

Jeu de la mort ou jeu avec le feu ? Les leçons d'une prétérition télévisuelle

Game of Death or game with Fire ? The Lessons of a TV Preterition

François Jost



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/2088>

DOI : 10.4000/questionsdecommunication.2088

ISSN : 2259-8901

Éditeur

Presses universitaires de Lorraine

Édition imprimée

Date de publication : 31 décembre 2011

Pagination : 249-266

ISBN : 978-2-8143-0108-5

ISSN : 1633-5961

Référence électronique

François Jost, « Jeu de la mort ou jeu avec le feu ? Les leçons d'une prétérition télévisuelle », *Questions de communication* [En ligne], 20 | 2011, mis en ligne le 01 février 2014, consulté le 19 avril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/2088> ; DOI : 10.4000/questionsdecommunication.2088

FRANÇOIS JOST

Centre d'étude sur les images et les sons médiatiques
Laboratoire d'excellence Industries culturelles et création artistique
Université Sorbonne nouvelle-Paris 3
francoisjost@ceisme.fr

JEU DE LA MORT OU JEU AVEC LE FEU ? LES LEÇONS D'UNE PRÉTÉRITION TÉLÉVISUELLE¹

Résumé. — Bien qu'il fût l'objet d'un battage médiatique exceptionnel, *Le Jeu de la mort* a été un échec relatif. Cette contribution en examine les causes, depuis la promotion jusqu'à la réception. D'un bout à l'autre de la chaîne, ce programme vise d'abord à créer de l'émotion chez le téléspectateur et à lui faire peur devant les conséquences possibles du pouvoir de la télévision. En revanche, son examen détaillé empêche de le considérer comme une transposition juste de l'expérience de Stanley Milgram. En particulier, il néglige de prendre en compte la présence du public. Ce dispositif de jeu, épistémologiquement critiquable, est pourtant à la base de jugements de valeur qui touchent très vite ce « point Godwin » où le raisonnement n'a plus aucune prise. La quête du spectaculaire a finalement décrédibilisé le message scientifique. À sa manière, ce documentaire témoigne de la crise d'identité du service public de la télévision française.

Mots clés. — Télévision, Stanley Milgram, pragmatique, genre, émotion, public, réception.

¹ Cet article a été élaboré avec l'aide de l'ANR-08-CREA-027, dans le cadre du programme « Qu'est-ce que la création télévisuelle ? ».

Avec le recul, je ne suis pas sûr que *Le Jeu de la mort* reste dans les mémoires pour les raisons qu'auraient souhaitées ses auteurs : une dénonciation définitive du pouvoir de la télévision. Il ne semble pas, en tout cas, que le public qu'il s'agissait de convaincre ait été ébranlé au point de moins la regarder. Force est de constater qu'il n'y a pas un « avant » et un « après » l'émission de Christophe Nick. Aucune prise de conscience massive qui aurait poussé une large frange du public à abandonner son passe-temps favori, aucun effet non plus sur la politique de programmation des chaînes ou sur la production des programmes condamnés, tels ceux de la télé-réalité. Alors pourquoi en parler ? Au moment de me mettre à la rédaction de cet article, cette question revient avec insistance et je sens bien qu'elle en conditionne l'aboutissement. Elle se pose d'autant plus pour moi que l'auteur du *Jeu de la mort* supporte si peu la contradiction qu'il incite parfois les contempteurs de son entreprise à se taire. Ayant eu moi-même l'occasion de critiquer dans les médias son documentaire et de dialoguer avec lui sur un plateau de télévision, j'eus ainsi la surprise, un jour de mai 2011, de lire ce commentaire sur mon blog, signé Christophe Nick : « S'il vous plaît [sic] monsieur Jost : oubliez-moi, continuez à délivrer vos messages où bon vous semble mais SANS MOI, vous n'avez pas besoin d'alibi ou de chiffon rouge pour tenter un exercice de pertinence »². Pas facile de se lancer dans l'analyse d'un programme quand son auteur vous demande de vous taire ! Pourquoi une telle hargne ? Simplement parce que j'avais écrit, à un tout autre sujet :

« Depuis les années 40 au moins, avec notamment les travaux d'Adorno sur l'industrie culturelle, les discours les plus audibles sur les médias sont ceux de ses contempteurs, qui affichent périodiquement le mépris qu'ils leur inspirent. Tout a été dit et on assiste à une répétition incessante des mêmes discours de dégoût, de Bourdieu à Christophe Nick, en passant par les germanopratsins du magazine *Philosophie*, jusqu'à Montebourg et Mélenchon »³.

Cette seule expression « dégoût de la télévision » suffit à déclencher les foudres de celui qui écrivait dans son documentaire : « Notre expérience pose donc clairement la nature du pouvoir de la télévision [...]. La télévision peut sans contestation possible organiser demain la mort d'un individu en guise de divertissement ». Je n'avais pas compris qu'il s'agissait d'une déclaration d'amour... Contrairement au procès de la télévision qui se déroulait sur le terrain du téléspectateur, la réponse de Christophe Nick se situait du côté du métier et du statut professionnel : « Je n'ai pas le dégoût de la télé : j'y travaille depuis des années, écrivant, réalisant et produisant des documentaires pour le service public et Canal Plus ». Ce déplacement de l'argumentation sonne comme le recul d'un réalisateur qui se rend compte, après coup, que son réquisitoire contre la télévision dans le cadre même de la télévision peut porter préjudice à sa carrière, d'autant plus que l'audience du programme n'a pas été à la hauteur des espérances de la chaîne et, surtout du budget dépensé.

² Envoyé le 27/10/10 à 13 h 04.

³ Accès : [http://comprendrelatele.blog.lemonde.fr/2010/10/25/remplacer-linsulte-par-la-pensee/\(25/10/10\)](http://comprendrelatele.blog.lemonde.fr/2010/10/25/remplacer-linsulte-par-la-pensee/(25/10/10)).

Comme on voit, ma question initiale, « Pourquoi parler du *Jeu de la mort* ? », en recouvre une autre : « Puis-je parler du *Jeu de la mort* ou dois-je "oublier" Christophe Nick ? ». La réponse est évidente : il faut oublier l'arrogance coutumière de certains producteurs de télévision qui voudraient qu'on reçoive les émissions comme eux, et exercer librement notre droit d'analyse. À cet égard, les réactions de l'auteur ou, du moins, certaines réactions de l'auteur (je laisse de côté les médisances et les attaques personnelles) sont des éléments intéressants dans la mesure où elles sont des symptômes de certaines ambiguïtés du programme qu'il a réalisé. Les raisons qui motivent un retour sur ce programme, disais-je, ne sont peut-être pas celles qu'auraient souhaitées les auteurs. Quelles sont-elles alors ? La première est au centre de l'article tout à fait passionnant de Brigitte Le Grignou et Érik Neveu (2011), à savoir l'évaluation scientifique des propos tenus par le documentaire. Globalement, on le verra, je m'accorde avec leurs critiques et leur argumentation. En me penchant sur la réalisation de l'émission, je prolongerai leur évaluation par une interrogation sur la prétendue adaptation du protocole de l'expérience de Stanley Milgram. La deuxième raison est plus proprement télévisuelle : la diffusion, la programmation et la réception de cette émission nous apprennent plus sur le fonctionnement de la télévision et les téléspectateurs que le documentaire lui-même. En fin de compte, *Le Jeu de la mort*, au-delà de son propos, pose la question suivante : « Comment critiquer la télévision à la télévision ? ».

