HAL
open science

L'enchâssement des formats : Le Jeu de la mort, faux jeu, vrai documentaire

Camille Jutant, Valérie Patrin-Leclère

To cite this version:

Camille Jutant, Valérie Patrin-Leclère. L'enchâssement des formats : Le Jeu de la mort, faux jeu, vrai documentaire. MEI - Médiation et information, 2015, " Le levain des médias ", coordonné par Guillaume Soulez et K. Kitsopanidou, 39. hal-02005783

HAL Id: hal-02005783

https://hal.science/hal-02005783v1

Submitted on 8 Apr 2019

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

L’enchâssement des formats : *Le Jeu de la mort*, faux jeu, vrai documentaire

Camille Jutant est post-doctorante à l’École des Médias et du Numérique de la Sorbonne, Paris 1 Panthéon-Sorbonne.

Valérie Patrin-Leclère est maître de conférences au CELSA Paris-Sorbonne, chercheur au GRIPIC

Résumé

Le documentaire *Le jeu de la mort*, diffusé en 2010 par France 2, montre combien les questions de genre et de format sont cruciales dans une situation médiatique. Ce programme fonctionne par enchâssement : tout à la fois expérimentation scientifique, jeu télévisé, point de vue d’auteur engagé, il convoque en même temps et tour à tour des représentations distinctes de ce qu'est un programme de télévision. L'analyse développée ici prend pour base l’observation du tournage de l’expérimentation, qui permet de comprendre quel rôle jouent la culture télévisuelle et la reconnaissance des formats dans l'interprétation des genres et de l'intention des auteurs. Les téléspectateurs, et plus encore les publics qui ont participé au tournage du jeu, s'interrogent en permanence sur le sens à donner à ce programme. C’est justement quand le format pose question et problème que l’on prend toute la mesure de son rôle d’opérateur d’interprétation.

Mots clefs

Documentaire, téléréalité, public, représentations, culture médiatique, genre, enchâssement

Abstract

The documentary *Le jeu de la mort*, released in 2010 by France 2, shows how film genre and format are crucial to understand a media situation. This program works by entanglement : at the same time scientific experimentation, TV show, politic point of view of an author, it refers in the mean time distinct representations of what a television program is. Our analysis draws on the observation of the filming of the experimentation and leads us to understand what role television culture and formats culture play in the interpretation of genres and in the interpretation of the intentions of the authors. Viewers, and more over the public who participated in the shooting of the show, constantly question the meaning of this program. It is precisely when the format raises questions and problems that we understand the full extent of its role as operator of interpretation.

Key words

Documentary, reality show, public, representations, media culture, genre, entanglement.

Le jeu de la mort, diffusé à 20:35 sur France 2 le 18 mars 2010 et produit par Christophe Nick[1], est un documentaire reposant sur l'adaptation de l'expérience de Milgram[2]. Il propose de tester et d'analyser le comportement des participants à un pilote de jeu télévisé : les réactions des joueurs quand on leur demande d'infliger des décharges électriques à un autre joueur (qui est en réalité un acteur qui feint la souffrance) et celles des membres du public quand on leur demande d'assister à cet étrange spectacle et de l'encourager par leurs cris et applaudissements. La matière principale du documentaire *Le jeu de la mort* est donc un faux jeu, intitulé *Zone Xtrême*, qui, à proprement parler, n'a jamais existé en tant que format télévisuel, et qui a même pour objectif revendiqué d'empêcher qu'un jour advienne à la télévision française un programme de ce type. Christophe Nick entend, en effet, pointer et contrer ce qu'il considère comme des dérives, violentes, humiliantes et amorales, des producteurs et diffuseurs de télévision. Mais pour que l'expérience, inscrite dans le champ disciplinaire de la psychosociologie, puisse avoir lieu, ce faux jeu devait se dérouler de manière aussi crédible que possible : vrai studio d'enregistrement dans un vrai quartier francilien dédié à la production télévisuelle, vraie animatrice connue, vrai décor, vrai plateau, vrais techniciens, vraies coulisses, vrai public.

