

Publictionnaire

Dictionnaire encyclopédique et critique des Publics

Mehl (Dominique)

Sophie Dubec

Référence électronique

Sophie Dubec, Mehl (Dominique). *Publictionnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics*. Mis en ligne le 26 février 2020. Accès : <http://publictionnaire.huma-num.fr/notice/mehl-dominique/>

Le Publictionnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics est un dictionnaire collaboratif en ligne sous la responsabilité du Centre de recherche sur les médiations (Crem, Université de Lorraine) ayant pour ambition de clarifier la terminologie et le profit heuristique des concepts relatifs à la notion de public et aux méthodes d'analyse des publics pour en proposer une cartographie critique et encyclopédique.

Accès : <http://publictionnaire.huma-num.fr>

Cette notice est mise à disposition selon les termes de la licence Creative Commons Attribution - Pas d'utilisation commerciale - Pas de modification 3.0 France. Pour voir une copie de cette licence, visitez <http://creativecommons.org/licenses/by-ncnd/3.0/fr/> ou écrivez à Creative Commons, PO Box 1866, Mountain View, CA 94042, USA.



Mehl (Dominique)

La télévision et ses publics au prisme de l'intimité

Dominique Mehl est une sociologue française, directrice de recherche émérite au CNRS et membre honoraire du Centre d'étude des mouvements sociaux (CEMS) – une unité de recherche créée par Alain Touraine et qui s'est attelée, depuis les années 1980, à produire des enquêtes sur l'espace public, la formation des problèmes publics ou encore les métamorphoses de la question sociale. Ses recherches portent sur deux champs d'étude principaux : la sociologie de la procréation et de la bioéthique d'une part, la sociologie des médias d'autre part. La notice propose de se concentrer sur le second pôle de son travail afin de mettre en lumière la contribution importante qu'il constitue pour les études françaises sur la télévision.



Couverture de l'ouvrage de Dominique Mehl, 1996, *La Télévision de l'intimité*, Paris, Éd. Le Seuil.

Présent dans la recherche anglo-saxonne depuis les années 1930, le petit écran ne devient un objet d'étude en France qu'à partir des années 1960. Il souffre toujours d'une illégitimité culturelle forte, et il est appréhendé par le prisme de ses effets (supposés forts). Il faut attendre la fin des années 1980 pour qu'émerge une véritable sociologie de la télévision, notamment impulsée par les activités et travaux de Daniel Dayan (Ségur, 2019). La mise à distance du paradigme critique permet alors le développement d'analyses compréhensives des programmes comme des réceptions télévisuels, analyses parmi lesquelles figurent les travaux de D. Mehl. Membre – à l'instar de Sabine Chalvon-Demersay et de Dominique Pasquier – du groupement de recherche « Communication » du CNRS, la sociologue compte parmi les chercheur-euse-s ayant contribué à renouveler en profondeur les approches de la

télévision et de ses publics au cours des années 1990 (Séguir, 2010).

D. Mehl effectue ses recherches dans le contexte de la fin des années 1980-début des années 1990, lorsque la « libéralisation » du paysage audiovisuel français fait craindre une détérioration inéluctable des contenus. Étudiant le petit écran par le prisme de ses programmes, la sociologue donne de ses transformations un éclairage nouveau. Elle récuse la possibilité de concevoir la télévision de façon uniforme, et se saisit – de façon aussi apaisée que rigoureuse – des émissions du « moi » (*talk-show*, *reality-show*, télé-réalité) pour analyser leurs racines sociales contemporaines. Ce faisant, le petit écran n'est plus abordé comme un lieu de décadence culturelle mais comme un catalyseur social, traduisant des mutations de l'espace public. Enfin, les recherches de D. Mehl abordent, quoique de façon souvent indirecte, la question des publics de télévision. On rendra compte de cette dimension en revenant sur trois « figures » qui se dégagent à la lecture de ses écrits : le public à l'écran, le public critique, et le public – invisible mais – mobilisé par le processus de réception propre à la télévision de l'intimité.

Déconstruire le discours sur le déclin de la télévision : sortir de l'économisme et de l'élitisme

Depuis le milieu des années 1980, la télévision se transforme avec la prolifération de programmes mettant en leur centre des quidams, leurs préoccupations personnelles et leurs affects. *Psy show* (1983), *Perdu de vue* (1990), *L'Amour en danger* (1991), *Bas les masques* (1992), *Témoin n° 1* (1993), *Ça se discute* (1994) ... Loin de passer inaperçues, ces émissions suscitent peurs et récriminations. Comme on l'a signalé, elles seraient le produit de la libéralisation du paysage audiovisuel français qui, désormais affranchi de sa tutelle publique et entré en régime de concurrence, aurait abandonné toute volonté de servir le bien collectif.