Une promotion spectaculaire

D'abord, l'article de Brigitte Le Grignou et Érik Neveu confirme qu'une émission de télévision commence bien avant sa diffusion, par les promesses et le bain dans laquelle elle est immergée. Faut-il pour autant parler d'un « pacte de réception » ? Comme j'ai eu maintes fois l'occasion de l'écrire, je ne le pense pas. Un pacte suppose, d'une part, une formulation claire de la relation du téléspectateur au texte ou au document, quel qu'il soit, comme le « pacte autobiographique », par exemple, qui engage le lecteur à prendre le récit pour réel ou plutôt « factuel », comme disent les narratologues, et non pour une fiction ; d'autre part, il suppose un accord, fût-il implicite, entre les visées de l'émetteur et le mode de réception. Or, ce que montre l'ensemble de la communication de cette émission, depuis sa promotion jusqu'à sa réception, c'est un malentendu profond sur son sens et sur la façon de le regarder. Une fois encore, je préfère donc considérer la promotion de l'émission comme une *promesse* qui n'engage que celui qui la fait. Mais laissons de côté cette discussion théorique, qui ne remet pas en cause la méthode de Brigitte Le Grignou et Érik Neveu et relisons le « florilège de titres » de journaux qu'ils nous proposent. Un premier constat s'impose : ce que met en avant la presse écrite n'est pas le genre de l'émission ni même sa prétention scientifique, mais son aspect purement spectaculaire : « Sur le plateau, face à face, un tortionnaire et sa victime. Glaçant » (*Télé Obs*, 13-19/03/10) ;

« Un documentaire en deux parties simplement fracassantes [...] Âmes sensibles s'abstenir » (*TV Magazine*, 13-19/03/10) ; « Des candidats prêts à en torturer d'autres pour complaire à la caméra » (*Libération*, 17/03/10) ; « La télévision serait-elle devenue mûre pour tuer ? » (*Le Progrès*, 03/03/10), etc. Ces titres font certes écho au dossier de presse qui présente *Le Jeu de la mort* de la façon suivante : « Et si la mort en direct devenait un divertissement ? Les dérives de la télé réalité sont graves. Violence, tortures, humiliations dominent les programmes dans le monde entier. La télévision détient-elle un pouvoir spécial ? Dans les années 60, une expérience psychosociale prouvait que... ».

Néanmoins la comparaison entre ce document publicitaire et les articles publiés dans la presse fait apparaître deux, trois glissements significatifs. D'abord, la généralisation du propos : de la télé réalité on passe à la télévision en général ; les titres de journaux ne posent plus la question des dérives d'un genre, mais celle du rôle d'un média. Ensuite, la mise au second plan de l'expérimentation scientifique : il faut entrer dans le corps des articles ou, au moins, dans leur chapeau, pour y trouver trace de l'expérience de Stanley Milgram. En somme, ce qui est au centre du battage médiatique, c'est le caractère sensationnel du programme et la peur qu'il peut – qu'il doit – provoquer en nous. On imputerait volontiers ce glissement à l'*habitus* de la presse, si les expressions mises en avant, notamment « glacer » et « glaçant », n'étaient au cœur des interviews données par Christophe Nick. Ainsi, à la question « Comment avez-vous eu l'idée de reprendre l'expérience de Milgram ? », répond-il : « J'ai retrouvé par hasard son livre dans une brocante. Et peu de temps après, j'ai vu *Le maillon faible*. Tous ces gens abjects qui s'entre-éliminent, cela m'a glacé le sang ! J'ai eu l'impression qu'un palier avait été franchi, que c'était une métaphore de notre époque » (*Télé-2 semaines*, 13-26/03/10). Cet exemple du *Maillon faible* sera repris dans de nombreux médias. La confusion entre la condamnation de la télé réalité et celle de la télévision est donc savamment entretenue par l'auteur qui met l'accent sur les effets escomptés de son documentaire sur les téléspectateurs. Il s'agit plus de promouvoir un événement télévisuel qu'une argumentation scientifique. Enfin, il faut rappeler que la promotion dont a bénéficié la diffusion de ce programme n'a pas eu d'égale depuis *Loft Story*. Pour autant, est-ce que, comme le soutiennent Brigitte le Grignou et Érik Neveu, tous les journalistes « acceptent la définition et l'interprétation des résultats » ? Différents éléments obligent à répondre par la négative.

Ayant été mêlé de très près au lancement de ce documentaire, je me permets d'apporter mon propre témoignage en tant qu'il fournit quelques éléments de compréhension. D'abord, *Le Jeu de la mort* est sans doute l'un des premiers programmes de France Télévisions qui ait bénéficié des compétences de la nouvelle responsable de la communication *online* des chaînes du Groupe France Télévisions et du Club France Télévisions. Quelques semaines avant la diffusion, celle-ci m'a proposé d'inviter à la projection organisée pour les journalistes, *via* mon blog, les gagnants d'un jeu de devinettes que je soumettrais aux lecteurs de

mon blog et qui concernerait l'expérience de Stanley Milgram. La projection eut lieu le 15 février 2010, en présence de toute l'équipe du film et de la directrice de l'unité de programmes documentaires, Patricia Boutinard Rouelle. Contrairement à ce qu'on pouvait attendre, la salle de journalistes fut assez froide et de nombreux doutes furent exprimés quant à la scientificité de l'expérience. Jean-Léon Beauvois fit montre dans ses réponses d'une agressivité certaine. Il me semble donc très rapide d'affirmer que, pour les journalistes, la démonstration est faite que la télévision/téléréalité peut nous transformer en tortionnaires. Peut-être, parce que j'avais mis en cause le protocole de l'expérience et que j'avais subi une réponse insultante du psychosociologue en chef, peut-être par habitude, les journalistes furent assez nombreux à me demander d'apporter la contradiction à Christophe Nick. En quelques jours, j'intervins dans plus d'une douzaine de médias – presse écrite radio ou télévision – et je fus même opposé à l'auteur du *Jeu de la mort* sur le plateau de *Médias, le magazine* (France 5). Tout cela pour dire que les doutes qui avaient été émis le jour de la projection apparurent à la surface médiatique au moment de la promotion, même si, comme c'est l'habitude journalistique, on choisit un expert extérieur pour l'exprimer. Ainsi mes interviews furent-elles titrées de la façon suivante : « On ne peut pas condamner la télévision en général » (*L'Humanité*, 17/03/10) ; « Il faut arrêter de toujours diaboliser la télévision » (*Métro*, 17/03/10) ; « Christophe Nick a une vision apocalyptique de la télé » (*TV Grandes chaînes*, 18/03/10) ; « La télé est-elle nocive ? NON. Ce documentaire joue sur les peurs » (*France-soir* 17/03/10) ; « Faut-il éteindre nos télévisions ? Débat. Christophe Nick soulève trois questions clés. Les réponses qu'il y apporte sont discutables : la télé est-elle dangereuse ? Jusqu'où peut-elle aller ? La télé modèle-t-elle nos comportements ? » (*Télé2semaines*). Les voix ne furent donc pas unanimes pour accepter les thèses du film et je ne vois guère d'indicateurs qui prouvent son succès, que ce soit la réussite du producteur-auteur, qui conforterait sa position ou celle de la chaîne, qui affirmerait du même coup les « valeurs du service public ». Du point de vue de l'audience, qui reste l'un des premiers indicateurs objectifs du succès d'un programme, *Le Jeu de la mort* est un échec cuisant, comme le résume assez bien ce titre de *France-Soir* (18/03/10) : « Le jeu de la mort a tué l'audience. Seuls 3 millions de téléspectateurs ont regardé le doc choc de France 2. Un four monumental à 2,5 millions d'euros » (19/03/10). Les téléspectateurs ont préféré ce soir-là *Louis la Brocante* (4 millions de téléspectateurs) ou *New York Section criminelle* (7 millions de téléspectateurs).