Entre le 14 et le 24 avril 2009, deux mille personnes sont invitées et recrutées pour devenir membres du public et participer au tournage de ce pilote de jeu télévisé, *Zone Xtrême*, à La plaine Saint Denis. Chaque demi-journée d'enregistrement, cent personnes se succèdent dans les gradins du plateau. Présentes pendant une demi-journée, elles assistent à quatre sessions de jeu. Les deux candidats tirent au sort pour savoir qui posera les questions et qui devra y répondre. Le tirage est truqué et c'est le candidat nommé Jean-Paul (le comédien) qui feint la surprise de se voir confié, à chaque fois, le même rôle : répondre aux questions. Il est alors enfermé dans un sas, après avoir été installé sur une chaise électrique. Il doit retenir vingt-sept associations de mots en une minute. Après quoi, le questionneur propose quatre paires de mots pour les vingt-sept occurrences, dont une seule est correcte. À chaque réponse incorrecte, le questionneur doit actionner une manette et administrer une décharge électrique à Jean-Paul, en commençant par 20 volts et en terminant par 460 volts.

Le documentaire *Le Jeu de la Mort* rend compte de ce tournage, en montre des images et en propose une analyse. Il procède donc par enchâssement de trois objets en même temps : un jeu télévisé, une expérimentation scientifique et un point de vue d'auteur engagé. Cet enchâssement a précisément été critiqué, tant il convoque et mélange des représentations différentes de ce qu'est un programme de télévision.

L'importance des formats éclairée par un programme hors-format

---

1 Film écrit et produit par Christophe Nick, réalisé par Thomas Bornot, Gilles Amado et Alain-Michel Blanc (Société de production Yami 2).
2 Expérience menée par le psychologue Stanley Milgram, au début des années 1960, à l'université Yale, aux Etats-Unis, pour tester la résistance des individus à un ordre immoral administré de manière autoritaire par des scientifiques en blouse blanche.

Le jeu de la mort éclaire de manière oblique la question des genres et des formats télévisuels. Les discussions qui ont accompagné et suivi la diffusion de ce film interrogent son statut de documentaire, comme s'il était à proprement parler « hors-format », inclassable, déstabilisant, voire coupable dans sa manière de ne pas vraiment se conformer à une forme plus instituée et plus reconnaissable de production télévisuelle. *Le jeu de la mort* a donné lieu à des malentendus, à des incompréhensions, à des disputes et à des dénonciations. Il ne s'agit pas ici d'évaluer le degré de légitimité des critiques qui ont été adressées à ce film, ni de prendre position sur le procédé mis en œuvre, pas plus que d'analyser l'argumentation qui y est délivrée à l'encontre de l'évolution de la télévision. Ce travail, nous l'avons déjà mené en 2010, peu après la diffusion du documentaire, en publiant un ensemble d'articles consacrés à ce programme dans la revue *Communication & Langages*[3]. D'autres chercheurs ont également travaillé dans cette perspective, en explorant à la fois le documentaire et ses retombées médiatiques. Un numéro de la revue *Questions de Communication* a ainsi été consacré au documentaire[4], replacé dans la perspective large d'une analyse épistémologique et sociologique des rapports à la télévision et à l'autorité.

Ici, nous proposons de nous focaliser sur le format du *Jeu de la mort*, et plus précisément sur l'enchâssement des formats qui le caractérise ; car si chacun d'entre eux est bien connu et reconnu par les téléspectateurs, la complexité de leur articulation pose un problème de lisibilité. Or, c'est justement dans les interrogations, dans les doutes exprimés par les téléspectateurs et par les participants qui ont joué le rôle de public sur le plateau du faux jeu, qu'apparaît avec évidence leur culture médiatique : d'une part ils établissent spontanément un lien entre un genre et un type de format, d'autre part ils formatent leur propre comportement à la représentation qu'ils se font de tel ou tel programme télévisuel. Donnons-en deux exemples, le premier concernant les téléspectateurs, le deuxième les participants au tournage du faux jeu : l'analyse des discours des téléspectateurs dans les forums de discussions, après la diffusion du documentaire, montre que dans le genre documentaire, on ne devrait pas trouver de scène construite de toutes pièces ; et s'il y en a, c'est que le genre est celui de la téléréalité. *Le jeu de la mort* a ainsi souvent été taxé de verser dans la téléréalité, puisqu'il repose sur une expérience construite et non une captation de la réalité. Quant aux participants au tournage, ils se sont unanimement conformés à la représentation qu'ils ont acquise du comportement d'un public de télévision : ils sont restés assis, ils ont applaudi, ils ont crié, quelque malaise qu'ils ressentent, car jamais, dans un jeu de télévision, ils n'ont vu le public se lever et manifester sa désapprobation.

---

[3] Dossier « Où va la télé », coordonné par Jeanneret, Y, *Communication & Langages*, n°166, décembre 2010.

