, n° 6, p.49-88.
- CLUZEL, Jean (dir.) (2003). *Jeunes, éducation et violence à la télévision : actes du colloque, 29 avril 2003*, Paris, Presses universitaires de France, 92 p.
- DAGNAUD, Monique (2003). *Enfants, consommation et publicité télévisée*, Paris, la Documentation française, 106 p.
- DAYAN, Daniel (2000). « Le presque public », *Réseaux*, vol.18, n° 100, p. 427-456.
- DE SINGLY, François (1996). « Trois thèses sur la famille contemporaine », *Familles et politiques sociales*, sous la direction de Didier Le Gall et Claude Martin, Paris, L'Harmattan, p. 57-67.
- FRAU-MEIGS, Divina et Sophie JEHEL (1997). *Les écrans de la violence : enjeux économiques et responsabilités sociales*, Paris, Economica, 264 p.
- HARLE, Mélusine (1998). *Attentats et télévision : paroles et images*, Paris, Bruxelles, De Boeck Université, 162 p.
- LAMY, Aurélia (2005). *La médiatisation de l'« Apocalypse » : le traitement médiatique des attentats du 11 septembre 2001 aux États-Unis dans la presse et à la télévision française (11-18 septembre 2001)*, Thèse (Ph. D.), Bordeaux 3, 719 p.
- LUC, Jean-Noël (2000). « L'Invention du jeune enfant au XIX^e siècle. De la salle d'asile à l'école maternelle », *Histoire, économie et société*, vol.19, n° 4, p. 631-632.
- LURCAT, Liliane (2002). *La manipulation des enfants : nos enfants face à la violence des images*, Monaco, Éd. du Rocher, 209 p.
- MONDOLONI, Émilie (2010). *Télévision et publics préscolaires : de la réception et des enjeux industriels et politiques*, Thèse (Ph. D.), Grenoble, 600 p.
- PASQUIER, Dominique (2002). « Les “savoirs minuscules”, le rôle des médias dans l'exploration des identités de sexe », *Éducation et Sociétés*, n° 10, février, p. 35-44.
- PASQUIER, Dominique (1999). *La culture des sentiments : l'expérience télévisuelle des adolescentes*, Paris, Maison des sciences de l'homme, 236 p.
- PETITOT, Françoise (2003). « De l'enfant-roi à l'enfant victime : L'enfant oublié », *Mais où est donc passé l'enfant?*, sous la direction de Denise Bass, Denis Collot, Pascale Mignon et Françoise Petitot, Ramonville-Saint-Agne, Erès, p. 7-11.
- SCHRECKER, Cherry (2006). *La communauté, Histoire critique d'un concept dans la sociologie anglo-saxonne*, Paris, L'Harmattan, 283 p.