Dans la mesure où le succès d'une case de la grille est un ratio entre le public attiré par un programme et son coût, d'un point de vue économique, le programme est une catastrophe : quand on sait qu'un épisode de série américaine coûte de 100 000 à 200 000 euros, la rentabilité de la case horaire est très médiocre. La directrice de l'unité de programme comme l'auteur du film, qui n'avaient pas économisé leur présence médiatique 15 jours auparavant, sont d'ailleurs aux abonnés absents, tandis que la présidente de l'Association d'entraide des usages de l'administration des services publics et privés lance : « Jeter les deniers publics

comme ça, c'est incroyable ! Il n'y a plus de limites ! C'est révoltant. On ne doit pas laisser la porte ouverte à ce genre d'expérience. Le producteur doit être sanctionné » (*ibid.*). L'ire de certains quant à l'argent dépensé est à la mesure du battage médiatique du programme. Dès lors, Christophe Nick se trouve un peu dans la même situation que Leos Carax après l'échec des *Amants du Pont-Neuf* (1988) : la confiance qu'il inspirait s'est érodée et les chaînes risquent de regarder à deux fois ces projets. Quant à l'image du service public, loin d'être rehaussée, elle se trouve plutôt rabaissée. D'autant qu'au même moment, deux anciens ministres socialistes, Paul Quilès et Marie-Noëlle Lienemann, portent plainte contre la direction de France 2 et les réalisateurs de l'émission pour montrer « qu'il y a des limites à ce que peut montrer – même au nom de louables intentions – ce média fort qu'est la télévision »⁴. Interrogé à l'époque, Christophe Nick juge l'action « consternante » et « absurde »⁵. Je n'ai pu trouver les suites données à cette plainte ; cependant, la réaction du réalisateur éclaire sa hargne quand on parle de son dégoût de la télévision : en voulant montrer jusqu'où la télévision peut aller, il est allé lui-même trop loin et n'a sûrement pas redoré l'image du service public. De ce point de vue, les deux ministres ne font qu'exprimer un sentiment partagé, comme on le verra, par une partie du public.

Évaluation épistémologique de l'émission

Le démontage épistémologique du *Jeu de la mort* par Brigitte Le Grignou et Érik Neveu pointe les erreurs suivantes :

1. L'usage constant des pourcentages et des résultats chiffrés pour « faire science » et, en particulier, le fait que le taux d'obéissance est supérieur (81 %) à ce qu'il fut dans l'expérience de Stanley Milgram (62 %). « Cette revendication de produire un taux d'obéissance sans précédent n'a aucun fondement », puisque, entre les années 60 et aujourd'hui, l'expérience a été reproduite de nombreuses fois et que des taux supérieurs ont été atteints à d'autres reprises.
2. L'émission ne prend pas en compte la dimension sociale ; elle réduit le fonctionnement télévisuel à la seule dimension psychosociale. L'expérience ne prend pas en compte de déterminants sociaux. Si la composition de l'échantillon n'est pas indiquée dans le film, les renseignements que j'ai trouvés sur sa structure vont à l'encontre de ce qui aurait pu sembler

⁴ Tribune : « Pourquoi j'ai porté plainte contre le « Jeu de la mort », par P. Quilès dans *Rue 89* (26/03/10). Accès : <http://www.rue89.com/2010/03/26/pourquoi-jai-porte-plainte-contre-le-jeu-de-la-mort-144599>

⁵ Accès : <http://www.lesinrocks.com/actualite/actu-article/t/44006/date/2010-03-26/article/plainte-contre-le-jeu-de-la-mort-christophe-nick-consterne/>

« vraisemblable », à savoir que « l'agence de casting sollicitée se soit employée à constituer un groupe à la composition proche de la population française » (Le Grignou, Neveu, 2011) : « 80 candidats de classe moyenne (soit ce qu'on appelle en jargon des catégories socioprofessionnelles B et C, c'est-à-dire en gros de Bac-2 à Bac+3, en bonne santé, trois catégories d'âge... surtout condition importante. Il ne fallait pas que les personnes soient déjà passées à la télé ou même soient en demande. Évidemment, il était nécessaire qu'elles acceptent d'être filmées. Il ne s'agissait pas d'un panel représentatif de la population française, comme dans un sondage, mais d'un échantillon obéissant aux critères scientifiques de Stanley Milgram, afin que les résultats puissent être comparés et éventuellement repris à l'identique dans dix ou vingt ans » (Nick, *Dossier de presse*). Malgré l'hétérogénéité de cet échantillon, qui mélange des gens sans diplômes et des titulaires d'un bac+3, à aucun moment les statuts sociaux ne sont indiqués aux téléspectateurs et l'analyse des résultats ne s'y attarde pas. La seule prise en compte des CSP à l'exclusion de critères plus fins comme, par exemple, la détermination de la profession en fonction de l'acquisition de capital économique ou culturel, le manque d'intérêt pour l'appartenance politique ou le sexe ne peuvent évidemment pas mettre en évidence des faits comme ceux relevés par Laurent Bègue et Michel Terestchenko (Le Grignou, Neveu, 2011), que « le fait d'être engagé à gauche et femme accroît de manière non marginale la probabilité de résister aux injonctions ». Quant à la conformité possible de l'échantillon de l'expérience 2010 dans la société française avec celui formé à partir de la société américaine des années 60 et celui de la société française du futur, elle laisse perplexe. Tout autant que ce recrutement de candidats parmi une population qui ne soit pas « en demande » de passer à la télévision ! Fait-on la démarche de venir voir un producteur en vue d'être recruté pour un programme sinon vraiment on se fiche de paraître à la télévision ?

3. L'expérience repose sur des lieux communs implicites chez les observateurs, notamment sur l'hypothèse décliniste qui voit dans la télévision d'hier un âge d'or. J'ajouterai que cette attitude est singulièrement sensible dans le dossier de presse :

« La télévision, de ses débuts aux années 70, déclare Christophe Nick, s'est développée sur le modèle de la fenêtre sur le monde. On nous montrait là où nous n'irions jamais. Jusqu'aux premiers pas sur la Lune. C'est une formidable promesse : la culture pour tous, etc. Mais enfin, dès qu'on retirait cette couche culturelle, il restait la main du pouvoir, l'information sous contrôle et la diversion : "Pensez à autre chose, regardez ailleurs, ne nous emmerdez pas ». Depuis le début des années 80, avec l'exploration de l'intime, la télévision est entrée dans une seconde phase ».