4 « « Le jeu de la Mort » : des liaisons dangereuses ? » 2011, Dossier « Evoquer la Mort », Echanges, Philippe Breton, Béatrice Fleury, Hervé Glevarec, François Jost, Brigitte Le Grignou, Erik Neveu, Jacques Walter, *Questions de communication*, 20, 2011

Nous entendons par « genre » l'institutionnalisation d'un ensemble de normes, règles et formats, qui amènent des représentations et des attentes singulières de la part des publics. Le « format » constitue la structure analysable du « genre ». Il est dépendant de l'économie médiatique, en ce sens que la mise en forme d'un programme dépend en grande partie de la programmation envisagée : *Le jeu de la mort* a d'emblée été conçu pour une diffusion en première partie de soirée, sur une grande chaîne généraliste, avec des contraintes d'écriture, narratives et pédagogiques, destinées à accueillir un public familial aussi large que possible. Cependant, son interprétation ne dépend pas que de son format ; il faut aussi tenir compte de l'image du diffuseur – un même programme ne se verra pas conférer le même sens sur une chaîne ou sur une autre – et dans une moindre mesure de l'image du producteur et du réalisateur – ce qui dépend alors du degré d'expertise du téléspectateur. Mais nous l'avons dit, c'est ici à la reconnaissance des formats que nous nous intéresserons en particulier.

L'importance des publics du *Jeu de la Mort* pour une analyse communicationnelle du documentaire

Nous avons déjà travaillé longuement sur ce documentaire. Les deux auteurs de cet article ont participé, à des titres différents, à la réalisation de la série *Jusqu'où va la télé*, dont est issu le *Jeu de la Mort*. Avant le tournage du faux jeu, Christophe Nick a contacté Valérie Patrin-Leclère puis l'a interviewée en studio pour un second documentaire conçu comme un deuxième volet complémentaire, *Le temps de cerveau disponible*. De manière totalement indépendante, il a par ailleurs invité Yves Jeanneret et Camille Jutant, par l'intermédiaire du laboratoire Culture et Communication, à participer à l'expérimentation *Zone Xtrême* en leur qualité de chercheurs en sciences de l'information et de la communication. Il souhaitait compléter l'analyse du comportement des candidats que menait l'équipe des psychosociologues réunie autour de Jean-Léon Beauvois par une étude des membres du public présents sur le plateau.

Pour comprendre les activités d'interprétation menées par ces publics, Yves Jeanneret et Camille Jutant ont assisté au tournage, réalisé l'analyse sémiotique du dispositif de plateau du jeu *Zone Xtrême*, décrit en particulier la place qu'il engageait pour les différents acteurs impliqués, observé les publics en prenant place à leurs côtés, tenu des cahiers d'observation, réalisé des entretiens courts avec des membres du public. Ils ont également eu accès à un matériau produit et collecté par l'équipe de réalisation dans les gradins, là aussi auprès des membres du public[5] : 440 entretiens, réalisés entre le 14 et le 24 avril 2009, ont été filmés. Un corpus de 65 entretiens a été retenu pour une analyse détaillée. Nous exploitons ici une partie de ces observations et des analyses d'entretiens auprès du public. Nous utilisons aussi les conclusions d'une analyse

[5] La grille de questions utilisée abordait le rapport entre interprétation et situation de communication et s'est révélée très intéressante pour notre analyse des pratiques et des discours des publics en lien avec le dispositif de l'émission.

sémiotique du documentaire et des commentaires qui ont circulé pendant et après sa diffusion[6].

A la différence des résultats que nous avons déjà eu l'occasion d'exposer, nous nous intéressons dans cet article, de manière focalisée, aux publics de *Zone Xtrême* et du *Jeu de la mor*t : c'est-à-dire, d'une part les personnes assises sur les gradins lors du tournage du faux-jeu, que nous avons vues et rencontrées, et d'autre part le public, en tant que figure ou figurant télévisuel, qui apparaît dans le documentaire. Les réactions du public sont les grandes laissées pour compte du *Jeu de la mort*. Certes, le public est montré et son rôle est mentionné par certains des participants dans les extraits d'entretiens montés. Mais il n'est ni analysé ni même évoqué par la voix *off*, ce qui donne au final l'impression que sa présence est déconsidérée, niée, et ce qui autorise inévitablement des critiques virulentes. En gommant l'analyse faite en amont du rôle du public, le montage du documentaire donne à penser que les auteurs n'ont tout simplement pas tenu compte de la différence pourtant fondamentale entre un plateau de télévision et le laboratoire scientifique mis en scène par Milgram. Béatrice Fleury, Jacques Walter, Erik Neveu, Brigitte Le Grignou et François Jost[7] ne manquent pas de souligner l'absence problématique de réflexion poussée sur le public de l'émission. Faute de résultats et de matériaux sur les comportements des publics fournis dans le documentaire, les analyses conduites par ces chercheurs ne peuvent qu'interroger la place des publics dans la perspective d'autres questions : la réplication et l'adaptation de l'expérience de Milgram, les relations problématiques entre mise en scène de la science et vulgarisation de la psychosociologie, et enfin, les relations complexes que cette émission tisse avec la représentation de la télévision.