Bien entendu, les transformations institutionnelles et économiques que connaît la télévision depuis les années 1970 ne sont pas sans effet sur les contenus diffusés. Toutefois, le rapport de cause à effet établi entre « télévision commerciale » et « détérioration des programmes » prête à discussion. Pour D. Mehl (1992 : 15), cette explication possède une forte composante élitiste et « donne toute satisfaction à l'économisme le plus manichéen : les implacables lois du marché viennent contrecarrer les nobles aspirations culturelles ». Portée par des intellectuels souvent plus prompts à critiquer le petit écran qu'à le visionner, la thèse valorise en creux une conception particulière de la culture – « la “culture cultivée”, la “culture légitime”, celle qui est distinguée et sanctionnée par les cursus scolaires, élaborée et transmise par l'élite intellectuelle, véhiculée par les manuels officiels ou à travers les œuvres consacrées » (*ibid.* : 76) – et accorde peu d'importance à la « culture ethnographique » davantage représentée sur le petit écran.

D. Mehl propose, quant à elle, d'étudier la télévision par la base. Dans *La Fenêtre et le miroir*, publié en 1992, elle en analyse les programmes sous deux aspects principaux : en étudiant systématiquement les émissions (à l'exception des fictions) et en enregistrant ce qu'en disent les professionnels participant de leur conception (producteurs, réalisateurs, journalistes, responsables de chaînes, etc.). Ce matériau riche lui permet de récuser la vision uniforme de la télévision que construit la thèse du déclin. La sociologue met ainsi à distance la distinction entre paléo- et néo-télévision, d'abord soulignée par Umberto Eco (1932-2016 ; 1985) dans *La Guerre du faux*, puis reprise par Francesco Casetti et Roger Odin (1990) dans leur fameux

article « De la paléo- à la néo-télévision » dans *Communication*: à une télévision pédagogique, investie dans une relation asymétrique avec un public qu'elle se donne pour mission d'éduquer, aurait succédé une télévision mettant au premier plan la proximité, cela au risque de privilégier le contact au contenu. À la place, D. Mehl souligne la coexistence de quatre modèles télévisuels. La « télévision relationnelle », fondée avant tout sur une politique de la demande, vise à divertir et à instaurer une relation complice avec son auditoire. Pour sa part, la « télévision messagère », inscrite dans une dynamique de l'offre, propose des contenus visant à informer et à enrichir intellectuellement son public. Restent enfin la « télévision médiatrice », qui se conçoit comme un relai nécessaire entre les institutions et les citoyens, et la « télévision actrice » qui franchit un pas de plus pour devenir une protagoniste à part entière du jeu social.

Tout au long de cet ouvrage, la sociologue ne cesse d'insister sur la façon dont ces modèles se concurrencent, s'hybrident ou se rejoignent selon les chaînes et les programmes. Cependant, elle ne prétend pas nier les transformations en cours. Prenant acte du développement d'émissions promouvant des individus ordinaires et une parole privée, elle admet l'inscription de ces quatre modèles dans une dynamique diachronique : « Le message et la médiation imprim[e]nt leur marque à la première ère télévisuelle, tandis que la relation et l'action prennent leur élan et leur ampleur au cours de la deuxième ère débutant vers le début des années 1980, avec la diversification du “paysage audiovisuel” » (Mehl, 2002 : 94).

La « télévision de l'intimité » et ses typologies

Dans son ouvrage suivant, D. Mehl se consacre aux émissions tant décriées qui ne cessent de se développer à la télévision française. Elle les inspecte une nouvelle fois sous deux aspects : grâce à un visionnage systématique des programmes, et par le biais d'entretiens réalisés avec des professionnels ainsi qu'avec des acteurs sociaux et des actrices sociales. Au terme d'une enquête de deux ans, elle affirme la naissance depuis le milieu des années 1980 de la *Télévision de l'intimité* (1996). Cette dernière se caractérise par plusieurs transgressions : elle dévoile des secrets au grand jour, met en représentation des mœurs encore cachées, défie les limites de la pudeur, expose les problèmes relationnels et sort la démarche « psy » des cabinets de thérapeutes.