Sautant d'un genre à l'autre pour retracer l'histoire de la télévision – de la « fenêtre sur le monde » à la culture pour museler l'ensemble par l'information –, Christophe Nick opère le réductionnisme bien connu – dont le *Sur la Télévision*. Suivi de *L'emprise du journalisme* de Pierre Bourdieu (1996) est un parfait exemple – des programmes à l'information qui commande

l'ensemble et résume à elle seule la télévision. Cette pensée binaire, qui ne voit que deux périodes dans l'histoire de la télévision, repose certes sur le mythe d'un « âge d'or », mais elle représente surtout l'un des obstacles épistémologiques majeurs des discours sur la télévision : le paradigme *avant/après* (dont témoigne à sa manière l'opposition paléo-/néo-télévision). Le premier temps, sans aucune importance pour ces pseudo-historiens, finit là où ce qu'ils dénoncent doit commencer (la télé-*trash*, la télé de l'intimité, peu importe). Or, si Christophe Nick connaissait un peu mieux l'histoire de la télévision ou s'il la caricaturait un peu moins, il aurait pu citer des expérimentations qui ont été poursuivies par le Service de la recherche de l'ORTF et, même s'inspirer d'une émission comme *Vocations* sur laquelle je reviendrai *infra*⁶.

4. Brigitte Le Grignou et Érik Neveu épinglent cette phrase lue dans *L'expérience extrême* (Nick, Eltchaninoff, 2010 : 172) : « Là où, il y a 50 ans, un peu plus de 60 % des sujets obéissaient aux scientifiques et allaient jusqu'au bout de la série de décharges, nous sommes aujourd'hui 81 % à accepter d'administrer des chocs électriques ». Pour eux, ce passage est placé sous le signe de deux « mythologies » télévisuelles : « Le déterminisme technologique qui prête aux médias de masse des effets massifs ; la pensée magique qui attribue à la télévision, grand sorcier, un pouvoir à la fois puissant, mystérieux et maléfique, dont on ne sait comment il agit sinon qu'il est doté d'une force contagieuse » (*ibid.*). Certes. Mais ce qui me frappe plus encore, c'est que cette citation est emblématique de la façon de raisonner des auteurs de l'expérience : d'un jeu mettant en scène des candidats dont Christophe Nick affirme qu'ils ne sont pas représentatifs de la population française, on tire des conclusions quantitatives sur une communauté, peu claire d'ailleurs, qui représente au moins les Français et, pourquoi pas ?, pas les hommes en général. Il s'agit là d'une induction tout à fait abusive, qui trouve sa légitimation dans l'émotion qu'elle provoque : ces hommes, dans l'écran, qui obéissent à des ordres absurdes sont nos frères, suggère-t-elle. C'est selon la même méthode que les auteurs sont passés de la télé-réalité à la télévision en général.
5. Enfin, l'article de Brigitte Le Grignou et Érik Neveu pointe « l'évacuation délibérée du public », les téléspectateurs étant toujours supposés se comporter comme l'échantillon de questionnaires. Et ils observent à juste titre, en s'appuyant sur les expériences célèbres de David Morley ou Elihu Katz et Tamar Liebes, que les mécanismes d'influence de la télévision sont loin d'être aussi mécaniques que le croient les auteurs du film. Mais, au-delà de la méconnaissance des théories de la réception dont témoignent les « scientifiques » qui ont monté l'expérience, ce qui doit être interrogé, c'est la pétition de principe qui pose comme équivalentes les réactions des questionnaires et celles du téléspectateur. En effet, le film passe brutalement

⁶ Treize émissions diffusées du 19 janvier au 9 septembre 1969. Sur ces dispositifs, voir Fr. Jost (2001).

de l'obéissance de 81 % des candidats à « nous » qui sommes soumis au pouvoir de la télévision, à nous qui la regardons. Alors qu'il existe un véritable public dans le dispositif, les auteurs ne s'interrogent jamais sur ses comportements. Les conditions du tournage montrent d'ailleurs que rien n'a été fait pour en tenir compte. Pour comprendre le comment et le pourquoi de ce « point aveugle », il faut laisser de côté les discours du psychosociologue ou les aphorismes (du type « la télévision dispense de faire l'amour » (Nick, Eltchaninoff, 2010 : 281) et examiner ce que dit le dispositif lui-même. C'est ce que je vais m'employer à faire à présent.

Une fausse transposition de l'expérience de Stanley Milgram

Revenons au point de départ du programme qui est de transposer l'expérience de Stanley Milgram : « Comparez les deux situations, nous dit le commentaire, suppose que tous les paramètres de l'expérience soient respectés ». On recrute donc des candidats dans les mêmes CSP (voir *supra* ce qu'il faut en penser), on leur donne 40 euros, équivalents aux 4 dollars des années 60, on donne le même but au jeu – retenir une liste de mots –, on calque les ordres de l'animatrice sur ceux du scientifique... Tout est semblable sauf que, dans un cas, il s'agit d'une expérience scientifique conduite dans un austère laboratoire avec des hommes en blouse blanche et, dans l'autre, d'un plateau clinquant, avec lumières, musique et public criant « la for-tune ! » ou « châ-ti-ment ! ». Cette différence de contexte s'observe même dans les instruments qui rendent possible l'expérience : alors que le questionneur de Stanley Milgram a devant lui quelques interrupteurs et curseurs électriques, celui de « l'expérience extrême » a de grosses manettes sur un éventail de zones aux couleurs criardes, qui sont à l'image de l'univers de pacotille des jeux télévisés. Contrairement à Brigitte Le Grignou et Érik Neveu, je ne pense pas que « la dimension situationnelle est bien fondée », parce qu'il y aurait dans les deux cas le « poids d'une autorité symbolique, qui, ici, n'est pas la Science à majuscule, mais une animatrice qui incarne l'Institution ». D'autant que Christophe Nick et Michel Eltchaninoff nient que la télévision soit une institution. Après coup, certains « obéissants » disent qu'ils ont été jusqu'au bout parce qu'ils ont compris qu'ils étaient dans un jeu (« Je me suis laissé avoir parce que je suis dans un jeu parce que je suis dans un théâtre »). Mais les expérimentateurs refusent d'en tenir compte et s'en tirent par des rationalisations assez peu rationnelles :

« Dans *La Zone Xtrême* ces questionneurs font un pari fou, la télé ne peut pas oser ça, ils n'en savent rien mais dans le doute ils choisissent de faire confiance à l'autorité. Ils ne se sont pas levés pour crier à la supercherie. Tous se sont pliés à la règle du divertissement. Le spectacle continue ».

