

## **DU JEU AU JEU TELEVISE : MEDIATISATION ET TRAVESTISSEMENTS**

**Laurence Leveueur  
Université de Toulouse 1 Capitole**

Point vers lequel convergent différents regards, le jeu se présente d'emblée comme un objet protéiforme, transversal, dont on peine à établir les caractéristiques objectives. Les causes et les fonctions du jeu ainsi que ses différentes manifestations ont suscité une abondante littérature dans les sciences humaines et sociales. Mais selon quels critères définir ce phénomène ? De toute évidence les théoriciens ont le plus grand mal à trouver les traits définitoires à partir desquels une pensée du jeu pourrait être élaborée. Or si l'on s'interroge sur les promesses ontologiques véhiculées par un nom de genre tel que le « jeu télévisé », il convient au préalable de préciser le sens du mot « jeu » et la façon dont le terme a pu être appréhendé. La télévision reste avant tout une « entreprise de recyclage » (Lochard, Boyer, 1995 : 100) qui a passé au « moule de son langage audiovisuel » (Lochard, Boyer, 1995 : 100) des formes extra-médiatiques dont le jeu est l'une des plus anciennes et les plus répandues. Les réflexions menées par différents champs disciplinaires sur cet objet constituent donc un précieux héritage qu'il faut questionner, afin d'en extraire les éléments à partir desquels saisir au mieux les spécificités du jeu tel qu'il peut se manifester à la télévision.

### 1. Aux fondamentaux du jeu : l'attitude ludique.

Pour Jacques Henriot le jeu doit d'abord être défini en tant que fait : « Quelles en sont les caractéristiques et dans quelles conditions peut-il exister ? » (Henriot, 1969 : 11), telles sont les premières questions qui s'imposent. Ce qui va permettre de distinguer le jeu de ces autres formes d'activités sociales est à chercher, selon le philosophe, dans l'attitude du joueur. Ainsi, la transition du jeu au sport ne se marque pas uniquement par le passage de la règle au règlement ou par le caractère très organisé des compétitions auxquelles donne lieu le second, mais encore une fois dans l'usage et la pratique que l'on en fait : « Prise en elle-même la natation n'est qu'un moyen de locomotion : on peut s'en servir par jeu, la pratiquer de façon sportive, en faire l'instrument d'un travail. » (Henriot, 1969 : 24)

Il insiste donc sur le caractère déterminant de l'attitude ludique qui seule permet d'instaurer l'activité de jeu. Il propose de la définir selon trois critères. Il constate tout d'abord que « (...) la distance est la forme initiale du jeu » (Henriot, 1969 : 73). Le jeu désigne en effet, dans l'un de ses emplois, la « marge d'indétermination » qui s'introduit dans le fonctionnement d'un objet, et de laquelle découle une certaine imprévisibilité : « C'est le jeu qui subsiste entre les divers éléments qui permet le fonctionnement d'un mécanisme » (Caillois, 1967 : 14-15). Cette incertitude est, selon J. Henriot, le caractère le plus visible de l'attitude ludique, ce qui la distingue des autres conduites, plus « sérieuses », dont l'objectif est justement de réduire au maximum cette marge d'imprévisibilité. La distanciation qui caractérise l'attitude ludique « se double d'une déréalisation » (Henriot, 1969: 75) ; non seulement le joueur prend du recul par rapport à son acte, en prend conscience, mais il atteint également une sorte d'état second qui lui fait perdre contact avec le réel : « L'intervalle qui sépare l'acteur de son acte fonde la duplicité du joueur qui sait qu'il joue. » (Henriot, 1969: 77)

Enfin, la troisième caractéristique de l'attitude ludique est l'illusion. Etymologiquement, le terme a été emprunté au latin classique *illusio* qui désigne l'« ironie » en rhétorique et qui a ensuite pris les sens chrétiens d'« objet de dérision » et de « tromperie ». Jacques Henriot emploie ce terme pour désigner à la fois l'entrée dans le jeu, qui renvoie effectivement à la composition de l'étymon latin « *in-ludus* », et la conscience du jeu car « (...) jouer, c'est d'abord poser que l'on joue » (Henriot, 1969 : 78). S'appuyant sur les observations de Jean Château à propos du jeu chez l'enfant, le philosophe note que l'entrée dans le jeu n'est possible qu'au moment où celui-ci accepte par convention cette illusion. L'illusion comprise ainsi est inhérente à tous les jeux, et pas seulement aux jeux de fiction. Tandis que chez J. Château l'illusion du jeu est associée à la conduite de « faire-semblant » et limitée au domaine des jeux symboliques, J. Henriot en fait le fondement même de l'attitude ludique, ce qui va l'instaurer.

