

La performance en travail : une analyse sociologique de la profession de candidat.e de télé-réalité de vie collective.



Mémoire de master 2
présenté le 19/06/2023 devant un jury composé de
Delphine Naudier et Fanny Gallot.

Rachel Fabre
Sous la direction de Fanny Gallot

Table des matières

Prologue.	5
------------------	----------

Introduction.	7
----------------------	----------

I) Éléments de cadrage.	7
A) Quelle étude de la télé-réalité ?	7
B) Délimiter les objets de cette étude.	8
C) État de la littérature.	9
Sur la télé-réalité de vie collective.	9
Sur le travail : trajectoire d'un concept.	11
II) Étudier un objet largement critiqué.	13
A) La télé-réalité comme objet déconsidéré.	13
Le vide intellectuel...	14
... pour un public de « cons ».	14
État universitaire d'une ignorance classiste.	15
B) Le choix d'étudier la télé-réalité dans ce contexte de déconsidération.	16
III) Passer de l'autre côté : une sociologie du « codage ».	16
A) Des pratiques féministes ordinaires.	17
B) Vers une sociologie du travail.	17
Incorporation.	18
Le cadre juridique.	19
IV) Sur les matériaux.	20
A) « Faire parler le rien » : le choix d'étudier le refus.	20
B) Matériaux récoltés.	22
Les entretiens.	22
L'ethnographie.	24
Corpus de textes.	25
C) Positionnement épistémologique.	25
Sur l'asymétrie de la relation enquêtrice-enquêté.e.	25
Positionnement critique et féministe.	26
Épistémologie de mon point de vue.	27
D) Limites pratiques d'enquête et limites théoriques de recherche.	28
V) Quel programme de recherche pour ce mémoire ?	29
A) Problématisation.	29

B) Articulation de la recherche.....	30
--------------------------------------	----

CHAPITRE 1 : Sur la contrepartie à l'activité.32

I) Une contrepartie financière : la rémunération.	32
A) Le salaire des tournages.....	32
B) Des sources de revenus plurielles.....	34
C) Des conditions de rémunérations qui restent opaques et précaires.....	36
II) La contrepartie symbolique : gagner en notoriété.	37
A) Afin de faire la promotion de projets annexes.....	37
B) Devenir un personnage public pour un métier d'image.	38
C) Des capitaux ré-investis.....	38

CHAPITRE 2 : Un travail contraignant.42

I) Un travail stigmatisé.....	42
A) Une requalification en contrat de travail perçue comme illégitime.....	42
B) Un stigmat limitant la trajectoire professionnelle.....	44
C) Quelles stratégies de résistances au stigmat ?.....	46
Circonscrire le stigmat.....	46
Dé-stigmatiser la télé-réalité.....	47
S'en extraire.	49
II) Une activité professionnelle aux limites temporelles et spatiales claires.	52
A) En tournage.....	52
Le lieu et la temporalité de l'activité professionnelle.....	52
Les liens avec l'équipe de tournage.....	55
B) Hors tournage : être une personnalité publique dans l'espace public.....	58
C) Les dégâts psychologiques : la différence entre soi et son travail.....	60
Entre le tournage et la diffusion.	60
Ne pas se reconnaître dans sa personnalité publique.	63
...lorsque c'est sa personnalité réelle qui a été exploitée.	64
III) Des performances typifiées.	66
A) Des enjeux de différenciation.....	66
Entre les programmes.....	66
Entre les candidat.e.s.....	68
Ce qui la fait ressembler à toutes les industries culturelles.....	69
B) Entrer dans un stéréotype: "des physiques et des personnalités".	70
Des physiques normés.	70

Des personnalités bien définies.	71
C) Des contraintes rentables.	74

CHAPITRE 3 : Avoir la performance de soi comme travail.78

I) L'objectif de monstration : être filmé.e et diffusé.e	78
A) Une sélection du réel.	78
B) Comment alors exister à l'écran ?	79
II) Un travail de mise en forme de soi : une certaine performance.	81
A) Par le travail de l'apparence.	82
Le travail de la beauté.....	82
Le travail du corps.	83
Un travail publicisé comme tel.	85
B) Par le travail émotionnel.....	86
Des émotions appréhensibles.	86
Suivre le rythme du dispositif télévisuel.	88
Une mise en forme collective : émotions et réactions.	91
III) Un travail qui doit tendre vers invisible : l'impératif du naturel.	94
A) L'authenticité au centre.	94
Un impératif professionnel.	94
Un enjeu de lutte.....	96
Une invisibilisation de compétences spécifiques.	96
B) Garantir l'authenticité du programme : plusieurs niveaux et plusieurs stratégies.	98
Instaurer une « fausse proximité » avec les publics.	98
Pour les productions : modifier leurs critères de sélection.	99
C) Rompre l'authenticité.	100

Conclusion.103

Bibliographie106

Prologue.