Pourquoi un « pari fou » ? N'ont-ils pas, au contraire, parfaitement analysé la situation sans avoir besoin de se lancer dans un pari ? L'annonce passée par les producteurs pour recruter les candidats n'était-elle pas en elle-même une garantie de moralité ? « RBRI recrute des candidats pour mettre au point un nouveau jeu télévisé pour *France Télévisions* ». Qui peut imaginer que le service public fasse un spectacle fondé sur la torture ? La moindre des choses pour dénoncer les excès de la télévision commerciale, puisque c'est bien elle qui est constamment dans le collimateur, eût été de faire croire aux candidats que le jeu était destiné à une chaîne privée. Dans l'explication donnée par le commentaire, ce qui est plus étonnant c'est l'aveuglement dont il témoigne : pour maintenir l'hypothèse de départ sur l'obéissance, on affirme que le candidat a fait confiance à l'autorité, mais on se garde bien de la qualifier. Est-ce encore l'animatrice, le public, le « système télévisé » ? Non, c'est « la règle du divertissement » ! Règle qui s'applique à tous les jeux, qu'ils soient télévisuels ou non. L'auteur reconnaît donc bien que le genre auquel appartient une émission agit sur la conduite du candidat et, ce faisant, s'il allait jusqu'au bout de son raisonnement ou l'analysait tout simplement, il comprendrait qu'il a transformé en profondeur le protocole de l'expérience. Entre le monde de la science, où chacun travaille pour un progrès commun, celui de l'humanité, et le monde ludique, il y a un *gap* que les candidats sentent très bien. Malgré la volonté affichée des instigateurs de *La Zone Xtrême* de « respecter » les paramètres de l'expérience de Stanley Milgram, il est difficile de considérer comme équivalentes les injonctions « L'expérience exige que vous continuiez » et « le jeu exige que vous continuiez ». Le glissement de la télé-réalité au mot fourre-tout « télévision » n'est donc pas qu'un effet rhétorique qui permet de tenir un discours plus effrayant, c'est aussi l'indice d'une absence de réflexion théorique sur ce que j'ai appelé les « mondes de la télévision ».

Selon Christophe Nick, l'origine du projet en témoigne, ce *Maillon faible* qui lui a « glacé le sang », avec « tous ces gens abjects qui s'éliminent ». Le livre y revient :

« Le concept est terrifiant : le candidat ne gagne plus parce qu'il est le meilleur, mais parce qu'il empêche les autres de gagner [...]. Laurence Boccolini apprenait à tout le monde, juste avant les infos, que, pour devenir un 'winner', il faut être une ordure » (*ibid.* : 26).

Ceux à qui il est arrivé de regarder cette émission, comme moi, ne peuvent être qu'étonnés des mots employés : « abjects », « terrifiant », « ordure »... De biens grands mots pour un jeu à qui l'on peut tout juste reprocher son côté grandguignolesque, avec son animatrice déguisée en grande prêtresse, jouant ostensiblement la maîtresse sévère. Que la stratégie des candidats les conduise à certains moments du jeu à éliminer celui qui est en position de gagner est assez courant dans l'univers ludique sans qu'il soit nécessaire d'y voir une dérive « terrifiante » de notre société ou des « gens abjects ». Ou alors, il faut aussi interdire le

« plouf-plouf (ou pouf-pouf, ou ploum-ploum, ou trou-trou, etc.) [qui] permet de choisir un joueur en éliminant successivement tous les autres. Un des participants joue le rôle de meneur.

Tous les enfants se mettent en cercle, souvent accroupis, avec un pied au centre de façon à ce que les pointes des chaussures se touchent »⁷.

En réalité, Christophe Nick ne veut pas distinguer entre les genres télévisuels, alors même que cette distinction conditionne la réception. C'est aussi patent quand il déclare : « On est aujourd'hui à disséquer des cadavres en public sur Channel 4, à les ouvrir en deux dans *les Experts* pour aller y voir ». Cette fois, il refuse de distinguer la posture spectatorielle devant la réalité et devant la fiction, faisant comme si elles étaient semblables. Encore une fois, le réalisateur-producteur ne va pas jusqu'au bout de son raisonnement : si vraiment il n'y a aucune différence entre la violence du monde et la violence feinte par la fiction, pourquoi condamner la télévision plus qu'Hollywood ? Cela dit, ce refus de distinguer entre les mondes de la télévision n'est pas nouveau. Il fonde de nombreuses critiques de la violence télévisuelle qui amalgament réalité et fiction, pour traiter à égalité la violence d'un accident filmé et celle d'un chat aplati par une enclume qui lui tombe sur la tête dans un dessin animé, et qui dénie l'attitude ludique devant certaines images, ce qui conduit à inclure au dossier de la violence télévisuelle certains jeux comme *N'oubliez pas votre brosse à dents* pour leurs « épreuves humiliantes » (Frau-Meigs, Seibel, 1997 : 66).

Cette confusion des genres dans une grande marmite nommée « télévision » est assez étonnante chez un psychologue, pour qui a en tête le fameux texte d'Octave Mannoni (1969) sur le « je sais bien mais quand même » propre à la fiction. Pourtant Jean-Léon Beauvois (*in* : Nick, Eltchaninoff, 2010 : 286) la fait sienne : « Les publicités, les séries, les jeux, les talk-shows créent des modèles, des façons d'être modales qui s'immiscent dans les mémoires et qui n'agissent pas par adhésion, mais par simples effets de disponibilité ou de familiarité ». Pour éviter l'objection de ceux qui expliquent leur attitude par le fait qu'ils ont su qu'ils étaient dans un jeu, Christophe Nick et Michel Eltchaninoff sont prêts à tous les méandres de la pensée :

« Ainsi, ceux qui participent à l'expérience, et qui sont des êtres élevés par la télévision, mais aussi peut-être les téléspectateurs, perdent leurs repères. Ils confondent fiction et réalité. Ils torturent leurs semblables en se disant que c'est pour jouer, mais surtout pour bien jouer le rôle que la télévision attend d'eux – tout en sachant que c'est peut-être réel » (*ibid.* : 276).

Si les candidats disent que leur obéissance feinte est dictée par le statut ludique de l'expérience, c'est qu'ils confondent réalité et fiction ! J'avoue que, en ce point, la logique du raisonnement m'échappe : dire qu'ils « torturent leurs semblables » est évidemment faux puisqu'ils pensent qu'ils feignent de torturer ; il faut une certaine mauvaise foi pour postuler qu'ils savent « que c'est peut-être réel », alors même qu'ils n'ont pas envisagé cette possibilité. Ces inférences sur ce que les candidats ont dans la tête, mais qu'ils n'expriment pas, est d'ailleurs un mode d'explication récurrent des auteurs. Le documentaire comme le livre qui l'accompagne restent silencieux sur deux aspects du protocole d'expériences

⁷ Accès : http://fr.wikipedia.org/wiki/Formulette_d%27%C3%A9limination.

pourtant fondamentaux pour juger de son bien-fondé. Le premier touche à la logique du jeu. Le candidat sait qu'il s'agit d'un pilote, qu'il n'y a donc rien à gagner, et que l'ensemble de l'émission relève du ludique, comme en témoigne ce dialogue entre le faux producteur et le comédien qui joue Jean-Paul :

« Producteur : "C'est donc une émission test. Elle n'est pas destinée à être diffusée. Nous travaillons sur ce concept depuis des mois. Si la chaîne qui est notre partenaire trouve le pilote convaincant, alors le jeu sera bientôt à l'antenne. En général, il y a beaucoup de modifications entre un pilote et le rendu antenne".

Jean-Paul : "Ok... On est filmé, on joue, mais c'est pour de vrai, c'est un test".

Producteur : "Exactement. Vous allez jouer, mais vous ne gagnez rien" ».