Plus que l'intérêt des candidats d'une émission pour un éventuel enjeu, c'est l'adoption ou non d'une attitude ludique qui va installer le jeu. La distanciation se manifeste par l'acceptation de la « marge d'indétermination » qui fonde chaque épreuve ou test, par le caractère imprévisible du jeu, sans lequel celui-ci est faussé. Le caractère incertain de l'activité de jeu est en outre l'un des critères définitoires avancés par Roger Caillois, qui permet de garantir le suspense, le risque, ou tout du moins de l'émotion qui en émane. La

distanciation permet au joueur de prendre du recul par rapport à son acte, d'avoir conscience d'être sur un plateau de télévision pour jouer. Cette distanciation est notamment favorisée par l'illusion qui permet l'*entrée dans le jeu* conditionnée par les règles posées par l'animateur.

A ces trois critères fondamentaux, s'ajoutent des règles qui président à l'instauration du jeu et structurent le comportement du joueur. Comme le souligne Sébastien Genvo dans un article consacré aux phénomènes de ludicisation mis en œuvre par les jeux vidéos : « (...) nous pouvons donc avancer que lorsqu'il adopte une attitude ludique, un individu procède à l'agencement d'un ensemble de règles et de moyens (qui structurent son attitude ludique), d'un monde fictionnel (puisque jouer c'est « faire comme si ») et d'un contexte pragmatique (le monde extérieur dans lequel s'incarne le jeu) » (Genvo, 2012 : 4). Ces caractéristiques permettent d'ailleurs de tracer certaines distinctions entre divertissement et jeu. Gilles Brougère, précise ainsi que le jeu se manifeste par la participation active des joueurs et c'est ce qui permet, selon le chercheur, de « découvrir, d'apprendre à maîtriser » (Brougère, 2003 : 50) le cadre spécifique créé par lui. Non seulement les programmes télévisuels sont le fruit de processus communicationnels spécifiques, mais ils sont aussi producteurs « de réalités discursives distinctes » (Jost, 1999 : 57), de « mondes » – terme qui permet d'englober plus largement des émissions dont les étiquettes génériques révèlent l'hétérogénéité des critères employés pour les nommer. François Jost en a ainsi défini trois (les mondes réel, fictif et ludique) qui obéissent chacun à des logiques propres. Au sommet du triangle qui symbolise ces trois pôles se place le *monde ludique* dont les émissions répondent aux traits suivants :

*[Elles] ne peuvent être comprises qu'en fonction d'un univers régi par des règles plus ou moins contraignantes, qui s'exercent dans un monde plus ou moins proche de notre réalité, mais dans lequel ceux qui jouent sont des personnes appartenant à notre monde, avant d'être des personnages.* (Jost, 2005 : 90)

Le joueur, pour comprendre l'univers créé pour et par le jeu, pour en saisir les règles spécifiques, doit en effet passer par un apprentissage. Dans cette perspective, le « jeu serait le lieu d'apprentissage du divertissement en général... » (Brougère, 2003 : 50), puisque ce dernier n'implique nullement la participation active du sujet, et se définit d'ailleurs chez certains philosophes comme un repos de l'activité et un simple délassement, même si depuis Pascal il consiste en un « mouvement » visant à nous détourner de nos malheurs. Cette dernière distinction peut s'avérer féconde lorsqu'il s'agit de penser le jeu télévisuel et de le distinguer d'autres genres voisins...

## 2. Jeu et divertissement la télévision.

Pour tracer la frontière entre jeu et divertissement, François Jost opère le constat suivant : « La langue définit le premier comme une activité qui détourne l'individu des problèmes essentiels (*di-vertere*, se détourner) et le second comme une activité qui contient en soi sa propre finalité par le plaisir qu'elle procure au joueur. » (Jost, 2005 : 93) En somme, si le divertissement est avant tout un spectacle distrayant pour le public, le jeu reste une *activité* « fondée sur le plaisir symbolique ou matériel qu'y trouve le joueur et secondairement sur le plaisir qu'en tire le téléspectateur. » (Jost, 2005 : 93)