Sur la « télévision de l'intimité », D. Mehl a rédigé plusieurs textes. En 1994, cette télévision est caractérisée par deux éléments majeurs : la valorisation du témoignage privé, qui tend à devenir un élément central dans un nombre grandissant d'émissions, et la présence accrue de la parole profane, qui se généralise dans le domaine public au détriment des paroles expertes. Dans un article de 2008, qui résume et enrichit les analyses précédemment menées, cette définition articule désormais trois dimensions : le vécu (« les témoins de la télévision de l'intimité ou les acteurs de la télé réalité ne sont recrutés ni pour leurs idées, ni pour leurs opinions, ni pour leur savoir, ni pour leurs compétences. Ils sont invités sur les plateaux pour faire part de leur vécu dans la vie de tous les jours »), le personnel (« tous les acteurs de la télévision du moi ne parlent que d'eux-mêmes, de leur vie privée, de leur intimité, de leurs sentiments personnels, parfois aussi de leurs fantasmes et de leurs refoulements ») et le citoyen ordinaire (« auparavant [le témoin ordinaire] était invité à attester de la véracité d'un propos, d'une analyse, d'un diagnostic. [...] Aujourd'hui, dans ces programmes plus récents, le témoignage vaut pour lui-même. Il est à lui seul une opinion, une vérité de la société » ; Mehl, 2008 : 271-272).

Les typologies de la parole privée médiatisée évoluent également entre les publications. Dans son ouvrage de 1994, l'auteure en distingue quatre configurations : le « message personnel » désigne les situations où le média est utilisé pour délivrer un message privé ; le « verbe thérapeutique » qualifie les moments où la télévision remplit une fonction curative ; la « confession cathodique » – qui devient plus tard la « parole identitaire » (Mehl, 1998 : 176) – est employée pour référer aux émissions dévoilant une information concernant l'identité sociale ; le « message collectif » caractérise enfin les propos collectifs individuellement incarnés sur le petit écran. En 2008, la typologie comprend quatre modèles davantage situés dans le temps : les premiers sont liés aux émissions de *talk-show* et de *reality-show* quand les derniers sont associés aux émissions plus contemporaines de télé-réalité. La « télévision compassionnelle » est le premier d'entre eux : construite autour de figures de victimes venues exprimer publiquement leurs souffrances (*Psy show*, 1983 ; *Perdu de vue*, 1990 ; *L'Amour en danger*, 1991), elle invite les téléspectateurs à l'adoption d'une attitude empathique face au spectacle des multiples formes du mal-être individuel. Dans la « télévision identitaire », dont *Ça se discute* et *Jour après jour* (1994) sont des exemples emblématiques, des individus viennent sur les plateaux télé revendiquer et exposer leurs choix de vie, bénéficiant de l'écoute bienveillante d'un présentateur ou d'une présentatrice. Vient ensuite la « télévision relationnelle », focalisée sur les relations interindividuelles : la plupart des émissions fondées sur des scénarios à huis clos (*Loft Story*, 2001 ; *Greg Le Millionnaire*, 2003 etc.) entre dans cette catégorie, pour leur mise en spectacle d'interactions quotidiennes. La « télévision de la mise à l'épreuve de soi » (*Koh-Lanta*, 2001 ; *J'ai décidé de maigrir*, 2003 ; *Nouvelle Star*, 2003) est le dernier modèle. Elle orchestre des situations de compétition lors desquelles des individus visent le dépassement et le parachèvement de soi.

Les racines sociales de la télévision du moi

Dans les travaux de D. Mehl, la « télévision de l'intimité » n'est jamais abordée à l'aune d'une vision normative de ce que devrait être la société ; elle est au contraire perçue comme la conséquence de ses tensions, de ses problématiques, voire de ses échecs.

