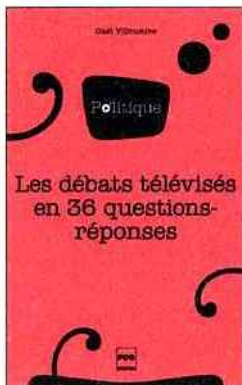




## COMMUNICATION



### LES DEBATS TÉLÉVISÉS EN 36 QUESTIONS- RÉPONSES

Gaël Villeneuve

Pug, 2013, 135 p., 15 €.

a tâche est périlleuse : restituer en 120 pages le fruit d'un travail universitaire. Telle est l'ambition de cette petite collection « Politique en + » des Presses universitaires de Grenoble. Gaël Villeneuve relève admirablement le défi, livrant ici le substrat de son analyse des débats télévisés effectuée dans le cadre de sa thèse, soutenue en 2008 : « Faire parler le public. Une ethnographie comparée des débats politiques à la télévision ». Le livre est organisé autour de 36 questions, déclinées en quatre temps, de la conception de l'émission à la constitution du plateau et au

choix des invités ainsi qu'aux règles qui président au déroulement du programme en lui-même jusqu'aux enjeux touchant à sa réception par le public. Les invités connaissent-ils les questions que l'on va leur poser ? Pourquoi retrouve-t-on systématiquement certains invités dans les débats ? Pourquoi certaines questions ne sont-elles jamais abordées au cours des débats ? Si ces interrogations ont reçu en leur temps des réponses critiques, mettant en cause l'indépendance du champ journalistique vis-à-vis du politique (pour ne citer que Pierre Bourdieu, Serge Halimi ou Noam

Chomsky...), G. Villeneuve préfère en rester à l'analyse des logiques sociales qui sont à l'œuvre dans l'organisation de ces débats, notamment en termes de division du travail hors et sur le plateau. Cette neutralité fait autant la force que la faiblesse de cet ouvrage. On aimerait ainsi l'entendre davantage prendre parti sur la dimension spectaculaire (au sens de mise en spectacle) de ces émissions qui met en péril, à travers une course à l'audience, non seulement une certaine éthique journalistique mais une forme démocratique de la parole publique. ■ F.L.