Ajoutant à ces différentes remarques les traits définitoires qui fondent l'*attitude ludique* (distanciation, déréalisation et illusion), nous pouvons dès lors mieux cerner les manifestations télévisuelles du jeu et les distinguer du divertissement proprement dit. Une émission comme *Les Grands enfants* [1967-1970], diffusée chaque mois le samedi soir à 21 heures, proposait à de célèbres comédiens tels que Roger Pierre, Jean-Marc Thibault, Francis Blanche, Sophie Desmarets, Jacques Martin, Jean Yanne, etc., de se livrer à des jeux de rôles faisant appel à la mémoire, à de petites improvisations sur un thème, le tout dans une ambiance bon enfant, où nul gain, autre que le pur plaisir du public, n'était visé. La satisfaction du téléspectateur de ce programme ne résultait « (...) en l'occurrence, ni de sa participation directe au jeu, qui restait un pur spectacle, ni du gain, mais des dialogues et des situations inventées par les joueurs. » (Jost, 2005 : 93) L'accent était mis sur le jeu des acteurs, comme dans cette autre émission plus récente ; *Balthazar* [1990-1991], diffusée sur Antenne 2 et présentée par G. Beller, dans laquelle deux équipes de vedettes menées par une personnalité s'affrontaient dans des jeux de mime, d'interview, d'improvisation... Ces deux émissions s'appuient essentiellement sur le *jeu des acteurs*, qui est un jeu pris ici dans son acception théâtrale de *représentation*. Les règles auxquelles elles obéissent sont secondaires par rapport à la force de l'improvisation, et c'est ce qui permet à F. Jost de les apparenter au divertissement.

Nous pourrions préciser que dans le cas de certains jeux télévisés, les candidats, majoritairement anonymes, peuvent être assistés par des vedettes, comme dans *Les Jeux de Vingt Heures* ou *L'Académie des neuf*. Lorsque les émissions font occasionnellement participer des vedettes, notamment pour une cause caritative, l'émission tend vers le divertissement. Certaines émissions ont pris le parti de ne plus impliquer directement des

anonymes, les remplaçant par des vedettes du petit écran, des sportifs ou des comédiens célèbres, comme *Fort Boyard* depuis 1995. Toutefois, contrairement à certaines émissions de divertissement dans lesquelles ces candidats célèbres jouent avec les codes de l'émission et avec les règles du jeu, *Fort Boyard* oblige ses participants à les respecter scrupuleusement. Enfin, cette émission permet au téléspectateur de participer virtuellement, en essayant de résoudre les énigmes du Père Fourras ou en trouvant le mot-clé qui permettra, grâce aux indices récoltés par les candidats, d'ouvrir la salle des coffres. Les producteurs de l'émission ont ainsi multiplié les procédés permettant d'impliquer les téléspectateurs, de capter l'audience et de renouveler son intérêt : soit par l'organisation de paris autour des performances possibles des équipes et la mise en place d'une énigme visuelle destinée aux jeunes téléspectateurs en 2001, ou encore par la possibilité de répondre à des questions sur l'émission par SMS ou téléphone dès 2002. En somme, les jeux télévisés peuvent fort bien inclure la participation de vedettes sans basculer complètement vers le pur divertissement, à la condition que les candidats entrent véritablement en compétition, et que le jeu aboutisse à une victoire ou à une défaite déclarée. Nous avons souligné, à la suite de François Jost, la particularité de certaines émissions qui non seulement n'aboutissent à aucune victoire ou défaite déclarée (*La Boîte à malices*, *Télétests*) ou encore sont essentiellement fondées sur le jeu des acteurs, le plaisir de se soumettre à des improvisations qui, si elles sont jugées par un public ou les téléspectateurs, ne débouchent pas nécessairement sur une sanction ou une récompense (Leveneur, 2009). Ces émissions, si elles offrent aux téléspectateurs un divertissement plaisant plus qu'un jeu avec un gain, matériel ou symbolique, se caractérisent par une forme de gratuité parfaitement inhabituelle à la télévision, notamment pour le genre qui nous concerne. Pour les joueurs, qu'il s'agisse de *quidams* ou de vedettes, elles engagent de leur part une *attitude ludique* désintéressée qui finalement répond tout à fait à la définition que Roger Caillois donne du jeu en général. Il faut donc convenir que si ces émissions se présentent, du point de vue du téléspectateur, comme de purs divertissements (bien que certaines séquences de *La Boîte à malices* ou de *Télétests* impliquent une forme de participation de la part du spectateur), elles sont aussi pour les joueurs l'occasion d'un véritable jeu sans enjeu, sans gagnant ni perdant, mais qui reste fondé sur une succession d'épreuves ou de tests soumis à des règles précises et qui engagent une attitude ludique.