Cette fonction n'a pas toujours été assumée par le petit écran. Jusqu'au milieu des années 1980 : des reportages et des fictions mettaient en scène des situations et des problématiques de la vie quotidienne, dans le but d'instruire et de faire réfléchir le public. À partir des années 1990, la manière de faire et l'objectif évoluent : la télévision met en scène, en plateau, des individus invités à exprimer leurs souffrances, souvent de manière spectaculaire. Ace moment, « la télévision de l'intimité prend en charge les décalages entre certains modes de vie contemporains et les credo de la modernité. D'une certaine façon, elle accueille les malades de la modernité » (Mehl, 1996 : 211). Pour D. Mehl, la télévision de l'intimité est le symptôme d'une crise sociale généralisée : en proposant de remettre du lien dans des familles déchirées ou au sein d'un voisinage brouillé, « elle traduit la difficulté de la communication interpersonnelle dans une société qui se dit de communication généralisée » ; en accueillant les plaintes individuelles et en proposant de les panser, elle « exprime aussi le décalage entre l'ampleur du malaise psychique et la discrétion des institutions de soin » ; en venant en aide à des personnes marginalisées, elle « révèle également la défection des liens sociaux » ; en mettant en scène des phénomènes de recherches ou d'affirmation identitaire, elle « manifeste, par ailleurs, des difficultés à vivre la modernité culturelle » du fait du « déclin des grands repères normatifs » qui lui est lié ; en valorisant l'expérience profane, elle « signale, de surcroît, la crise du discours expert et la mise en cause de l'assurance pédagogique des

savants et des spécialistes » ; en devenant enfin un lieu de médiation entre des institutions souvent défaillantes et des citoyens mécontents, elle « souligne la faiblesse des corps intermédiaires » (Mehl, 1996 : 10-11).

La « télévision de l'intimité », notamment parce qu'elle cherche à intéresser et impliquer son public, trouve ses racines dans la société contemporaine. Elle en signale au moins quatre transformations significatives. Elle traduit premièrement l'importance prise par l'individualisme dans nos façons d'aborder le quotidien et ses épreuves. Ainsi le succès d'émissions consacrées à des mises en scène du « moi » est-il articulé à des sociétés au sein desquelles l'expérience individuelle est devenue un pilier de la construction identitaire, du fait de la déstabilisation des repères normatifs et moraux. Elle souligne deuxièmement l'importance collective accordée à la famille. Qu'ils cherchent à rabibocher des amants, retrouver des êtres chers, créer des relations amoureuses ou encore rétablir le dialogue entre générations, les programmes ont en commun de figurer « le lien familial, électif et affectif, comme valeur centrale de nos sociétés quel que soit le modèle, classique, hors norme ou marginal des configurations parentales » (Mehl, 2008 : 275). La « télévision de l'intimité » a pour troisième caractéristique de signaler une forte psychologisation du lien social. Ce phénomène est longuement analysé par l'autrice dans son ouvrage *La Bonne Parole : quand les psys plaident dans les médias* (2003). Elle y constate la propagation de la parole des psys, qui quitte le domaine privé pour prendre une place centrale dans le débat public. Ce passage « du divan à l'écran » montre la progression de la « culture psychologique de masse » (Castel, 1981) dans la matière sociale : les grilles de lecture « psy » y sont diffusées et appropriées par l'ensemble de la société, qui se pense désormais à travers ce prisme individualisant. En mettant sous les projecteurs des mœurs et choix de vie multiples, cette télévision met enfin en lumière l'entrée de notre société dans l'ère du « libéralisme culturel ». Toutefois, le développement plus récent d'émissions de télé-réalité promouvant des valeurs désuètes, pour ne pas dire conservatrices, (*On a échangé nos mamans*, 2004 ; *Super Nanny*, 2004 ; *Le Pensionnat de Chavagnes*, 2004) fait craindre à l'autrice un basculement vers le « relativisme culturel ».

Les mutations de la sphère publique : la télévision, un espace « privé/public »

Le travail de D. Mehl n'a pas pour seule vertu de fournir une approche compréhensive et empirique de genres télévisuels illégitimes. La sociologue analyse également ces programmes du point de vue des transformations qu'ils induisent et qu'ils indiquent de la sphère publique. Souvent, les diatribes contre les *talk-show*, *reality-show* et émissions de télé-réalité adhèrent en creux à la représentation d'un espace public habermassien, habité par la rationalité et entièrement consacré au bien-être collectif (voir notamment : Ballarini, Ségur, 2017). Cette conception explique les sensibilités aiguës que suscitent de tels programmes : « impudeur, indécence, indiscretion, violation de l'intimité demeurent le leitmotiv des critiques. Le couple exhibitionnisme/voyeurisme est dénoncé de toute part comme le summum de la perversion médiatique contemporaine induite par ces mises en scène » (Mehl, 1996 : 9). Ces points de vue critiques omettent pourtant d'aborder les conséquences de ce qui constitue le point focal de leur critique : la télévision de l'intime s'inscrit dans un mouvement de dévoilement du privé.