Ce dialogue écrit d'avance avertit donc bien le candidat que tout est joué et il met dans la bouche du comédien la confusion développée par les auteurs du livre : c'est joué, mais c'est pour de vrai. Curieuse définition du paradoxe du comédien. Mais, surtout, il rappelle qu'il n'y a rien à gagner dans ce test. Quand, par la suite, l'animatrice insiste auprès du candidat pour qu'il continue et lui lance : « Dans dix minutes le candidat vous remerciera », comment celui-ci peut-il croire à cet argument puisqu'il sait que, en l'occurrence, aucun argent n'est en jeu et qu'il fait semblant de le croire ? Le raisonnement des psychosociologues relève ici d'une conception du langage héritée de la linguistique structurale et qui ne tient aucun compte des acquis de la pragmatique : le sens littéral de l'énoncé sur la récompense escomptée se dilue forcément si le système des récompenses et des punitions est feint. Un autre exemple de cette naïveté nous est fourni, une nouvelle fois, par la transposition des injonctions de Stanley Milgram : le « nous assumons toute la responsabilité » du scientifique n'est pas l'équivalent du « nous assumons toutes les conséquences » prononcé par la présentatrice Tania Young, tout simplement parce qu'elle appartient au service public, à France Télévisions, dont il est difficile d'imaginer qu'il tue un candidat, dans un simple pilote, de surcroît !

L'injonction contradictoire « on joue, mais c'est pour de vrai » se retrouve à d'autres moments de la mise en scène, notamment au moment où Tania Young présente le dispositif aux candidats : « Ici notre générateur à châtiments ; ça va de choc léger à choc dangereux. Attention, choc, il n'y pas de lésion irréversible, de toute façon c'est un jeu, nous jouons pour un million d'euros, 900 000 euros pour le candidat, 100 000 pour le questionneur ». En quelques secondes et dans la même phrase, la présentation du dispositif affirme à la fois la réalité dangereuse de l'expérience, la dénie pour évacuer toute inquiétude sur le sort du candidat (« c'est un jeu ») et ment au public en affirmant que ce jeu a un gain, et non au candidat, qui sait, lui, qu'il n'y en a pas. Encore que, dans certains cas, le public le sache aussi. En effet, le second aspect douteux du protocole est le public présent dans le studio. Sait-il qu'il assiste à un spectacle truqué ou non ? Le livre – non le documentaire – donne cette réponse peu approximative : « Les deux mille personnes devaient arriver sans rien savoir de l'expérience elle-même. Elles assisteraient à quatre enregistrements d'affilé. Fatalement, dès le deuxième sujet, elles comprendraient qu'il ne s'agissait pas d'un jeu, puisque l'acteur-élève qui

répondrait aux questions des candidats serait toujours le même » (*ibid.* : 60). On tirerait évidemment la conclusion inverse : dès le deuxième « sujet », le public sait que c'est un jeu, que c'est « pour de faux ». Sur le nombre, on peut même penser qu'il y eut fatalement des gens qui connaissaient l'expérience de Stanley Milgram ou qui avaient vu le film *l comme lcare* mais là n'est pas le problème le plus grave.

Alors que les auteurs ne sont pas avares d'explications quand il s'agit d'expliquer le dispositif « scientifique » de l'expérience, ils ne nous disent pas si l'on explique au public le dispositif et, surtout, le réalisateur mêle – sans aucun avertissement, sans que le téléspectateur puisse le savoir – le public « naïf », celui qui découvre le jeu, et le public « complice » (celui qui sait « fatalement »). La conséquence, c'est que le film mélange sciemment la réalité (= le public naïf, surpris par ce qu'il découvre) et la fiction (= le public qui joue son rôle et qui crie « la for-tu-ne ! » ou « châ- π -ment ! » en sachant qu'il n'y a pas d'enjeu véritable). En somme, ceux qui sont sincères et ceux qui ne le sont pas, ceux qui éprouvent un sentiment et ceux qui feignent de l'éprouver forment une masse indistincte, ce qui rend impossible à interpréter les « *reaction cuts* » sur des visages du public. On assiste donc au paradoxe suivant : pour comprendre l'emprise de la télévision sur les téléspectateurs, on imagine la fiction qu'un candidat jouant dans un jeu télévisé les représente, mais on ne tient aucun compte du véritable public qu'on a sous la main !

Ce serait un simple paradoxe si ne s'y ajoutaient pas plusieurs contradictions. Pour les mettre au jour, il faut analyser la variante de l'expérience qui consiste à laisser le candidat face à ses manettes en l'absence de l'animatrice. Les candidats sont-ils alors livrés à eux-mêmes ? Pas tout à fait, concède le commentaire : « Ne reste qu'une pression sur les épaules, celle du public », ce public dont on ne sait toujours pas s'il croit à ce qu'il voit ou s'il joue son rôle. Résultat : 75 % des gens abandonnent, d'où cette conclusion de la voix :

« La preuve est donc là, personne ne profite d'une position de domination pour jouir en toute impunité de la souffrance des autres [...]. Notre expérience pose donc clairement la question du pouvoir de la télévision. Quelle est sa nature. Quelles sont ses limites ? ».

Si la « question » est légitime, elle n'a pas le temps de devenir une problématique car la réponse tombe immédiatement :

« Sur un plateau de télévision, les questionneurs sont seuls, totalement seuls. Personne ne peut venir à leur recours [*sic*]. Dans une entreprise un salarié qui reçoit un ordre le contraignant à commettre un acte qu'il réprouve peut s'appuyer sur ses collègues et contraindre ainsi sa hiérarchie à négocier. Sur un plateau de télévision, les candidats ne sont pas soumis à une hiérarchie, ils subissent l'emprise d'un système qui les écrase [...], un système à ce point puissant que son emprise sur la plupart des individus dépasse celle d'autres systèmes d'emprise comme celle que peut avoir la religion dans nos sociétés médiatisées ».

Comment comprendre cette réponse ? Comment s'explique la contradiction entre l'affirmation de la solitude du candidat et la pression du public ? Comment

peut-on dire que les questionneurs sont seuls quand cent personnes hurlent autour d'eux, sauf, à postuler que nous sommes tous, tout le temps, seuls face à nous-mêmes, ce qui est, après tout, une position philosophique comme une autre, mais pas une explication scientifique. Interrogés sur ce point, les auteurs répondent par « l'emprise d'un système » dont ils ne montrent ni les éléments constitutifs ni le fonctionnement. Système dont l'emprise est d'ailleurs à géométrie variable puisque, quand il s'agit d'expliquer la « rébellion » d'un candidat, on trouve sous la plume des auteurs l'explication suivante : « Miracle d'un probable enfant de la télé absolument libre vis-à-vis d'elle » (*ibid.* : 194). Pour ceux qui ne croient pas aux miracles, dont je suis, l'explication est un peu courte, non seulement parce qu'elle s'appuie sur du « probable », mais surtout parce que la fréquentation continuelle de la télévision par un individu aurait dû accentuer son emprise. En fait, cette contradiction n'est qu'une trace parmi d'autres des sauts continuels du raisonnement « scientifique » aux jugements de valeurs sans aucun fondement épistémologique. Comment peut-on affirmer que l'emprise de la télévision est plus forte que celle de l'entreprise où tout se négocie ? Combien de suicides causés par des jeux télévisés et combien pour la restructuration de France Télécom ? Christophe Nick et Michel Eltchaninoff (*ibid.* : 235) envisagent furtivement cette comparaison, mais, là encore, c'est la faute à la télé : « Ces suicides manifestent ce vers quoi tend la logique de l'autorité télévisuelle appliquée au monde du travail : le passage à l'acte dans le spectacle ». En somme, quand la réalité est pire que la télévision, c'est parce qu'elle a réglé tous nos comportements jusqu'à faire de son suicide un spectacle. En ce point, le raisonnement cède le pas à un cercle vicieux sans aucune vertu heuristique, cercle vicieux qui est une machine à susciter du sensationnel : l'emprise télévisuelle est pire que celle de la religion. Et que celle des intégristes kamikazes qui se suicident pour réussir leurs attentats ? Le livre va encore plus loin :