Mais la distinction entre le jeu et le divertissement peut s'avérer délicate lorsqu'une émission, tout en empruntant au premier ses règles, fonctionne sur l'habileté des joueurs à s'en dégager. Une émission comme *Tout le monde en parle*, présentée par Thierry Ardisson, illustre selon F.

Jost ce paradoxe (Jost, 2005 : 102-103). Le programme obéit en effet à des règles strictes, à des codes qui sont fréquemment rappelés par le présentateur. Les invités, n'ayant pas nécessairement vocation à être des acteurs, sont contraints de s'y soumettre, au risque, pour ceux qui n'auraient pas saisi cette mise à distance, de passer à côté de leur prestation. Ainsi, les personnalités présentes dans ce *show* doivent adopter toutes les postures de *l'attitude ludique* (distanciation, déréalisation et illusion) pour s'engager dans ce qui ressemble à une véritable joute verbale, dont le contenu importe moins que la *manière* et la répartie des joueurs. Principe commun à d'autres émissions comme *On a tout essayé* sur la même chaîne ou *La méthode Cauet* sur TF1. Toutefois, comme le souligne F. Jost, les personnalités sont jugées en fonction de leur habileté à jouer avec les règles plus que sur leur capacité à s'y soumettre. Le plaisir du téléspectateur réside essentiellement dans le spectacle distrayant offert par ces interviews parfois osées auxquelles se plient toutes sortes de personnalités, parmi lesquelles figurent certains hommes politiques parmi les plus importants, et par les étonnantes situations que crée ce jeu avec les règles habituelles du *talk show*. Ces émissions appartiennent donc à la catégorie générale du divertissement.

En somme, la transition du jeu au divertissement, à la télévision, se traduit par un changement de regard. Le téléspectateur du jeu se concentre d'abord sur les règles et peut participer par identification, délégation ou à distance, tandis que celui du divertissement s'intéresse moins aux règles du jeu qu'au jeu avec les règles et aux fantaisies ou situations inhabituelles créées par la participation exceptionnelle de vedettes à son émission.

### 3. Une typologie du ludique télévisuel est-elle possible ?

Certains chercheurs, comme François Jost, ont entrepris de dresser une typologie du *ludique télévisuel*, en étendant les classifications de Roger Caillois à toutes les manifestations possibles du jeu à la télévision, ce qui dépasse le jeu télévisé *stricto sensu* puisque *l'attitude ludique*, comme nous avons pu le constater précédemment, peut surgir à tout instant, dès lors que sont réunies les trois critères qui la fondent : distanciation, duplicité et illusion. Nous avons donc confronté ces catégories aux émissions de notre corpus (Voir Leveneur, 2009), qui comporte précisément des émissions composites, afin de déterminer dans quelle mesure leur application se révélait pertinente et si elles pouvaient être affinées. L'application des classifications proposées par Roger Caillois (agon, aléa, mimicry, illinx) aux émissions télévisées s'avère parfaitement fructueuse. Toutefois, les jeux en général s'appuient rarement

sur une seule des catégories fondamentales proposées par R. Caillois, ils les combinent bien souvent. De toute évidence, le caractère composite des émissions de télévision accentue encore cette tendance, si bien que François Jost observe par exemple, au sein d'un jeu comme *Fort Boyard*, des séquences d'*agôn*, d'*alea*, de *mimicry*, d'*ilinx*, ainsi que des progressions dans les manières de jouer qui oscillent entre les deux pôles du *ludus* et de la *paidia*.

Quel que soit le niveau d'observation où l'on se place, la classification du sociologue semble pertinente. Toutefois, la confrontation de cette typologie aux émissions de notre corpus en a révélé le caractère insuffisamment discriminatoire : au sein de l'*agôn* télévisuel, il nous a ainsi fallu séparer les émissions relevant tantôt du concours, tantôt du championnat, de celles fondées sur un principe de classement. L'*agôn*, même circonscrit aux jeux télévisés, étend son empire à plusieurs centaines d'émissions qui vont de *Télé-Match* à *À la recherche de la nouvelle Star*, en passant par *La Chasse aux trésors*. Mais cette catégorie ne nous permet pas de distinguer les différences fondamentales qui existent entre ces trois programmes, tant du point de vue des dispositifs et de la mise en scène que du type de participants qui y sont engagés, ou du contenu réel qu'elles proposent au téléspectateur.

En outre, les définitions que donne R. Caillois de ces principes fondamentaux ou de ces manières de jouer sont si larges qu'elles concernent aussi bien les jeux en général, que les formes institutionnalisés ou corrompues qu'ils prennent dans la vie sociale. Le goût de la compétition, comme principe, est aussi manifeste dans les compétitions intellectuelles, physiques ou artistiques proposées par la télévision, que dans le cadre économique général qui place notre société dans un système de concurrence et peut évoluer, une fois corrompu, vers la violence.