Notre approche est donc double. Nous souhaitons premièrement compléter le documentaire par une réflexion sur le rôle du public, deuxièmement avancer l'hypothèse selon laquelle la notion de format est structurante, c'est-à-dire qu'elle fonctionne comme un opérateur de la relation qui s'établit entre la singularité des programmes et la globalité des processus médiatiques télévisuels. Nous entendons par là que chaque situation médiatique est interprétée en fonction de ce que son format, entendu comme la mise en forme typique d'un genre, permet de saisir du genre auquel elle appartient. Les commentaires faisant suite à la diffusion du *Jeu de la mort* permettent de saisir certaines des représentations du format « documentaire », là où les réactions, physiques et verbales, des publics successifs de *Zone Xtrême*, permettent de saisir certaines des représentations du format « jeu télévisé ».

Bien entendu, cette analyse ne signifie pas que les téléspectateurs usent eux-mêmes de ce terme pour rendre compte de leur relation à la télévision. Nous n'employons pas davantage « format » dans le sens qui lui est de plus en plus souvent conféré par les professionnels de l'audiovisuel, dans un contexte socio-économique spécifique : en effet, dès lors que les chaînes de télévision françaises cherchent à fidéliser leur public via des séries, qu'elles aimeraient les exporter au lieu de principalement les importer,

---

[6] Ces conclusions ont été exposées par Patrin-Leclère, V, 2010, « Jusqu'où va la télé, ou les incertitudes de la communication médiatique », *Communication & Langages*, 166

[7] *Questions de communication*, *op.cit*.

qu'elles ont besoin de les décliner sur les médias informatisés, elles font des « formats » une sorte de graal et un mot-valise. Le « format audiovisuel » renvoie usuellement à un concept de programme, suffisamment étayé pour être sinon juridiquement protégé du moins éligible au rang de propriété intellectuelle, et surtout reproductible dans une perspective de création industrielle qui permette d'en assurer la rentabilité. Le succès récent du terme est à comprendre également en lien avec l'attention renouvelée aux questions formelles, provoquée par la production de déclinaisons de programmes sur des écrans autres que le téléviseur, souvent plus petits et visionnés en situation de déplacement. Bref, quand nous parlons de « format », nous ne référons pas à un terme professionnel en vogue ; en l'occurrence, *Le jeu de la mort* ne pourrait pas être considéré comme un « format », à moins d'envisager de dupliquer dans un cadre télévisuel de grandes expériences scientifiques, ce que n'a pas fait son producteur.

Le genre « documentaire », entre typicité et atypie

Entrons plus avant dans la description de notre objet d'étude. *Le jeu de la mort* est indéniablement un documentaire exceptionnel : un budget important ; une promotion massive orchestrée par les services de communication de France 2 avant la diffusion ; une forte fréquentation du forum mis en place sur le site de la chaîne[8], doublée d'un niveau inhabituel de contribution quantitative et qualitative ; mais aussi des empoignades scientifiques et une querelle médiatique[9]. Ce film est l'indice de l'intérêt social porté ces dernières années au genre documentaire : fortement valorisé par les téléspectateurs, il est mis en avant par France Télévisions, qui lui offre une diffusion en *prime time* et un investissement communicationnel hors-du-commun. Ce documentaire, par-delà son originalité, nous renseigne donc sur l'image d'un format générique, le documentaire, aujourd'hui en France.

Dans quelle mesure *Le jeu de la mort* nous renvoie-t-il aux caractéristiques les plus manifestes du genre documentaire ? Premièrement, il s'inscrit dans un projet de circulation des savoirs : avec un documentaire, il ne s'agit pas de divertir mais d'être l'artisan d'une plus grande compréhension du monde. En l'occurrence, Christophe Nick propose d'expliquer l'expérience de Milgram et les mécanismes de soumission à l'autorité qu'il met au jour, mais aussi d'apporter la preuve du pouvoir d'un dispositif télévisuel, tel que le jeu, sur la majorité de ceux qui s'y prêtent. En mettant en scène une double expérience scientifique – d'une part celle de Milgram, en abîme, et d'autre part, celle des chercheurs en psychosociologie de l'équipe réunie par Jean-Léon Beauvois, montrés et interviewés, il rend d'autant plus visibles les dimensions vulgarisatrices et expérimentales inhérentes au genre documentaire. Deuxièmement, à la différence du reportage d'actualité, le documentaire s'inscrit dans un temps long : en amont, *Le jeu de la mort* a nécessité deux ans de travail et l'expérience déployée s'est concrétisée, en

