

Dominique BOULLIER, *La télévision telle qu'on la parle.*  
*Trois études ethnométhodologiques*

Paris, Éd. L'Harmattan, coll. Champs visuels, 2003, 240 p.

Céline Ségur

---



**Édition électronique**

URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/5469>

DOI : [10.4000/questionsdecommunication.5469](https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.5469)

ISSN : 2259-8901

**Éditeur**

Presses universitaires de Lorraine

**Édition imprimée**

Date de publication : 30 juin 2005

Pagination : 416-418

ISBN : 978-2-86480-859-6

ISSN : 1633-5961

**Référence électronique**

Céline Ségur, « Dominique BOULLIER, *La télévision telle qu'on la parle. Trois études ethnométhodologiques* », *Questions de communication* [En ligne], 7 | 2005, mis en ligne le 09 avril 2019, consulté le 22 septembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/5469> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.5469>

---

Ce document a été généré automatiquement le 22 septembre 2020.

Tous droits réservés

---

# Dominique BOULLIER, *La télévision telle qu'on la parle. Trois études ethnométhodologiques*

Paris, Éd. L'Harmattan, coll. Champs visuels, 2003, 240 p.

Céline Ségur

---

## RÉFÉRENCE

Dominique BOULLIER, *La télévision telle qu'on la parle. Trois études ethnométhodologiques*, Paris, Éd. L'Harmattan, coll. Champs visuels, 2003, 240 p.

- 1 Un des questionnements importants de la recherche sur les publics de télévision porte sur le(s) lieu(x) et les conditions de la pratique télévisuelle : où trouver les téléspectateurs d'une émission ? On se pose aussi la question de savoir quel est le moment de la réception télévisuelle : en aval (préparation d'une situation), pendant (la diffusion) ou en amont (discours, actes) de la pratique ? Dans l'ouvrage *La télévision telle qu'on la parle*, Dominique Boullier se positionne par rapport à ces problématiques et affirme (4e de couverture) : « La télé n'existe pas sans les conversations qu'elle suscite [...]. La réception de la télévision n'est pas à rechercher ailleurs ». Tel est le parti pris de l'auteur : l'existence sociale de la pratique télévisuelle – autrement dit, le(s) sens que les individus donne(nt) à celle-ci – est à trouver dans les discours que les usagers portent (spontanément ou en réponse à une enquête) sur le média. Il propose de « prendre au sérieux » ces discours, « non pour qu'ils nous disent ce qui s'est passé «dans la tête des gens» durant leur exposition aux messages [...], mais pour ce qu'ils sont, c'est-à-dire des activités de comptes rendus en tant que telles, qui sont [en gras dans le texte] la réception elle-même » (p. 15). Ainsi Dominique Boullier poursuit-il une série de travaux menés en France et dans le domaine anglo-saxon, dans la perspective d'une sociologie fonctionnaliste et sous l'impulsion des tenants des *Uses and Gratifications Research*, qui consistaient à savoir ce que les usagers font des médias qu'ils

reçoivent. Son apport réside dans l'introduction – et, de fait, l'auteur s'inscrit dans une orientation développée par la sociologie des médias – d'une autre dimension dans l'étude de la réception, que nous formulons ainsi : que font les individus de leur pratique télévisuelle dans les « réseaux d'échange de la vie quotidienne » (4e de couverture) – étant entendu que celle-ci, à travers les discours, passe du domaine privé à celui d'une expérience sociale ? Par exemple, l'objectif de la troisième enquête présentée (*cf. infra*) n'est pas seulement la connaissance des goûts et jugements des téléspectateurs, mais aussi – et surtout – les conditions de leur formation et de leur expression dans l'espace public. Aussi le propos de l'auteur porte-t-il sur la manifestation, par des individus socialement situés, d'une relation au média, soit une forme de négociation face à la proposition télévisuelle. Cet horizon théorique est abordé à partir de – et illustré par – trois enquêtes empiriques conduites entre 1987 et 1990 auprès d'individus-téléspectateurs, sur le thème du « parler télé » : la première a consisté à recueillir le contenu de « conversations télé » menées spontanément (l'informateur ne révélant pas son statut d'enquêteur) sur le lieu de l'activité professionnelle, entre collègues – la télévision étant considérée comme un terrain commun dans les pratiques conversationnelles car elle « fait partie d'un « patrimoine » commun à un tel point qu'on peut lui donner le statut du « temps qu'il fait » » (p. 25). Les deux autres terrains sont constitués d'entretiens avec des individus-téléspectateurs : l'un portant sur les relations que les acteurs entretiennent avec le média, l'autre s'attachant davantage à leurs jugements, goûts et pratiques. La publication tardive de ces recherches (pourtant considérées comme pionnières) est motivée par un manque de diffusion « à l'époque où elles avaient été conduites » (p. 11). Ceci dit, l'ouvrage reprend en partie le contenu de *La conversation télé*, publié en 1987 (recherche réalisée dans le cadre de l'action concertée « Recherches en communication » pour le CNET et le Ministère de l'Industrie et de la Recherche, université Rennes 2, Larès) et de l'article « Les styles de relation à la télévision » (1988, *Réseaux*, 32, pp. 7-44, repris dans le numéro hors-série « Sociologie de la télévision : France » publié en 1991, pp. 119-142).

- 2 À première vue, on serait tenté de mettre l'accent sur les biais méthodologiques liés à la situation d'entretien dans les enquêtes. Mais on s'aperçoit rapidement que ces discours, envisagés en tant qu'interactions conversationnelles (et quotidiennes), forment le fondement de la thèse esquissée *supra* : « La réception n'a d'existence sociale que sous forme de discours » (p. 14). Il s'agit bien d'établir les modes de construction politique d'une opinion publique, à partir des discours sur l'activité télévisuelle, avec une distinction notoire entre les pratiques et les discours sur celles-ci (ou représentations) : ce que les individus disent sur leur activité médiatique est à comprendre comme ce qui est possible, voire légitime, de dire (« des mises en scène verbales » p. 89) en société (ici le cadre des relations professionnelles) ou face à un chercheur. Ainsi l'auteur étudie-t-il deux versants du « parler télé » : d'une part, les modes opératoires des conversations sur la télévision (transition, terrain commun, mise en œuvre de tactiques, déplacement du privé au public) et les procédés de formation d'une opinion publique (un « travail collectif d'ajustement », p. 75), et, d'autre part, les formes de mise en scène de la négociation des individus avec la proposition télévision.
- 3 Nous l'avons dit, cet ouvrage prend place dans l'entreprise de mise au point de nouveaux outils et techniques d'étude de la réception médiatique, et, plus globalement,

dans une entreprise de réhabilitation des téléspectateurs. La problématique de la construction des publics (c'est-à-dire la conscience et la constitution de soi en tant que membre d'un public) émerge du discours de l'auteur bien qu'elle ne soit qu'esquissée : ce que Dominique Boullier nomme « les armes de l'argumentation » (pp. 193-199), c'est-à-dire le partage d'une opinion ou les « renforts mobilisés », peut être entendu comme la manifestation d'un sentiment d'appartenance à un public ; ceci conduirait le chercheur à penser la pratique télévisuelle dans une dimension non seulement individuelle, mais collective ; c'est une voie d'approfondissement de la réflexion.

---

## AUTEURS

### CÉLINE SÉGUR

CREM, université Paul Verlaine-Metz  
cesegur@yahoo.fr