D'autre part, elles ne suffisent pas à penser l'ensemble des principes sur lesquels les jeux télévisés peuvent fonder leurs formules. Nous avons par exemple pu observer la prépondérance d'émissions de télévision qui proposent aux téléspectateurs et aux candidats de jouer avec les images, soit dans le but de leur faire prendre conscience des mécanismes qui sont sous-jacents aux images télévisuelles (*La Boîte à malices* [1972-1973], *Télétests* [1980-1981]), soit pour donner aux jeux des années 1950-1980 un aspect plus *visuel* avec des illustrations variées, ou enfin selon des concepts visant à permettre aux joueurs d'exercer leur mémoire ou leur attention visuelle (*L'arbalète de Noël* [1969], *Documents secrets* [1985-1986], *Mémoquiz* [2006], etc.). Si l'on décide d'intégrer ce type d'émission dans l'*agôn*, il faudrait alors affiner cette catégorie en précisant la nature des compétences demandées aux

joueurs, tout comme il nous a semblé important de distinguer, au sein du principe de la compétition, le concours et le classement.

Enfin, la porosité de ces catégories qui peuvent être « macro-structurantes », lorsqu'il s'agit notamment de déterminer le principe dominant d'une émission de jeu, ou « micro-structurantes », quand elles permettent de séparer minutieusement les diverses séquences de la progression ludique d'un programme comme *Fort Boyard*, rend leur utilisation délicate. Leur extrême flexibilité, associée à un concept aussi labile que le jeu, permet d'étendre leur champ d'application à un point tel que leur fonction première n'est plus opératoire.

Nous pouvons donc, à l'instar de Charo Lacalle (Lacalle, 2001), considérer ces catégories comme de simples étiquettes *ad hoc* qui permettent de regrouper des émissions en fonction de leurs ressemblances principales. À partir de l'observation de plusieurs jeux télévisés espagnols, l'analyste souligne le caractère à la fois conservateur et « caméléon » des jeux télévisés qui, depuis les débuts de la télévision, ne cessent de recycler quelques formules et de les réinventer pour les adapter aux tendances du moment « (...) en incorporant des éléments aussi bien thématiques que structurels » (Lacalle, 2001 : 68). Elle justifie ainsi le choix de recourir à des typologies flexibles face à un genre qui multiplie les formats, en considérant ces classifications comme « de simples étiquettes *ad hoc* [lui] permettant de regrouper les émissions en fonction de leurs ressemblances structurelles ou sémantiques, et de mettre en évidence leurs caractéristiques les plus remarquables. » (Lacalle, 2001 : 76). Elle part donc de quatre classifications – les jeux de questions réponses, les jeux téléphoniques, les jeux commerciaux et les jeux spectaculaires – dont elle analyse ensuite en détail un prototype afin de déterminer les points communs et les différences qui permettent de distinguer les autres émissions de la catégorie de ce cadre de référence.

En somme, si cette typologie ne suffit pas à penser l'ensemble des manifestations télévisuelles du jeu, elle offre un point de départ précieux qui permet de clarifier les liens entre le jeu télévisé et d'autres types d'émissions qui lui sont très proches.

Il nous semble toutefois important de souligner que le jeu télévisé, comme d'autres phénomènes ludiques extra-médiatique, restent soumis à des variations diachroniques qui, si elles ne modifient pas les caractéristiques fondamentales que nous venons de souligner et qui fondent l'attitude ludique, modifient profondément ses caractéristiques structurelles. Sébastien Genvo en a fait la démonstration à propos des jeux vidéos, et l'observation d'un



corpus massif de 400 programmes diffusés durant 50 ans à la télévision française nous a conduit au même constat. Ces variations sont d'ailleurs particulièrement révélatrices de certaines tendances sociales (Voir Leveneur, 2009).

#### 4. Structure du jeu télévisé et attitude ludique du téléspectateur.

Parmi les caractéristiques qui fondent l'acte de jouer, nous avons souligné l'importance des règles sur lesquelles reposent ce que Sébastien Genvo nomme la structure du jeu. Sur le petit écran, elles sont fréquemment rappelées par un animateur. Ces règles sont intangibles, sauf lorsque la production décide de les modifier afin d'accentuer l'intérêt d'un jeu ancien comme par exemple *Des Chiffres et des lettres*. Les auteurs de cette émission ont en effet peu à peu augmenté le tirage des lettres qui est passé de sept à neuf lettres, tout en réduisant le temps de réflexion et en insérant récemment un « duel » entre deux coup de lettres, dans lequel les candidats tantôt s'affrontent sur un tirage de lettres à partir duquel il doivent trouver deux mots répondant à une définition, tantôt procèdent à un calcul mental des plus compliqués.