8 Patrin-Leclère, V, 2010, « Jusqu'où va la télé, ou les incertitudes de la communication médiatique », *Communication & Langages*, 166.
9 Jeanneret, Y, 2010, « Une volonté de savoir au crible d'une querelle médiatique », *Communication & Langages*, 166.

aval, par une production plurimédiatique riche, avec quatre documentaires commandés par France Télévisions, un livre[10] et un site internet, intitulé « *Jusqu'où va la télé ?* ». Troisièmement, loin de toute prétention à la neutralité et à l'objectivité, le point de vue de l'auteur est très clairement explicité et assumé. Non seulement le projet est audacieux - critiquer la télévision à la télévision, tenter de provoquer chez les téléspectateurs une prise de conscience pour essayer de modifier une des évolutions télévisuelles en cours - mais en outre il a été visiblement et tenacement défendu et incarné, dans les médias, par son auteur. *Le jeu de la mort* donne donc à voir une condensation de signes identitaires caractéristiques du genre documentaire.

Ce documentaire fait pourtant vaciller le genre dans la mesure où il heurte certaines des représentations qui lui sont habituellement accolées. Autrement dit, son atypie apparaît d'autant plus qu'il semblait a priori typique de la reconnaissance renforcée du documentaire télévisuel. A travers les critiques qui lui sont adressées, il se trouve en quelque sorte recatégorisé comme hors-norme : les reproches faits par de nombreux téléspectateurs nous renseignent en creux sur le « format » et sur les attentes que génère le genre documentaire. Il semble que le documentaire s'accommode mal, dans un imaginaire assez largement partagé, de l'ambition de s'adresser à un large public. *Le jeu de la mort* suscite le doute parce qu'il s'inscrit dans une logique d'audience grand public et qu'il est accompagné d'une promotion importante : son horaire de diffusion et sa médiatisation inspirent, plus encore que de la méfiance, une remise en cause. Il apparaît aussi que ce documentaire est coupable de fabriquer la réalité qu'il montre, ce qui entame sa potentialité de crédibilité. C'est en fait le problème de l'objectivité qui est pointé, avec tout le paradoxe qui accompagne le genre documentaire, certes reconnu comme une œuvre d'auteur mais dans le même temps censé rester idéalement objectif. Il lui faut réussir cette gageure d'être un point de vue tout en étant présumé viser l'objectivité. La subjectivité est ici interprétée comme de la militance, voire comme de la malhonnêteté intellectuelle : la rhétorique argumentative n'y aurait pas naturellement sa place, voire n'y aurait naturellement pas place.

Le documentaire recatégorisé en téléréalité

Le documentaire *Le jeu de la mort* s'est au final trouvé massivement redéfini comme programme de « téléréalité » par ses pourfendeurs, nombreux et variés, du simple téléspectateur au chercheur spécialiste de la télévision ; il a été dépossédé de sa valeur « documentaire » pour être requalifié dans un genre qui serait l'antithèse du documentaire idéal. Cette situation nous amène à nous interroger sur les interprétations qui procèdent de la qualification, ou du moins de la compréhension, d'une œuvre audiovisuelle dans un genre distinctif. Nous faisons l'hypothèse que les lectures critiques qui ont été faites du *Jeu de la mort* sont en grande partie dues à l'enchâssement des dispositifs. Ce documentaire, censé reproduire une expérience complexe, se construit en empilement : le faux jeu télévisé constitue en fait une expérience scientifique visant à provoquer une réaction des téléspectateurs quant au

10 Nick, C et Eltchaninoff, M, 2010, *L'expérience extrême*, éditions Don Quichotte.

pouvoir de la télévision sur ses participants. Les interprétations sont donc hétérogènes selon que le film est compris : premièrement comme jeu télévisé, deuxièmement comme expérience scientifique filmée, troisièmement comme charge critique contre les dérives de la télévision.

La compréhension est encombrée par la résistance des téléspectateurs aux différents formats qui viennent en surimpression et en brouillent la lisibilité : qui dit jeu dit divertissement, qui dit tromperie des participants dit téléréalité, qui dit *primetime* dit logique d'audience, qui dit vulgarisation scientifique dit raccourcis, qui dit télégénie dit racolage, etc.