D. Mehl ne partage pas cette conception normative de l'espace public. Au contraire, elle rappelle combien les délimitations du privé et du public, loin d'être inéluctables, sont historiquement mouvantes. Formées au cours du XIX^e siècle, ces frontières sont mises à mal

au cours du XX^e siècle, qui inaugure de nombreuses formes de resocialisation d'éléments dits privés. Pour la sociologue, l'émergence de la télévision de l'intimité se situe dans la droite ligne de ces transformations. Elle vient alimenter les intrications toujours plus complexes et plus floues du privé et du public. En mettant en discours des sujets considérés comme étant secret, elle participe à inviter dans le débat public des problématiques auparavant considérées comme taboues. Mais elle agit également sur l'espace social en proposant deux configurations particulières de l'espace public. « L'espace public de l'expérience » est le premier distingué par D. Mehl. En focalisant ses programmes sur des épreuves et des modes de vie, cette télévision promeut d'autres modes d'expression sociale, valorisant l'affect et l'authenticité : « contre un espace public fondé en raison, légitimé par les discours experts et savants et valorisant la généralité [...], se dessine un espace modelé par les expériences singulières, habité par les émotions, centré sur les relations interindividuelles et adossé au discours profane » (Mehl, 1996 : 168). Davantage associé aux émissions de télé-réalité, « l'espace public de l'expérimentation » est le second modèle distingué par l'autrice. Ici les expériences sont moins incarnées sur un mode authentique que de façon ludique, par le biais de jeux de rôle et de performances factices. Ce faisant, ces programmes « s'inscrivent eux aussi dans le champ des recherches identitaires contemporaines. Mais ils s'y insèrent sur un mode imaginaire. Ils font entrevoir au public des identités inventées et non plus des identités dévoilées » (Mehl, 2008 : 274). Un tel phénomène est aujourd'hui accentué du fait du développement d'émissions figurant peu ou prou les mêmes candidat-e-s (*Les Anges*, 2011 ; *Les Marseillais*, 2012 ; *Les Princes et les Princesses de l'amour*, 2014 ; *La Villa des cœurs brisés*, 2015) et desquelles émerge un « grand feuilleton transmédia », abondamment alimenté par les réseaux sociaux (Nadaud Albertini, 2013).

« Les figures du public » dans les travaux de Dominique Mehl

Les recherches de D. Mehl abordent enfin la question des publics de télévision. Pour en saisir cet aspect, il faut revenir sur l'histoire de ces études en France, qui se sont attelées, à partir des années 1990, à saisir les téléspectateurs et téléspectatrices comme « public » (Séguin, 2010). Forgé dans l'expérience et la performance, le public n'est pas un objet stable ou évident (Dayan, 1992). C'est pourquoi D. Mehl et une autre sociologue – Dominique Pasquier – invitent à « complexifier, démultiplier, diversifier les constructions empirico-théoriques » le concernant (Mehl, Pasquier, 2004 : 10). Dans cette perspective, trois figures du public de télévision peuvent être identifiées dans les écrits de D. Mehl : le public à l'écran, tel qu'il est représenté dans la « télévision de l'intimité » ; le public critique, tel qu'il apparaît dans des courriels adressés à France Télévisions ; enfin, le public invisible mais mobilisé, tel qu'il est envisagé dans le processus de réception propre au petit écran.

Le public à l'écran est la première figure qui apparaît dans les travaux de D. Mehl. Selon l'autrice, sa progressive mise en représentation est centrale dans l'émergence de la télévision du moi et s'est faite par pallier. Première étape : les présentateurs et présentatrices de télévision s'adressent directement au public, par l'intermédiaire du regard face caméra analysé par Éliséo Verón (1935-2014 ; 1986) dans son célèbre article « Il est là, je le vois, il me parle ». Deuxième étape : le public devient un partenaire, symbolique ou visible, qui s'installe dans les plateaux. Troisième étape : le public est un spectateur actif, incité à réagir. Quatrième et dernière étape : le public se mue en un acteur à part entière du dispositif télévisuel, qui encourage ses réactions comme sa participation. L'incorporation du public

n'est pas un phénomène nouveau mais constitue une composante essentielle de la télévision relationnelle : « plus le programme est relationnel, plus la présence du public doit être visible et marquante » (Mehl, 1992 : 65).

