

*Le jeu de la mort* : documentaire ou jeu de télévision ?

Par un des paradoxes dont la télévision a le secret, il se pourrait bien que ce que France 2 a présenté mercredi 17 mars 2010 comme une expérience de télévision, enseignant des choses sur la télévision, et notamment sur son pouvoir, ne soit guère plus qu'une expérience et un dispositif de base, dont la dimension télévisée ne serait qu'un adjuvant, une variable ajoutée, l'animatrice remplaçant simplement le laborantin de l'expérience de Stanley Milgram. Il se pourrait bien que ce documentaire soit une belle création de télévision se faisant passer pour ce qu'il n'est pas, un dispositif télévisuel, contribuant à construire une continuité entre les dispositifs scientifiques et les dispositifs médiatiques, et qui ne montrerait rien de plus que des individus désirant y participer et une télévision se donnant à voir.

Il conviendrait qu'en cette matière initialement universitaire, les scientifiques aient leur mot à dire dans la revitalisation d'un dispositif d'apprentissage initialement mis en place par l'un des leurs, Milgram, dans les années 1960 ? En effet, de par son protocole même, le dispositif de Milgram est présenté à ses participants d'alors comme un dispositif d'apprentissage ; la télévision ne fait que le transformer en jeu. Il est absolument étonnant que le discours tenu à propos de ce documentaire concerne le pouvoir de la télévision sur ses participants, alors que le dispositif qui est mis en place n'est en rien intrinsèquement télévisuel ! Rien n'empêche de dire que *Le jeu de la mort* ne fait qu'ajouter l'autorité de la télévision à un dispositif qui fonctionnerait très bien sans. Du coup, tous les discours affirmant que la télévision *est* le dispositif lui-même ne manifestent-ils pas, par une rouerie bien télévisuelle, davantage le pouvoir de la télévision que ne le ferait jeu lui-même !

En effet, le même dispositif est strictement reproductible au CNRS ou à l'Université – puisqu'il en vient - ou même au sein d'une société d'études mandatée par une entreprise pour tester un produit. Est-ce qu'un tel dispositif transposé à la télévision ne consiste pas seulement à ajouter une légitimité supplémentaire au promoteur, figure propre à tout dispositif, en tant qu'il est, de définition minimale, un système de places ! C'est bien la réponse positive qui vient à l'esprit. Tout se passe comme si le réalisateur du documentaire s'était trouvé devant une expérience déjà réalisée dans le champ scientifique mais dont les résultats n'auraient eu aucun effet sur les consciences. Pourquoi diable en effet s'appuyer ici sur la caution de Milgram si ce n'est pas pour relancer l'expérience de la mesure scientifique de la soumission à l'autorité ? Serait-ce pour légitimer la réalisation télévisée d'un tel faux jeu de la mort ? La perversité de l'émission viendrait d'avoir étendu au dispositif télévisuel un dispositif d'apprentissage, laissant entendre que l'autorité scientifique est dorénavant l'autorité télévisuelle. Or, les deux coexistent, aux cotés d'autres encore, celle des études en marketing et en consommation par exemple. Se pourrait-il que *Le jeu de la mort* ait été une émission de télévision se faisant passer pour documentaire avec caution scientifique mais qui serait en réalité l'occasion de mettre en scène un jeu de télévision comme d'autres existent déjà ? La rouerie télévisuelle se donnerait alors à voir là où on ne s'y attendait pas. *Le Jeu de la mort* ne

serait qu'un dispositif de publicité. Et l'affirmation de totalitarisme télévisuel serait une belle erreur de catégorie, prenant la partie pour le tout, le dispositif pour la télévision.

Une des questions de départ à propos du *Jeu de la mort* ne serait-elle pas de savoir le pourquoi de l'engagement des candidats dans ce jeu ? Une des réponses se trouve dans l'hypothèse que ce lieu, la visibilité télévisuelle, est un lieu pertinent, valorisant, plus puissant qu'un autre, pour ces individus. C'est de la sociologie minimale, de supposer que les individus qui s'engagent dans de tels jeux se distinguent de ceux qui ne s'engagent pas parce qu'ils y trouvent tout simplement plus d'intérêt et de sens que d'autres. Quelles sont leurs attentes dans la vie pour qu'ils envisagent que la télévision puissent être un lieu plus pertinent qu'un autre, leur métier par exemple, ou leur croyance religieuse, personnelle, etc. ?

Quelle est la morale de cette histoire ? En voulant faire un documentaire sur l'autorité de la télévision, on s'autorise d'un dispositif d'apprentissage pour mieux construire un dispositif de jeu fleuretant avec les limites. Si l'enjeu est de montrer la soumission à l'autorité, que ne demande-t-on aux scientifiques de refaire l'enquête dans leur laboratoire, celle-ci sera peut-être alors comparable avec celle de Milgram. Si l'enjeu est de montrer l'autorité de la télévision, c'est bien moins le dispositif du jeu que le discours sur le soi-disant sens d'un documentaire-jeu qui le montre, de façon tout à fait paradoxale, sinon perverse. Ce ne sera sans doute pas la dernière rouerie du pouvoir de la télévision.