L'interprétation au filtre des formats

On trouve des indices tout aussi évidents de cette connaissance partagée des formats télévisuels quand on s'intéresse aux participants du jeu *Zone Xtrême*. Bien qu'ils ne soient pas, au moment où ils sont présents sur le plateau, téléspectateurs, leur culture de téléspectateurs les amène à penser leur rôle et à adapter leur comportement, dans un aller-retour permanent entre expérience spécifique du jeu télévisé et culture médiatique plus générale. Ils ont en effet successivement été mis dans la situation de reconfigurer leur place et leur rôle selon qu'il s'agissait d'un jeu télévisé, d'une expérience scientifique ou d'un documentaire.

Si la réflexion sur le format prend une dimension particulière lorsqu'on observe les pratiques des membres du public de l'émission *Zone Xtrême*, c'est parce que le public lui-même intègre cette question au cours de son expérience, telle qu'il la vit et qu'il la raconte. Les membres de ce public sont les seuls acteurs à vivre, en direct, la découverte progressive de l'empilement des situations de communication. A la différence des téléspectateurs du documentaire, qui savent que « tout est faux » depuis le début, à la différence des candidats, à qui la feintise[11] est révélée en dehors du plateau, ou encore à la différence des équipes techniques qui sont les énonciateurs de la feintise, ce public du jeu est le seul acteur à vivre une situation qui semble se répéter quatre fois à l'identique, mais qui engage, en réalité, des conditions d'interprétation successivement différentes. Naïfs pour la première expérience, les membres du public ne le sont plus pour les suivantes, puisque c'est le même faux candidat et vrai comédien qui revient invariablement sur scène. Entre temps, les équipes de tournage expliquent aux membres du public qu'ils assistent à une « expérience scientifique » qui fera l'objet d'un « documentaire » sur le pouvoir de la télévision et qui sera diffusé sur France 2. Elles leur demandent de bien vouloir continuer à jouer le rôle d'un public de jeu alors

---

11 A la suite de l'analyse des genres littéraires par Kate Hamburger, François Jost utilise le terme de « feintise » pour qualifier certains documents audiovisuels qui reposent sur une indistinction entre fiction et réalité portée par le sujet de l'énonciation. Dans le cas de *Zone Xtrême*, c'est bien ce type de feintise qui se met en place car la relation au dispositif général (l'expérimentation qui donnera un documentaire) repose précisément sur la relation entre les publics et les différents acteurs du dispositif qui prennent la responsabilité auctoriale (configurant tour à tour un jeu, une expérience scientifique, un documentaire).

qu'ils savent que les candidats, eux, ignorent tout de l'expérience. Le chauffeur de salle leur indique comment ils doivent se comporter pendant les séances de jeu suivantes. Le public est donc pris entre les trois ressorts principaux du dispositif : réplique de jeu télévisé, expérience scientifique, documentaire. Il est partie prenante d'un protocole scientifique d'expérimentation qui requiert la répétition et la régularité de ses comportements, en même temps qu'il est chargé d'attester une situation de jeu télévisé qui nécessite un public, exhortant et faisant masse, de telle sorte que le dispositif constitue une situation habituelle de jeu télévisé.

Les observations et les entretiens menés auprès des membres du public pendant les dix jours de tournage témoignent d'un travail interprétatif intense de leur part, en lien avec cette triple fonction. Après la révélation de l'expérience scientifique, les membres du public changent de posture. Ils se mettent, avec l'aide du chauffeur de salle, à surjouer leur rôle. Le fait de désamorcer la feintise en l'exhibant n'entraîne pas une baisse de l'attention. Au contraire, le public est extrêmement concentré, dans l'attente de ce que sera le comportement du candidat. A y regarder de près, on voit qu'en réalité, les membres du public jouent un rôle dès le début du tournage, alors même qu'ils ne sont pas encore pris dans la feintise, mais qu'ils se rendent sur le plateau pour assister à un pilote de jeu, c'est-à-dire pour faire semblant de réagir comme le public d'une émission qui aurait réellement lieu. En jouant le rôle du public, quel que soit le moment et la raison pour laquelle ils le jouent (jouer le public pour le pilote d'émission, jouer le public pour le candidat, jouer le public pour les téléspectateurs à venir, etc.), les membres du public sur-ritualisent leur rôle. Ils convoquent ainsi des représentations communes du bon « public », qui tape dans ses mains, encourage et influence les joueurs. En même temps, et si l'on en croit le texte sur le « paradoxe du comédien »[12], ils introduisent ainsi une distance vis-à-vis de leur propre comportement. Les analyses que nous avons menées montrent, en effet, qu'ils interrogent profondément la situation hybride dans laquelle ils sont engagés, ils opèrent un retour réflexif sur leur propre posture et engagent une réflexion sur leur rapport général aux médias, laquelle passe par la prise en compte des formats.