« La structure la plus intime de la temporalité humaine est, par elle [la télévision], totalement prise en charge – de manière bien plus "pleine" que dans la religion la plus stricte ou le totalitarisme le plus fanatique [...]. Même en Union soviétique et dans l'Allemagne nazie, par exemple, on pouvait encore chuchoter dans sa cuisine ou douter dans son for intérieur – au moins ceux qui en avaient la force morale » (*ibid.* : 283).

Avec ce parallèle avec le nazisme et le fanatisme, on atteint ce point Godwin selon lequel « plus une discussion dure longtemps, plus la probabilité d'y trouver une comparaison impliquant les nazis ou Adolf Hitler s'approche de 1 ». Parvenu à ce point, le raisonnement n'a plus aucune prise. J'arrête là ce démontage épistémologique des thèses exposées par *Le Jeu de la mort*, laissant de côté bien des zones troubles, pour interroger la fonction de ces amplifications absurdes.

La construction de l'émotion et ses limites

Pourquoi parler du *Jeu de la mort*, demandais-je en introduction ? Certainement pas pour ses qualités scientifiques, qui résistent mal à l'analyse, quel que soit le

point de vue épistémologique adopté. Il reste que ce film est un cas d'école : aucun programme depuis *Loft Story* n'a eu autant de battage médiatique et, pourtant, je l'ai dit, les résultats d'audience ont été très faibles, surtout eu égard aux sommes engagées. Cela prouve sans doute que le public de télévision est moins « obéissant » qu'on pourrait croire et que l'emprise de la télévision a des limites. Mais quelles sont les causes de ce refus d'obtempérer aux injonctions de la promotion ? La première cause peut être cherchée dans la structuration du documentaire. Notons d'abord que, du point de vue narratif, il reprend le scénario du lancement de *Loft Story* : mise en avant du processus de recrutement (en l'occurrence l'envoi de 13 000 e-mails) pour trouver les 80 candidats ; description des règles du jeu ; échantillon du spectacle. La bande-annonce du programme est très brutale et n'explicite nullement qu'il s'agit d'une « expérience ». Comme celle d'une télé-réalité, elle montre des images spectaculaires sans même dire qu'il s'agit d'un documentaire : le mot « événement » surgit du fond de l'écran pour l'envahir, cédant la place à l'image du comédien qu'on attache sur sa chaise électrique, tandis que Tania Young énonce cette règle : « À chaque manette, 20 volts supplémentaires ». Cela va de choc léger à choc dangereux (on voit le dispositif). Le candidat baisse la manette en disant « 180 volts », suscitant des cris venant de la cabine où est enfermé Jean-Paul. Une voix *over* inquiétante énonce cet aphorisme : « Personne ne naît obéissant. Mais la télé peut vous obliger à le devenir ». Tania Young : « Ne vous laissez pas impressionner, continuez ». Un cri plus fort que le précédent. « On est en zone de torture, hein ! ». La voix *over* conclut : « Après ça, vous ne regarderez plus le petit écran de la même manière... Jusqu'où va la télé ? de Christophe Nick, mercredi soir à 20 h 35, sur France 2 ». Cette bande-annonce montre donc des images « choc » décrivant le dispositif et les cris qu'il engendre en se gardant bien de faire une « promesse pragmatique » sur le genre du programme à venir. On sait seulement qu'il est « de Christophe Nick ». Ce n'est donc pas une démonstration scientifique qui est promise au téléspectateur ou, même, un documentaire, ce peut aussi bien être un jeu un peu plus *trash* que ceux que l'on a vu précédemment. Manifestement, le producteur et/ou le diffuseur ont voulu entretenir l'ambiguïté et attirer le téléspectateur avec des images spectaculaires. Cette volonté est encore plus marquée quand on entre dans le film. La voix de l'acteur Philippe Torreton, inquiétante elle aussi, prévient : « Ce que nous allons regarder est extrêmement dur. Il ne s'agit pourtant que de télévision et de divertissement », tandis que retentit une musique inspirée de celle qui annonce l'intervention de la voix surnaturelle de Neptune dans *Idomeneo* (Mozart). Se succèdent ensuite des images des cascades dangereuses de *Jackass* sur MTV, des jeux brutaux de la télévision japonaise, puis une séquence de *L'Île de la tentation*. Tandis qu'un couple presque nu s'enlace dans les vagues, la voix commente « En France, on embauche des tentateurs pour briser de jeunes couples ». Vient ensuite l'image de Derren Brown qui met un revolver sur sa tempe : « L'animateur Derren Brown lance un pari fou : jouer sa vie à la roulette russe. Il affirme qu'il devinera dans quelle chambre du barillet son adversaire va glisser la balle ». Enfin, sont montrées des images de dissection d'un cadavre, tirées d'*Anatomy for Beginners*, diffusé sur

Channel 4. À n'en pas douter, ces images sont « extrêmement dures », même si elles ne sont pas toutes au même niveau (un couple nu dans l'eau ne vaut pas une roulette russe). Mais, pour les rendre plus violentes, Christophe Nick n'a pas hésité à utiliser quelques procédés assez proches de ceux que l'on trouve dans la télévision qu'il condamne : le moindre est sans doute la dramatisation de l'enjeu de *L'Île de la tentation* ; le pire, la présentation de la séquence de roulette russe. Celui que le commentaire désigne comme un « animateur » est en fait est un illusionniste et « mentaliste » très connu en Angleterre qui, de surcroît, a des émissions régulières sur Channel 4 – *Mind Control* et *Tricks of The Mind* – développant des tours d'illusionnisme et de suggestions. Derren Brown (2007 : 312) écrit dans son livre *Tricks of the Mind* : « Je suis souvent malhonnête dans mes techniques, mais honnête dans ma malhonnêteté. Comme je le dis dans chaque spectacle, je mélange magie, suggestion, psychologie, distraction et savoir-faire de *showman* »⁸. Quant à « l'adversaire », ce n'est qu'un téléspectateur qui a été choisi parmi 12 000 candidats pour mettre la balle dans le barillet et pour vérifier, comme dans tout tour de magie, qu'il n'y a pas de truc... Pour augmenter l'émotion du téléspectateur du *Jeu de la mort*, Christophe Nick a décontextualisé la séquence : de même qu'il a transposé les consignes de Stanley Milgram comme si le sens littéral ne changeait pas en fonction du contexte de l'expérimentation, il a présenté cette scène terrible en supprimant l'information centrale pour la comprendre, à savoir qu'il s'agit d'un tour d'un illusionniste célèbre. Comme si montrer un homme qui coupe vraiment une femme en plusieurs morceaux avait le même sens qu'un spectacle dans lequel un magicien accomplit ce geste sans mettre en péril sa partenaire ! Pour convaincre de la barbarie à laquelle est parvenu l'audiovisuel, Christophe Nick aurait mieux fait de montrer de le film d'Edwin S. Porter, intitulé *Execution of Czolgosz*, dans lequel on voit un homme mourir sur une chaise électrique et dont rien n'indique que c'est une reconstitution. Dommage qu'il date de 1915, époque où télévision et télé-réalité n'avaient pas encore été inventées ! Cette violence calculée qui n'exclut pas, parfois, une certaine mauvaise foi, comme on le voit, n'a pas réussi au film. À vouloir trop faire peur, Christophe Nick a joué avec le feu, plutôt qu'avec la mort. Une partie du public à qui s'adressait ce film a été rebutée dès le début par la violence qu'il montrait. Cette réaction s'est exprimée le lendemain sur les radios et j'ai pu la constater par les messages laissés sur mon blog le 18 mars 2010, comme ceux-ci : « Personnellement, ayant horreur de la violence, même feinte, je ne pouvais regarder un tel programme. J'ai bien sûr zappé une fois, car la tentation est grande. Mais n'ayant pas d'autorité qui me disait "REGARDE CE PROGRAMME !", je ne me suis pas soumis... C'est beaucoup plus facile de loin, bien sûr, que sur le plateau » (Olivier) ; « Prétendre que la télévision peut critiquer la télévision, tout en respectant les critères d'une production de télé-réalité, qui plus est assorti d'un débat mené par Christophe Hondelatte, c'est de la foutaise. Je ne sais pas à qui