J'ai commencé à regarder de la télé-réalité aux alentours de mes 10 ans. Je venais d'entrer en 6^e, et mes cours finissants plus tôt, je pouvais m'installer seule devant la télévision et choisir ce que j'allais regarder. Le premier programme que j'ai suivi était *Top Model USA*, une compétition dans laquelle Tyra Banks, mannequin superstar des années 1990, dirigeait une compétition voyant s'affronter plusieurs mannequins afin de dénicher la top modèle. Pour être tout à fait honnête j'avais adoré cette émission, la première télé-réalité que j'ai regardée était donc une télé-réalité de compétition. Mais le premier programme à m'avoir réellement intéressée était *Les Chtis à Mykonos*. Une dizaine de jeunes candidat.e.s originaires du nord de la France dans une grande maison et un lieu paradisiaque. C'est la première télé-réalité de vie collective que j'ai regardée, première d'une longue série puisqu'après se sont enchaînées *Les Chtis à Hollywood*, *Les Marseillais à Cancun*, *Les Anges à Miami*, les diverses saisons de *Secret Story* : depuis mes dix ans j'ai regardé la quasi-intégralité des programmes de vie collective que le PAF¹ avait à me proposer.

La différence entre *Top Model USA* évoqué plus haut et les programmes de vie collective évoqués plus haut et les programmes de vie collective qui ont retenu mon attention est que, dans les seconds, l'intérêt se porte sur les candidat.e.s elleux-mêmes. Ceux-ci ne sont pas là pour un talent, un physique, une aptitude professionnelle, iels sont là pour elleux. Iels sont pourtant officiellement dans le programme pour des métiers, pour « s'imposer professionnellement » dans le monde de la nuit, mais en vérité il me semble que personne ne regarde *Les Marseillais* pour assister à leurs réussites professionnelles. Même elleux semblent savoir qu'en réalité leurs « jobs » dans les programmes ne vont pas leur permettre de devenir des mannequins internationaux (comme le promettait par exemple *Les Anges*). Cela s'explique notamment car les carrières choisies, dans le « monde de la nuit » ou dans le mannequinat donc, sont constituées comme des passages biographiques, et non pas comme des carrières sur le long terme. Il me semble alors qu'on regarde de la télé-réalité de vie collective pour les candidat.e.s, pour leurs interactions, leurs disputes, et pour le divertissement que cela induit, beaucoup moins pour l'intrigue et la réalisation d'épreuves comme c'est le cas dans les télé-réalité de compétition (*TopModel USA*, mais aussi *Nouvelle Star*, *The Voice*, *Koh-Lanta*, etc), où on ne voit les candidat.e.s quasiment que dans des situations professionnelles et/ou de compétition.

¹ Paysage Audisovisuel Français

De par ma consommation de la télé-réalité, et ma préférence pour les télé-réalités de vie collective, j'ai fait le choix d'en étudier la production et plus particulièrement les candidat.e.s. Ce sont en effet elleux (et non pas le dispositif télévisuel par exemple) qui m'intéressent le plus, et qui font que j'ai regardé autant de ces programmes. Iels sont découvert.e.s dans *Secret Story*, font ensuite *Les Anges*, puis *La Villa des cœurs brisés*, puis *La bataille des couples*, puis *Les 50*, puis le *Cross*, etc, et c'est cette carrière les constituant en personnages qui fait la particularité de la télé-réalité de vie collective (du moins en France), particularité qui n'existe pas dans les télé-réalité de compétition comme la *Star Academy* ou *Top Chef*.

C'est peu après la requalification des « règlements de participation » des candidat.e.s en contrat de travail le 3 Juin 2009, que les candidat.es commencent à “faire carrière” dans la télé-réalité. En effet, par là, la Cour de Cassation établit dans la jurisprudence la qualité professionnelle de l'activité de candidat.e.s de télé-réalité, ce qui justifie une rémunération et non une simple « contrepartie » pour droit à l'image. Néanmoins, les contrats des candidat.e.s ne semblent pas préciser le travail qui leur est demandé, et stipulent plutôt les limites à ne pas franchir sous peine de se faire exclure du programme, c'est à dire licencié. Cette « charte de bonne conduite » inclut notamment le respect d'autrui et de la dignité humaine, après que le CSA ait rendu plusieurs rapports dénonçant la télé-réalité comme violente et sexiste². Malgré cette requalification par la Cour de cassation, il semble subsister l'idée pour l'ensemble de la société que la télé-réalité repose sur du vide (Kredens, 2008), et que le travail des candidat.e.s n'en est en réalité pas un.