Le public engagé est la deuxième figure identifiée. Elle émerge dans une étude publiée en 2004, portant sur trois mois de courriels envoyés à la « médiation des programmes » – une instance lancée en 1998 par France Télévisions pour disposer de retours sur les contenus diffusés par les trois chaînes publiques. En se saisissant de ces courriers, D. Mehl ne prétend pas étudier l'ensemble des publics de télévision : « Public en réaction, [...] public critique, [...] public actif, il n'est pas le reflet fidèle de l'auditeur moyen. Pourtant, issu des rangs de l'auditoire médiatique, il délivre une parole emblématique des attitudes et attentes de ceux qui restent silencieux » (Mehl, 2004 : 146). Abordant prioritairement des sujets tels que le racisme, la tolérance en encore l'équité politique, ces écrits prennent majoritairement la forme d'une parole critique (citoyenne, intellectuelle ou spectatorielle) et surprennent par la violence de leurs propos. Pour l'autrice, « il[s] laisse[nt] entrevoir un espace public brutal, dénué des règles de civilité encore de mise dans les espaces publics marqués du sceau de la visibilité » (Mehl, 2004 : 153).

Cet investissement personnel, peut-être même identitaire, des téléspectateurs et téléspectatrices dans leurs critiques constitue une bonne transition pour aborder la troisième figure du public identifiée dans cette notice : le téléspectateur – invisible mais – mobilisé par le processus de réception propre à la télévision de l'intimité. Dans une étude portant sur la médiatisation des controverses bioéthiques, D. Mehl identifie des pactes de communication distincts entre les médias d'information et postule un lien particulier entre la télévision et son public. Alors que la presse quotidienne instaure avec lui un lien pédagogique, et que la presse hebdomadaire l'aborde comme acteur social, la télévision se situe sur un autre registre : elle « met en scène la société dans une optique de monstration plutôt que de démonstration » (Mehl, 1998 : 215). Le petit écran repose sur toute une idéologie de l'authenticité favorisant, selon elle, l'identification de son public. C'est pourquoi l'autrice avance dans un travail ultérieur que, loin d'être le signe de la mort du débat public, la télévision de l'intimité souligne avant tout le déplacement de ce débat : « C'est dans le processus de réception que se niche la délibération sociétale induite par ces shows télévisuels. [...] L'espace public généré par la télévision du témoignage prend forme hors de l'espace géographique configuré par le média » (Mehl, 2008 : 278).

Bibliographie

- Ballarini L., Ségur C., dirs, 2017, *Devenir public. Modalités et enjeux*, Paris, Mare & Martin.
- Casetti F., Odin R., 1990, « De la paléo- à la néo-télévision », *Communications*, 51, pp. 9?26.
- Castel R., 1981, *La Gestion des risques. De l'anti-psychiatrie à l'après-psychanalyse*, Paris, Éd. de Minuit.
- Dayan D., 1992, « Les mystères de la réception », *Le Débat*, 71 (4), pp. 141-157.
- Eco U., 1985, *La Guerre du faux*, trad. de l'italien M. Tanant, Paris, Grasset.
- Mehl D., 1992, *La Fenêtre et le miroir : la télévision et ses programmes*, Paris, Payot.

- Mehl D., 1996, *La Télévision de l'intimité*, Paris, Éd. Le Seuil.
- Mehl D., 1998, « La parole profane », in : Bourdon J., Jost F., *Penser la télévision*, Paris, Nathan.
- Mehl D., 2002, « La télévision relationnelle », *Cahiers internationaux de sociologie*, 112, pp. 63-95.
- Mehl D., 2003, *La Bonne Parole. Quand les psys plaident dans les médias*, Paris, Éd. La Martinière.
- Mehl, D., 2004, « Un téléspectateur civique », *Réseaux. Communication, technologie, société*, 126, pp. 143-173.
- Mehl D., 2008, « La télévision de l'intimité », *Le Temps des médias*, 10, pp. 265-279.
- Mehl D., Pasquier D., 2004, « Présentation », *Réseaux. Communication, technologie, société*, 126, pp. 9-13.
- Nadaud-Albertini N., 2013, *12 ans de téléralité... au-delà des critiques morales*, Bry-sur-Marne, Institut national de l'audiovisuel Éd.
- Séguir C., 2010, *Les Recherches sur les téléspectateurs. Trajectoires académiques*, Paris, Hermès science publications/Lavoisier.
- Séguir C., 2019, « Dayan (Daniel) », *Publictionnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics*. Mis en ligne le 26 nov. 2019. Dernière modification le 27 nov. 2019. Accès : <http://publictionnaire.huma-num.fr/notice/dayan-daniel>.
- Verón É., 1986, « Il est là, je le vois, il me parle », *Réseaux. Communication, technologie, société*, 21, pp. 71-95.