

Laurence Leveneur, *Les travestissements des jeux télévisés, histoire et analyse d'un genre protéiforme*

Paris, Éd. Presse Sorbonne Nouvelle, 2009

France Garat



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/2834>

DOI : [10.4000/questionsdecommunication.2834](https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.2834)

ISSN : 2259-8901

Éditeur

Presses universitaires de Lorraine

Édition imprimée

Date de publication : 30 juin 2011

Pagination : 363-366

ISBN : 978-2-8143-0084-2

ISSN : 1633-5961

Référence électronique

France Garat, « Laurence Leveneur, *Les travestissements des jeux télévisés, histoire et analyse d'un genre protéiforme* », *Questions de communication* [En ligne], 19 | 2011, mis en ligne le , consulté le 22 septembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/2834> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.2834>

Ce document a été généré automatiquement le 22 septembre 2020.

Tous droits réservés

Laurence Leveneur, *Les travestissements des jeux télévisés, histoire et analyse d'un genre protéiforme*

Paris, Éd. Presse Sorbonne Nouvelle, 2009

France Garat

RÉFÉRENCE

Laurence Leveneur, *Les travestissements des jeux télévisés, histoire et analyse d'un genre protéiforme*, Paris, Éd. Presse Sorbonne Nouvelle, 2009, 197 p.

- ¹ *Les travestissements des jeux télévisés* est tiré de la thèse de doctorat de Laurence Leveneur, soutenue à l'université Paris 3 en 2008. Ce travail propose une étude de l'évolution des jeux télévisés, de 1950 à nos jours. Genre clé des chaînes généralistes, parce qu'il propulse l'audience et garantit la fidélisation du public pour un coût moindre, le jeu fait pourtant l'objet de critiques virulentes de la part des chercheurs et des journalistes de télévision, qui le taxent d'« élément de déculturation » (p. 9), ce qui pourrait expliquer la rareté des travaux menés jusqu'alors sur le sujet. Pourtant, il est un médium privilégié pour observer la télévision du divertissement et du spectacle, elle-même étant la traduction d'une société de plus en plus tournée vers les loisirs. Avant de se pencher sur cet effet de miroir sociétal du jeu télévisé, Laurence Leveneur propose de définir ce qu'il est via l'étude des transformations du genre au cours des cinquante dernières années. Pour cela, elle répertorie quelques six cents collections programmées entre 1950 et 2004 d'où est extrait le corpus utilisé, composé des programmes emblématiques du genre, mais aussi des formats se situant à ses limites. Pour répondre à la question fondatrice de sa recherche – « Dans quelle mesure et de quelles façons les règles du jeu à la télévision ont-elles changé et ont pu conduire au

travestissement du jeu télévisé ? » (p.16) –, Laurence Leveueur articule sa démonstration en sept parties. La première s'interroge sur ce que jouer veut dire, la deuxième sur l'évolution des stratégies de programmation et de production des jeux télévisés afin de pénétrer ensuite la texture sémiotique de ces programmes. La quatrième partie s'intéresse aux notions qui fondent le contenu des jeux pour définir par la suite les différents profils des joueurs. Le chapitre six analyse les habillages des plateaux. Puis, l'auteure détermine les moyens employés par la télévision pour impliquer le téléspectateur dans le jeu.