Toutefois ces changements n'interviennent jamais au cours d'une partie et sont décidés avant le lancement d'une nouvelle saison du programme. Le non-respect des règles du jeu entraîne nécessairement des scandales qui peuvent aboutir à l'arrêt définitif d'une émission, comme ce fut le cas pour ceux qui entachèrent les *quiz shows* américains à la fin des années 1950. Et si l'animateur est lui-même suspecté de tricherie, comme ce fut le cas à propos du comédien Yves Régner qui aidait vraisemblablement les candidats à gagner certaines épreuves dans *Le Sphinx* [1988, FR3], il est aussitôt remplacé par un confrère. Certains programmes ont fait de ces tricheries des cas d'école, prétextes à des émissions spéciales sans doute dissuasives, comme *Qui veut gagner des millions*. Les producteurs de ce jeu consacrerent une émission entière, diffusée en prime-time, à la tricherie découverte entre un candidat et son accompagnateur situé dans le public qui lui soufflait par différents codes les bonnes réponses. Ces règles peuvent d'ailleurs devenir l'objet même du spectacle télévisé. Dans l'émission de Guy Lux, *Intervilles*, le moment de la contestation et de la négociation de celles-ci devint ainsi un passage obligé voire emblématique du programme.

Ces règles permettent d'encadrer le déroulement du jeu qui s'achève nécessairement par la désignation d'un vainqueur, soit en fonction de la réussite de ce dernier à l'ensemble des épreuves proposées, soit à l'issue d'un processus d'élimination. Pourtant, la déclaration de

victoire n'est pas propre aux jeux télévisés puisque plusieurs émissions de divertissement proposent aux invités (Le « Blind test » dans *Tout le monde en parle*, *La Fureur du samedi soir*, etc.) ou aux chroniqueurs habituels de l'émission (le « Kikavuki, Kikavukoi » de *On a tout essayé*) un jeu dans lequel des gagnants et des perdants sont effectivement désignés. Mais ces programmes, lorsqu'ils prennent la forme du jeu télévisé, visent davantage à créer une compétition sympathique entre des vedettes qui décident de « jouer le jeu », de s'y prêter pour divertir le public et les téléspectateurs qui ne peuvent jamais prendre part au jeu ou en tirer un bénéfice. Ils se situent donc du côté du divertissement.

Or ces règles doivent être, selon François Jost :

*(...) porteuses d'un plaisir pour le téléspectateur, soit [qu'elles lui permettent] d'exercer sa sagacité en se mesurant à celui qui est dans l'écran, soit [qu'elles fournissent] une compensation symbolique à ce qu'il vit dans la société, soit qu'il puisse enfin participer au jeu (par téléphone, SMS ou courrier). (Jost, 2005 : 93)*

Si l'on veut comprendre la nature des transformations subies par le jeu lorsqu'il s'insère dans la communication télévisuelle, il faut garder à l'esprit que celle-ci engage un certain type d'énonciation. L'énonciation télévisuelle implique la hiérarchisation de deux instances d'énonciation. La première instance désigne ceux qui détiennent le pouvoir réaliser l'émission, de choisir les sujets qui y seront abordés ou encore de déterminer la composition du plateau, comme les journalistes, les producteurs ou les réalisateurs. La seconde instance est représentée par les animateurs et les joueurs eux-mêmes. En somme, l'énonciation télévisuelle se manifeste à travers deux types de médiations : une médiation verbale et sonore, manifeste à travers les discours et les rôles des animateurs, des candidats, du public, mais aussi des *voix off* ou *over*, et une médiation visuelle, résultat des choix de mise en image opérés par les réalisateurs et les producteurs des programmes.