Le format, composante de la culture médiatique

Toute la situation de jeu est jugée à l'aune de ce que le public sait du fonctionnement d'un jeu, des règles d'un jeu et, de surcroît, des ressorts d'un divertissement. La cohérence dramatique et les règles générales du jeu sont évaluées, ce qui permet aux membres du public de dire ensuite qu'ils savaient depuis le début que la situation n'était pas seulement un jeu : on ne délaisserait jamais ainsi un candidat, comme c'est le cas pour Jean-Paul que personne ne vient délivrer à la fin de la session de jeu ; un jeu qui aurait vraiment exploité les ressorts du sensationnel, comme l'indique le nom *Zone Xtrême*, aurait montré des images de souffrance ; et surtout, la dynamique de gain aurait été plus sélective : *« Comment on peut faire un jeu où même quand on ne répond pas*

12 Diderot, 1967 [posth, 1830], *Le paradoxe sur le comédien*, Garnier-Flammarion.

aux questions, on gagne ? Quelle est la logique du jeu de faire arriver jusqu'au bout mais sans répondre aux questions, c'est plus un jeu » (entretien 10).

Les publics analysent la situation qu'ils sont en train de vivre, en jugeant le format « jeu », et en anticipant aussi le format « jeu télévisé », c'est-à-dire un certain type d'objet médiatique. Le jeu télévisé est un objet connu, pour ces publics, qui sont familiers de ce genre de manifestations. Ils citent de nombreux autres jeux et analysent la situation à partir de ces références. Ils jugent par exemple la capacité de ce jeu à durer dans une grille de programmes, quand bien même le principe du jeu est jugé désagréable : *« Moi je pense que ça ne peut pas être pérenne ! L'émotion elle va venir pendant une émission, deux, trois… mais pas pendant 50 émissions, parce que ça va être toujours la même chose » (*entretien 33*).*

On observe une sorte de jonglage, chez les publics, entre leur connaissance des différents formats auxquels le spectacle de la télévision les a habitués. Par exemple, en même temps qu'ils font l'analyse des ressorts ludiques, ils convoquent deux autres formats, celui du documentaire, en tant que genre « responsable », et celui du programme de téléréalité, qui engage quant à lui un doute généralisé sur la véracité des comportements. Ils font ainsi état à la fois d'une confiance envers un service public considéré comme un acteur éthique et responsable, qui ne pourrait jamais tuer quelqu'un (*« France Télévisions n'envisagera jamais ce genre de programme ! »,* entretien 17*)* et d'une défiance par rapport aux images de la télévision, et surtout de la téléréalité, qui sont savamment construites comme figurant le réel, alors qu'elles ne sont que montages. Ce type de représentation, associant le format télévisé à une rupture entre le « voir » et le « croire », repose sur une représentation du travail médiatique comme dénaturation de la réalité (*« à la télévision tout est faux »,* entretien 3*).*

Deux instances régissent donc le travail interprétatif des publics : le *hic et nunc* de l'expérience télévisuelle en train de se faire et l'idée plus générale que chacun se fait du média. En d'autres termes, les membres du public gèrent l'enchâssement des situations dans laquelle ils se trouvent en opérant un ajustement entre le dispositif télévisuel dont ils font l'expérience et toutes les représentations associées au jeu télévisé, au documentaire à dimension politique, aux expériences de la télévision où les rôles et les figures peuvent s'intervertir (je suis public, mais je suis peut-être aussi regardé ?). C'est en convoquant cette culture médiatique de la forme, du rôle, des figures qu'ils sont capables d'interroger la situation et de mettre en balance les enjeux que chaque situation engage (jeu, expérimentation, documentaire), justement sans recourir à un modèle binaire (liberté/aliénation) du rapport à la télévision. Croire n'est pas le contraire de ne pas croire, puisque les deux peuvent coexister.