- 2 Afin d'analyser la posture ludique, le chercheur se réfère à Jacques Henriot, pour qui les trois critères fondamentaux sont la distanciation, la « déréalisation » (p.17) et l'illusion. Partant de cette définition du philosophe, elle cherche à déterminer quelles sont les spécificités du jeu télévisuel. Pour cela, elle prend en compte dans un premier point le « biais télévisé » (p.18) abordé par Sébastien Rouquette, puisqu'il est porteur d'une énonciation spécifique, qu'elle soit verbale ou visuelle. L'attitude ludique télévisuelle engage, non seulement, le candidat et les intervenants, mais aussi le téléspectateur qui peut participer de deux façons, « par délégation » (p.18) ou à distance, par l'intermédiaire du téléphone, du courrier ou de l'internet. L'auteure cherche ensuite à déterminer la place du jeu qui est une activité au sein du monde ludique, en le distinguant du divertissement qui est, avant tout, un spectacle. Puis, en reprenant les classifications de Roger Caillois et en les étendant – de même que François Jost – au média, elle donne une typologie du ludique télévisuel. Cette classification précisée permet de décliner les définitions existantes des jeux télévisés français, et les contextes dont elles émanent : producteurs et chaînes de télévision. Elle permet aussi d'énumérer les classifications pratiquées par les instituts de mesure d'audience, ainsi que par les journaux de programmes et l'INA.
- 3 Pour finir, voici les différents points concordants que l'on peut relever et qui fournissent le début d'une définition du jeu télévisé : la participation de candidats anonymes sélectionnés par une équipe de production selon des critères bien précis ; l'existence de règles spécifiques à chaque jeu connues des participants et des téléspectateurs ; puis l'obtention d'un gain. C'est sur la base de ces points définitoires que Laurence Leveueur bâtit son recensement des collections d'émissions. Le corpus qui en découle permet l'étude des stratégies de production et de programmation des jeux entre 1950 et 2004. Pour cela, la chercheuse construit une périodisation articulée en quatre phases, autour des grands bouleversements de l'histoire de la télévision. Des débuts de la RTF en 1950 à la création de l'ORTF en 1964, ce sont les animateurs-producteurs issus de la radiodiffusion qui, sous l'égide des trois directeurs des programmes successifs, mettent en place et dirigent les jeux télévisés. Ils domineront la production télévisée de ces programmes pendant une trentaine d'années. Les parcours d'André Gillois, Pierre Sabbagh, Jacques Antoine, Pierre Bellemare, Armand Jammot et Guy Lux sont donc retracés. Les années 50 sont aussi celles des premiers échanges internationaux : si l'Amérique devient une ressource pour les producteurs de la télévision française, la radio y exporte certains formats, et des échanges européens sont mis en place. Les formules de cette période sont éphémères et d'un format court (une trentaine de minutes), programmées en début de soirée. La décennie qui s'étend de 1964 à 1974, date de l'éclatement de l'ORTF, est pleine de changements : deux nouvelles chaînes sont créées, la couleur s'installe sur les petits écrans, la publicité est introduite, la fin du monopole de programmation de la télévision est déclarée. Ces différents

éléments accélèrent considérablement la production de programmes et l'arrivée d'Arthur Conte, dont l'objectif est de « faire éclore les forces de la joie » (p. 47), encourage considérablement la production de jeux et divertissements. L'élaboration des grilles de programmes est maintenant réalisée à partir des enquêtes menées par les instituts de sondages d'opinion. La télévision applique désormais une logique commerciale renforcée par l'arrivée des chaînes privées. À partir de l'éclatement de l'ORTF, la programmation est régie par la concurrence : les programmes courts et populaires, comme les jeux, sont privilégiés et diffusés en *access prime time*. Depuis 1987, les formats des jeux télévisés français sont adaptés aux formats internationaux puisque les producteurs ne veulent plus que rarement prendre le risque financier d'innover avec une formule qui n'a pas fait ses preuves, les annonceurs pesant de plus en plus sur les programmes télévisés.

- 4 Ce panorama historique des stratégies de production dressé, Laurence Leveueur s'intéresse ensuite aux types de compétences que sollicitent les différentes formules de jeux télévisés. Elle reprend la taxinomie de Benjamin Bloom qui distingue trois principaux domaines de compétence nécessaires en milieu scolaire : le domaine cognitif, affectif et psychomoteur, applicables aux jeux télévisés. Ceux qui relèvent du domaine cognitif sont le produit de formes simples. Ce peut être la devinette qui, si elle est visuelle, repose sur une capacité de reconnaissance ; si elle est auditive, sur une faculté de mémoire, et si elle est orale, sur les deux mêlés. Ce peut être également l'énigme, qui requiert la capacité de déduction. Ces jeux appartenant au domaine cognitif demandent généralement de compétences intellectuelles diverses, du niveau du collègue. En ce qui concerne les jeux du domaine psychomoteur, ils tendent plus vers le divertissement et les compétences qui leur sont nécessaires « font écho à des situations de la vie « ordinaire » » (p. 83) : compétences artistiques – chant et théâtre –, sportives, mais aussi compétences professionnelles et savoir-faire individuels. Enfin, les jeux du domaine affectif testent les composantes affectives du comportement du candidat : concentration, motivation, maîtrise de soi. Ces compétences varient en fonction du contenu des émissions. L'auteure recense donc les domaines et les thèmes exploités par les jeux télévisés à partir de 1950. S'appuyant sur John Fiske, les savoirs mobilisés sont ici répartis en deux catégories : le « savoir académique », qui est universel, et le « savoir quotidien », appelé aussi « savoir humain » (p. 96). Les jeux utilisant des connaissances académiques s'appuient soit sur une culture normative, soit sur un savoir acquis à l'école, soit sur une culture encyclopédiste. Fondée sur l'actualité principalement, la culture générale requise pour certains jeux permet de capter l'intérêt de toutes les tranches d'âge. Concernant le savoir humain, il requiert des connaissances individuelles, personnelles. La programmation varie selon les contenus. Les jeux mobilisant un savoir académique sont diffusés en *prime time*, tandis que ceux contenant un savoir humain sont orientés vers les téléspectatrices et les enfants, et sont diffusés en fin d'après-midi. Ces contenus et les compétences évoquées plus haut, sont les fondements du jeu. Différentes figures de joueurs se meuvent au cœur de la partie en cours. D'abord, ils peuvent être érudits, c'est-à-dire experts en un domaine précis. Au-delà du spécialiste, ils peuvent même être « champions ». La figure du candidat peut aussi être celle de « Monsieur tout le monde » (p. 117). Pour celui-ci, ce ne sont pas les compétences cognitives qui sont demandées, mais les compétences individuelles et le fait qu'il soit représentatif d'une catégorie de la population française. Les candidats doivent provoquer un processus « d'identification-projection du téléspectateur au candidat » (p. 127) qui peut s'effectuer par l'admiration que le