Ainsi, l'une des premières conséquences de la médiatisation du jeu est la prise en compte du téléspectateur. Aux caractéristiques fondamentales qui fondent l'attitude ludique deux éléments qui modifient la nature du jeu lorsqu'il devient *télévisuel* :

- *le caractère composite des émissions de télévision, qui peuvent se construire sur plusieurs types de jeux à la fois ;*
- *la présence d'un double public. Si, comme le notait Caillois, « toute compétition est en elle-même un spectacle », au point que « le champion et la vedette sont des personnages*

*interchangeables* », la télévision ajoute au public présent dans la salle un autre qui le regarde : nous-mêmes, calés dans nos fauteuils. (Jost, 1999 : 123)

Mais la confrontation virtuelle du téléspectateur aux candidats présents en studio ne se fait pas nécessairement selon des règles identiques. Du point de vue cognitif, le téléspectateur peut très bien disposer d'un savoir supérieur à celui du candidat, grâce aux indices qui lui sont fournis tantôt par la médiation visuelle – comme dans *Questions pour un champion*, lors de la troisième manche, quand s'inscrit à l'écran un indice supplémentaire – tantôt par la médiation verbale, comme dans *Télétests* [1980-1981], lorsque l'animateur Claude Villers dévoile en aparté aux téléspectateurs les rouages de certains jeux auxquels seront soumis les candidats. Dans les deux cas « l'environnement cognitif du téléspectateur est supérieur à celui des acteurs » (Jost, 1999 : 57) et l'on se place dans ce que F. Jost nomme une situation de *focalisation spectatorielle*. Celle-ci est qualifiée d'*interne* lorsque les savoirs des candidats et des téléspectateurs sont identiques, et d'*externe* quand le téléspectateur dispose d'un savoir moindre par rapport aux participants en plateau. Selon l'avantage cognitif dont dispose le public assis devant son petit écran, l'implication et le plaisir éprouvés face à une émission varient.

Ce *jouer* par procuration est donc un élément spécifique de l'attitude ludique propre au téléspectateur. Mais ce dernier peut également participer à distance aux jeux que lui propose la télévision : le courrier, le téléphone, le minitel et maintenant Internet sont autant de moyens qui viennent s'associer au petit écran dans un mouvement d'*intermédialité*.

Nous avons eu l'occasion de souligner dans un article consacré aux jeux télévisés sollicitant les capacités d'observation des joueurs l'aptitude de ces programmes à questionner le langage audiovisuel et les compétences du téléspectateur (Leveneur, 2006). Déjà le célèbre « train-interlude » (*Le train de la gaîté/Rébus express/Interlude*, 1962-1964), diffusé au début des années 60, proposait aux téléspectateurs un rébus à résoudre. Les jeux télévisés diffusés au début des années 90, comme *Hugo Délires* (1992-1993) – qui deviendra, en 1993, *Les Délires d'Hugo* (1993-1994) – ou encore *Télétennis* (1994), étonnèrent la presse par leur caractère innovant. En effet, ces émissions permettaient aux jeunes téléspectateurs de jouer à des jeux vidéo, à distance, via leur combiné téléphonique. Or, jusque-là, la participation des téléspectateurs à distance consistait à aider les candidats en plateau, par téléphone, courrier ou minitel, à répondre directement à des questions. Encore une fois, les archives

audiovisuelles révèlent la précocité du média. Très tôt, la télévision a proposé à ses jeunes téléspectateurs de jouer avec leur écran, notamment grâce à un jeu de décodage qui leur permettait, à partir d'une grille découpée dans un journal de programme, de trouver le message secret qui leur était adressé par la télévision (*Jeu de la grille*, 1953). Dès la fin des années 60, l'ORTF propose à son public une émission intégralement fondée sur un principe interactif, intitulée *L'Arbalète de Noël* (1969-1970). Ce programme quotidien d'une quinzaine de minutes, présenté par Guy Lux et réalisé par Jean Cohen, permettait aux téléspectateurs, alors munis d'un téléphone, et ayant renvoyé aux producteurs une carte-réponse trouvée dans une Caisse du Crédit Agricole, de diriger à distance le tir d'une arbalète. Pour cela, un viseur adapté à l'objectif d'une caméra était dirigé par un caméraman dont on avait pris soin de bander les yeux. Ainsi devait-il suivre les indications données par des concurrents au téléphone qui jouent pour 3 millions d'anciens francs. L'écran de télévision prenait donc la forme d'un véritable dispositif ludique. Le téléspectateur, tout en observant les performances des autres joueurs en plateau ou au téléphone, pouvait ainsi, selon un principe d'identification qui participe de ce que Roger Caillois nomme la *mimicry*, être lui-même engagé dans une attitude ludique.

