



Laurence LEVENEUR

Les travestissements du jeu télévisé

TABLE DES MATIÈRES

Format 16 x 24 • ISBN 978-2-87854-466-9

Méprises autour d'un objet

Bilan d'une littérature contrastée : les enjeux de cette étude
Les règles du jeu
Le terrain de jeu : sources et corpus d'analyse
Les différentes manches de la partie en cours

Chapitre I Penser le jeu télévisé

« Le biais télévisé »
Le monde ludique : de la différence entre le jeu et le divertissement
Typologie du ludique télévisuel : portée et limites des catégories héritées de Caillois
Définition(s) et cartographie des jeux télévisés français
Définitions retenues par les producteurs et les chaînes de diffusion
Les classifications pratiquées par les instituts de mesure d'audience
Les classifications pratiquées par les journaux de programme et l'INA
Synthèse des éléments de définition du jeu télévisé

Chapitre II L'évolution des stratégies de production et de programmation des jeux télévisés

1950-1964 : les balbutiements, entre héritages et quête de légitimité
Les jeux « radiotélévisés » : de l'influence de quelques animateurs-producteurs
Les producteurs de jeux à la RTF
André Gillois : itinéraire d'un producteur malchanceux
Pierre Sabbagh : du journalisme aux jeux télévisés
Jacques Antoine, Pierre Bellemare et Armand Jammot : l'aventure Téciexpress
Guy Lux : l'émancipation
Les échanges internationaux
Les premières stratégies de programmation des jeux télévisés
1964-1974 : les jeux de l'ORTF
Les tentatives de régulation de la concurrence en matière de production
Réglementation des jeux et concours et publicité clandestine
La mise au point de nouvelles logiques de programmation
1974-1986 : les conséquences de l'éclatement de l'ORTF
Une programmation régie par la concurrence
Conséquences de l'arrivée des chaînes privées sur la programmation des jeux
Les constantes en matière de production
De 1987 à nos jours : les jeux français à l'heure des formats internationaux
La privatisation de TF1 et le nouveau paysage audiovisuel français .
L'évolution de l'offre des jeux télévisés .
La programmation à l'heure du marketing
Call TV et Télé-Réalité, la nouvelle donne ?
Les nouveaux acteurs du marché de la production
Les jeux, pierre angulaire de la télévision vivante

Chapitre III Les compétences en jeu

Compétences, capacités et domaines : définitions et enjeux
Jeux télévisés et domaine cognitif (Savoir)
Deviner
Devinettes visuelles .
Devinettes auditives .
Devinettes orales
Déduire, raisonner et argumenter
Des énigmes télévisuelles...
...à la déduction logique
Combiner, associer, reconnaître
Jeux télévisés et domaine psychomoteur (savoir-faire)
Les compétitions artistiques
Compétitions sportives et exploits physiques
Compétences professionnelles .
Savoir-faire individuels
Jeux télévisés et domaine affectif (savoir-être)
Évaluer, classer, juger
Savoir se maîtriser
De l'absence de compétences au règne de l'alea
Le jeu des compétences

Chapitre IV Les contenus éprouvés

Culture, savoir et connaissance dans les jeux télévisés
L'académie des connaissances
Une culture normative
Un savoir prodigué par l'école
La forme générale de l'examen
Le modèle encyclopédiste
Du musée des connaissances à la culture générale
Le culte de l'actualité
Culture populaire, culture de masse ?
Les arts « populaires »
Quand la télévision s'amuse avec elle-même .
Du nous au je : des connaissances individuelles, subjectives et relatives
L'expérience du quotidien
L'opinion publique au coeur du jeu télévisé
Connaissance d'autrui et savoir mutuel
Des contenus aux figures

Chapitre V (Se) Jouer .

Les personnages de joueurs
Les figures de l'érudit et du champion : la maîtrise du jeu
Recruter, caster et sélectionner « monsieur tout le monde »



Laurence LEVENEUR

Les travestissements du jeu télévisé

TABLE DES MATIÈRES

Format 16 x 24 • ISBN 978-2-87854-466-9



Les personnages de la télé-réalité
Les processus d'identification-projection
Le processus d'identification-projection au cinéma
L'identification-projection du téléspectateur au candidat
Du candidat au « spect-acteur » .

Chapitre VI

Habillages : du plateau à l'écran

L'organisation spatiale des jeux télévisés
Structures spatiales et proxémique
Une organisation spatio-temporelle .
Les lieux symboliques du jeu
L'entrée dans le jeu par les décors .
L'influence du théâtre
Du théâtre à la bande dessinée
L'artifice des décors
Du décor à l'habillage visuel : la mise au point d'une identité graphique
L'élaboration d'une « atmosphère visuelle »
Évolutions chromatiques
Les sculpteurs de lumières
Du conditionnement de la performance à sa médiation audiovisuelle

<Chapitre VII

Jouer avec le téléspectateur

Orienter le regard du téléspectateur
Opacification de la médiation visuelle et focalisation interne
Le téléspectateur comme observateur privilégié
De l'interpellation du téléspectateur au mythe de l'interactivité .
Jouer avec les images .
Les pulsions de la médiation audiovisuelle .
Pulsions scopiques .
Des pulsations visuelles aux effets sonores
L'illusion comme moyen d'expérimenter le langage audiovisuel

Le jeu incessant de la télévision

La dilution du jeu télévisé dans les grilles de programmes
L'essoufflement du genre
Au coeur du jeu : le conformisme provisoire
Redéfinition du genre

Bibliographie

Index

Table des illustrations .