télespectateur porte au joueur, souvent lorsque celui-ci est érudit, ou par l'identification au joueur qui lui ressemble : il s'agit du « mode mimétique haut » et du « mode mimétique bas » (*ibid.*). Les candidats des jeux de télé-réalité, quant à eux, dépassent ce mimétisme puisqu'ils endossent des rôles qui les rapprochent de types imaginaires. Les candidats se meuvent dans un espace dont l'évolution est développée dans le chapitre suivant de l'ouvrage. De ce lieu spécifique dépendent les performances des acteurs du jeu.

- 5 L'étude de l'organisation des dispositifs des jeux télévisés s'appuie sur les observations de Pierre Boudon, architecte et sémiologue, qui relève deux types de structures : structure « diamétrale », structure « concentrique » (p. 132). Ces mêmes configurations structurent les dispositifs télévisuels. Des années 50 aux années 80, la simplicité des premiers dispositifs (une table et des chaises) favorise les rapports d'égalité entre les candidats, séparés de l'animateur, et la proximité entre les acteurs. L'espace peut être organisé de façon concentrique, ce qui permet d'y inclure le public. L'organisation peut aussi être spatio-temporelle, ce qui signifie que les différentes manches du jeu sont déterminées par des déplacements des candidats. Leur progression dans le jeu est marquée par leur rapprochement avec l'animateur, ce qui renforce le sentiment de proximité et de complicité. Ces structures renvoient souvent à des espaces sociaux réels, comme l'amphithéâtre, la place publique, ou des espaces naturels spectaculaires. L'influence du théâtre est très importante dans les premiers jeux télévisés. Elle est ensuite remplacée par celle de la bande dessinée puis de l'électronique et de l'art de la vidéo. Qu'il s'agisse du décor, ou d'habillage visuel, le but recherché est de créer une identité du jeu pour qu'il soit identifiable entre tous par le téléspectateur. Une étude des évolutions chromatiques et des lumières permet de préciser comment s'élabore cette « atmosphère visuelle » (p. 146).
- 6 Cette analyse des dispositifs conduit la chercheuse à analyser les procédés qui permettent l'orientation du regard du téléspectateur et qui impliquent de prendre en compte plusieurs points de vue. Le point de vue cognitif est travaillé par des superpositions d'image, ou par des jeux de cadres et de cadrages différents selon les principes dominants des jeux, qui permettent la mise en abyme ou le fait de marquer l'écoulement du temps. Ces effets de cadrage et d'angles de vue substituent la caméra au regard du téléspectateur qui devient alors un « observateur privilégié » (p. 159), également grâce aux gros plans et très gros plans récurrents. Ainsi interpellé, le téléspectateur est impliqué dans le jeu et découvre un véritable plaisir ludique. L'actuel essoufflement des jeux télévisés est dû à la standardisation des formats proposés. Pour cette raison, Laurence Leveueur conclut en soulignant le besoin d'une redéfinition ou, plus exactement, d'une re-précision du genre.

AUTEURS

FRANCE GARAT

CREM, université Paul Verlaine-Metz

fgarat@hotmail.fr