Durant cette même décennie, certains dispositifs mis en place par l'INA et le Service de la Recherche de l'ORTF invitèrent les téléspectateurs à interroger le langage audiovisuel (Leveneur : 2006), comme *Télétests* [1980-1981, FR3] par exemple. Aujourd'hui, certains producteurs comme Julien Courbet proposent aux téléspectateurs, via un système de QR Code, de participer simultanément à certains jeux télévisés, comme dans *Seriez-vous un bon expert*, jeu de culture générale actuellement diffusé sur France 2. Mais au-delà de ces dispositifs qui tentent de rendre le petit écran plus interactif, nous avons souligné l'importance des mises en scènes visuelles qui permettent autrement l'implication ludique du téléspectateur, lui fournissant parfois un plus de voir par rapport aux candidats présents en plateau (*La Chasse aux trésors*, *Questions pour un Champion*). Tous ces procédés renforcent l'attitude ludique du téléspectateur, de plus en plus souvent invité à voter ou à jouer à distance. Cette caractéristique renvoie à la nécessaire prise en compte du double public dans la définition du jeu télévisé, par rapport à ses parangons extra-médiatiques...

## Conclusion : comment définir le jeu télévisé ?

L'analyse d'un corpus massif et diachronique, croisé à la définition de l'attitude ludique proposée par Jacques Henriot nous a permis de proposer une définition du jeu télévisé. Celle-ci peut-être ainsi formulée : « Emission impliquant la participation active d'un ou plusieurs candidats/joueurs, vedettes ou anonymes. Ces joueurs s'affrontent dans des épreuves qui engagent certains savoirs, savoir-faire ou savoir-être, et leur déroulement est soumis à des règles contraignantes. Ces règles doivent être posées explicitement dès le début du jeu, et doivent permettre au téléspectateur de participer par délégation – identification-projection –, virtuellement – s'il dispose des mêmes informations que le candidat présent sur le plateau –, ou à distance – par courrier, téléphone, minitel, Internet. Le téléspectateur peut lui aussi engager des compétences cognitives dans cette participation, quelle qu'en soit la nature. Enfin, l'émission doit se clore par la désignation d'un vainqueur, ayant accompli avec succès toutes les épreuves et/ou n'ayant pas été éliminé. Cette victoire déclarée peut se traduire par l'obtention d'un gain ou d'un bénéfice, matériel ou symbolique, direct ou indirect, pour le candidat vainqueur, ou pour le téléspectateur. » (Leveneur, 2009 : 181-182 )

Mais la définition de l'attitude ludique nous a aussi permis de tracer les frontières entre certains programmes relevant parfaitement de la définition de Jacques Henriot, et d'autres qui tendent de plus en plus à réduire la marge d'indétermination propre au jeu, comme les émissions de télé-réalité dont les candidats bénéficient aujourd'hui de contrat de travail et dont les aspects scénarisés les rapprochent davantage de la fiction (Leveneur, 2010).

Notre définition mérite toutefois d'être systématiquement confrontée aux émissions du genre dont le contenu sémiotique, comme nous avons pu l'observer, doit désormais répondre à une multiplicité de promesses pragmatiques. Comme le note Sébastien Genvo : « (...) la signification de jeu n'est pas donnée par avance mais se construit, il n'est pas possible de prendre pour acquis la dimension ludique d'un objet. » (Genvo, 2012 : 17)

## Références citées

Brougère, Gilles (2003), Le jeu entre éducation et divertissement », in B. Darras (Dir.), *Jeux, médias, savoirs*, revue MEI n°18, Paris, L'Harmattan, pp. 43-52.

Caillois, Roger (1967), *Les Jeux et les hommes. Le masque et le vertige*, Paris, Gallimard.

Genvo, Sébastien (2012), Genvo S., 2012, « Penser les phénomènes de ludicisation à partir de Jacques Henriot », Journée d'étude Hommage à Jacques Henriot, Paris, 04 mai, disponible en ligne : <http://www.ludologique.com>

Henriot, Jacques (1969), *Le Jeu*, Paris, Presses Universitaires de France.

Jost, François (1999), *Introduction à l'analyse de la télévision*, Paris, Ellipses.

Jost, François (2005), *Comprendre la télévision*, Paris, Armand Colin.

Lacalle, Charo (2001), *El telespectador televisivo. Los programas de entretenimiento*, Barcelone, Gedisa.

Leveneur, Laurence (2006), « Du Télé-viseur au téléspectateur. Quand la télévision joue avec ceux qui la regardent », *Questions de Communications* n°10, 2006, pp. 333-348.

Leveneur, Laurence (2009), *Les travestissement du jeu télévisé*, Paris, Presses de la Sorbonne Nouvelle.

Lochard, Guy, Boyer, Henri (1995), *Notre écran quotidien. Une radiographie du télévisuel*, Paris, Dunod, coll. Société.