L'analyse scientifique contrariée par le format

Le documentaire *Le Jeu de la mort* s'est focalisé sur l'analyse des candidats de la fausse émission *Zone Xtrême*. Il a peu rendu compte du travail interprétatif du public et

n'a quasiment pas laissé de place à la réflexion sur les formats. L'analyse des publics faisait bel et bien partie du projet initial et du documentaire (l'équipe de recherche sur les publics était présente, les interviews ont eu lieu), mais les résultats qui ont été obtenus, à savoir un ajustement entre les différents formats, a finalement été écarté du montage. Il a été jugé insuffisamment visuel et télégénique par son producteur et ses réalisateurs. Cet ajustement ne se voyant pas, n'étant pas mis en mots par les participants eux-mêmes, il était difficile d'en rendre compte à l'image. La construction du documentaire, précisément parce qu'il est un format qui engage un certain nombre de choix, rendait impossible, par ailleurs, de faire tenir deux semaines de films, des heures d'entretiens avec une dizaine de chercheurs, en un peu plus de 90 minutes. Et parce que les démonstrations scientifiques sont aussi des formats, le choix d'une ligne argumentative a privilégié la démonstration par les psychosociologues de la réitération de l'expérience de Milgram, démonstration dans laquelle n'ont leur place ni le public, ni le dispositif télévisuel, ni l'étude de la superposition des formats. Cette analyse de l'enchâssement des formats débouche sur une autre question : comment mettre en images une écriture scientifique ?

Breton, P., 2011, « L' « état agentique » existe-t-il vraiment ? », Questions de Communication, 20, 239-248

Dayan, D, 1998 [1993], « Le double corps du spectateur », *in* Proulx, S., *Accusé de réception*, L'harmattan, coll. « Champs visuels », Paris

Diderot, D, 1967 [posth, 1830], *Le paradoxe sur le comédien*, Garnier-Flammarion, Paris

Fleury, B, & Walter, J., 2011, « le jeu de la mort » : des liaisons dangereuses ? *Questions de Communication*, 20, pp. 199-214

Glevarec, H., 2011, "Le jeu de la mort comme fallace. Pouvoir de la television ou autorité d'un dispositif", Questions de communication, 20, pp.267-276

Goffman, E, 1959, *The Presentation of Self in Everyday Life*, Anchor Books edition, University of Edinburgh Social Sciences Research Centre

Hamburger, K, 1986, *Logiques des genres littéraires*, Le Seuil, Paris

Hoggart, Richard, 1957, *The Uses of Literacy : Aspects of Working-class Life, with Special References to Publications and Untertainment*, Chatto and Windus, London

Jeanneret, Y, 2008 *Penser la trivialité*, volume 1, La vie triviale des être culturels, Hermès Lavoisier, Paris

Jeanneret, Y, 2010, « Une volonté de savoir au crible d'une querelle médiatique », *Communication & langages*, 166, dossier « Où va la télé ? Prétentions, engagements, stigmatisations »

Jost, F, 1997, « La promesse du genre », *Réseaux*, 81

Jost, F, 2011, « Jeu de la mort ou jeu avec le feu ? Les leçons d'une prétérition télévisuelle », Questions de communication, 20, pp.249-266

Jurdant, B, 2009 [1973], *Les problèmes théoriques de la vulgarisation scientifique*, Archives contemporaines, Paris

Jutant, C, 2010, « "La zone Xtrême" et ses publics télévisés : situations de communication multiples et ajustements permanents », *Communication & langages,* 166*,* dossier « Où va la télé ? Prétentions, engagements, stigmatisations »

Le Grignou B., Neveu, E., 2011, « Beaucoup de bruit pour (presque) rien ? à propos de la diffusion et de la réception du « jeu de la mort » », Questions de Communication, 20, pp. 215- 238

Leveneur, L, 2009, *Les travestissements du jeu télévisé, Histoire et analyse d'un genre protéiforme, 1950-2004*, Presses Sorbonne nouvelle, Paris

Lits, M, 2008, *Du récit au récit médiatique*, De Boeck, Bruxelles

Milgram, S, 1974, *Soumission à l'autorité : un point de vue expérimental*, Calmann Levy, Paris

Nick, C, et Eltchaninoff, M, 2010, *L'expérience extrême*, éditions Don Quichotte

Odin, R, 2000, « La question du public. Approche sémio-pragmatique », *Réseaux*, vol. 18, 99

Patrin-Leclère, V, 2010, « Jusqu'où va la télé, ou les incertitudes de la communication médiatique », *Communication & langages*, 166, dossier « Où va la télé ? Prétentions, engagements, stigmatisations »

Ségur, C, 2010, *Les recherches sur les téléspectateurs : trajectoires académiques*, Hermès Lavoisier, Paris

Soulez, G, 2004, « Nous sommes le public. Apports de la rhétorique à l'analyse des publics », *Réseaux,* 126

Ubersfeld, A, 1996 [1981], *Lire le théâtre*, Tome II. L'école du spectateur, Belin, Paris