⁸ « I am often dishonest in my techniques, but always honest about my dishonesty. As I say in each show, "I mix magic, suggestion, psychology, misdirection and showmanship". I happily admit cheating, as it's all part of the game ».

s'adresse ce genre de programme faux-cul. En tout cas pas à moi » (Broussole) ; « Et moi je ne pense pas que le format choisi pour ce documentaire (émission ultra-coupée, remontée comme un drama avec la musique solennelle qui dénature complètement la volonté de véricité de l'expérience) soit le bon » (Manuuu). L'expérience scientifique a donc perdu en partie sa crédibilité auprès de certains téléspectateurs parce que ce documentaire, que la bande-annonce refusait d'appeler comme tel, a utilisé des moyens audiovisuels et des procédés sensationnels qu'il prétendait critiquer. C'est d'ailleurs aussi l'argument qu'ont employé les anciens ministres qui ont porté plainte contre le documentaire. Comme je l'ai écrit ailleurs, il s'agit d'un cas de monstration-dénonciation fort courante dans la télévision : on diffuse les images les plus *trash* d'une télévision lointaine, souvent japonaise, mettant en scène des scènes violentes ou repoussantes, tout en poussant des cris horrifiés (« Pas de ça chez nous ! »). Dire que l'on ne dit pas tout en le disant (« Je ne dirai pas que tu es un crétin... ») porte un nom dans la langue : la « prétérition ». La prétérition télévisuelle qui donne à voir d'un côté ce qu'elle condamne de l'autre est une tartufferie destinée à faire de l'audience tout en se donnant bonne conscience (Jost, 2010).

Conclusion

Au-delà de ces erreurs, ces implicites, ces approximations et une certaine dose de mauvaise foi, ce documentaire pose une question sérieuse : comment critiquer la télévision à la télévision ? Malheureusement, il s'engage dans une mauvaise voie pour y répondre. Christophe Nick n'est pas le premier à s'y confronter. D'autres s'y sont essayé avant lui en empruntant des chemins plus scientifiques. Je pense notamment à ce numéro de *Vocations*, produit par le Service de la recherche de l'ORTF et diffusé le 2 février 1969 (à 22 h 45), que j'ai analysé dans *La Télévision du quotidien. Entre réalité et fiction* (2003). Dans un premier temps, on voit Paul Sivadon, professeur de psychologie fort connu à l'époque, discuter avec Pierre Dumayet du thème de l'interview qui allait suivre. Pendant cette séquence, le psychologue raconte un souvenir d'enfance, selon lui déterminant dans sa vocation. Dans un second temps, le journaliste prévient son interlocuteur que leur entretien va être enregistré. Le professeur reprend son récit, non sans avoir reboutonné sa veste. Bien que, sur le fond, l'anecdote reste la même, toute son énonciation s'est profondément modifiée : il transpose sa narration au passé simple, l'orne de digressions et de détails pittoresques, et accompagne l'ensemble d'une gestuelle à la fois emphatique et professorale. Pierre Dumayet reprend enfin la parole et dévoile au professeur le piège qu'il lui a tendu : la première phase – la préparation de l'entretien – a été enregistrée à son insu et chacun a pu noter la modification radicale de son comportement dès qu'il a pensé qu'il était filmé : l'interlocuteur cordial a laissé place à un orateur pontifiant. Paul Sivadon rit de bonne grâce à observer les conséquences de cette image de soi qu'il a voulu médiatiser. Cette séquence produit une véritable expérimentation télévisuelle

dans laquelle le téléspectateur peut juger, sans doute pas du « Pouvoir de la télévision », avec un grand « P », mais au moins du pouvoir déformant de la caméra sur l'interviewé. Et le téléspectateur a appris tout en se distrayant sans recours à des procédés que l'on veut condamner.

La promotion du *Jeu de la mort*, comme le documentaire lui-même, ont usé des procédés qu'il dénonçait, recourant systématiquement au spectaculaire, au sensationnel et aux jugements apocalyptiques. Cette prétention télévisuelle, qui consiste à montrer au public ce qu'on condamne, est mise en œuvre avec succès par les chaînes privée dans de nombreux programmes qui flattent le voyeurisme du téléspectateur. Y recourir pour s'adresser à un téléspectateur citoyen était jouer avec le feu car celui-ci attend autre chose du service public. À cet égard, *Le Jeu de la mort* est le symptôme d'un service public qui a perdu son « âme » et qui ne sait plus où il se trouve : d'un côté, il continue à vouloir « éduquer » le téléspectateur, de l'autre, il garde comme priorité l'audience. À mi-chemin entre la mise en scène de la démarche scientifique et de la télévision à grand spectacle, ce programme, qui tient tout autant du documentaire que du jeu télévisé, a échoué sur les deux tableaux.

Références

- Bourdieu P., 1996, *Sur la télévision*. Suivi de *L'emprise du journalisme*, Paris, Liber.
- Brown D., 2007, *Tricks of the Mind*, Londres, Channel 4 Books.
- Frau-Meigs D., Jehel S., 1997, *Les Écrans de la violence*, Paris, Éd. Economica.
- Jost F., 2003, *La Télévision du quotidien. Entre réalité et fiction*, Bruxelles, De Boeck.
- 2010, *Les Médias et nous*, Paris, Bréal.
- Le Grignou B., Neveu É., 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.
- Mannoni O., 1969, *Clefs pour l'imaginaire ou l'Autre Scène*, Paris, Éd. Le Seuil.
- Nick Chr., Eltchaninoff M., 2010, *L'Expérience extrême*, Paris, Don Quichotte.