² Voir notamment

<https://www.csa.fr/Informer/Collections-du-CSA/Thema-Toutes-les-etudes-realisees-ou-co-realisees-par-le-CSA-sur-des-themes-specifiques/Les-etudes-du-CSA/Reflexion-sur-les-emissions-dites-de-telerealite-Auditions-du-CSA-bilan-et-preconisations-2012>
<https://www.csa.fr/Reguler/Espace-juridique/Les-textes-adoptes-par-l-Arcom/Les-decisions-du-CSA/Emissions-Le-Mad-Mag-et-Les-Anges-de-la-telerealite-NRJ-12-fermement-mise-en-garde>

Introduction

Il s'agit donc ici en partie de tracer les contours de ce qui fait de cette activité un travail, une approche encore peu envisagée en sociologie. De plus la télé (et de surcroît la télé-réalité) est marquée du sceau de l'illégitime : très peu de travaux académiques portent sur cet objet, que ce soit en sociologie ou en sciences de l'information et de la communication. Il me semble pourtant que la télé-réalité peut être pour les candidat.e.s un facteur de mobilité sociale importante (et iels sont d'ailleurs pour la plupart issu.es des classes populaires), et qui a prouvé ces dernières années, être un secteur dans lequel il est possible de faire carrière. Par "faire carrière", on entend ici à la fois le développement d'une identité professionnelle, mais aussi la possibilité d'avoir une trajectoire sur le temps long dans un même champ professionnel (*i.e* ici, participer à plusieurs programmes de télé-réalité, donc s'inscrire dans le champ professionnel de la télé-réalité sur le temps long).

I) Éléments de cadrage.

A) Quelle étude de la télé-réalité ?

Cette étude de la télé-réalité se situe au carrefour de la sociologie du travail et de la culture, dans une perspective intersectionnelle. En somme : dans quelle mesure le travail effectué par les candidat.es de télé-réalité est-il une performance de genre, de classe, et de race, mise en scène par et pour les entreprises de productions. Cette étude inclue également le travail d'influenceur.euse qui accompagne les candidat.es hors-tournage car il en est souvent considéré comme le prolongement, à la différence près que la mise en scène est cette fois-ci faite par les candidat.es elleux-mêmes. L'intérêt est alors de voir comment des personnes considérées soit comme idiot.es ou victimes hypersexuées se servent de cette position (ou du moins de sa performance) pour acquérir des capitaux, puisque la télé-réalité semble être l'un des rares champs où la performance de genre (notamment celle de femmes jeunes racisées et/ou de classes populaires) est rémunératrice. Il s'agit également de se demander dans quelle mesure les candidat.e.s peuvent faire carrière dans cette profession, et pour quel type de personnes une valorisation des capitaux acquis dans la télé-réalité est possible.

B) Délimiter les objets de cette étude.

Une longue histoire de la télévision a mené à l'émergence de la télé-réalité, celle-ci n'est pas une rupture, mais un aboutissement de ce qu'Umberto Eco appelait la néotélévision (1985). En succédant à la posture surplombante et « populicultrice » (Bourdieu, 1996) de la paléotélévision qui consistait en informer/éduquer/distraindre (Le Grignou, Neveu, 2017), la néotélévision propose une monstration de l'ordinaire et du quotidien. Les expériences privées sont mises à l'écran, que ce soit dans l'information, la consommation, ou le loisir voire les relations intimes. L'objectif est alors de rapprocher publics et télévisions, en montrant des modèles plus « réalistes » à la télévision : on commence à montrer des comportements déviants, à parler de ses failles publiquement à la télévision. Cet aboutissement de la néotélévision est qualifié par Dominique Mehl de « télévision de l'intimité » (1996), et elle dénonce d'ailleurs dans l'ouvrage éponyme le déballage public de l'intimité de personnes *lambdas* « sorties un soir de l'anonymat ». La télé-réalité semble alors être à la fois l'aboutissement de la néotélévision et de la télévision de l'intimité : ce ne sont même plus des animateur.ices-stars qui parlent de leur vie privée, ce sont les mêmes personnes ordinaires qui sont mises à l'écran et dont la vie privée est exposée à répétition, devenant elleux-mêmes des *stars*. La monstration d'un quotidien de personnes ordinaires, placées dans un quotidien hors-normes devient alors le divertissement principal. Ces personnes ordinaires ont l'avantage de répondre à un critère de sincérité (Chambat-Houillon, 2021), essentiel à l'heure où le capitalisme a intégré un impératif d'authenticité, qui devient elle aussi commercialisable (Boltanski et Chiappello, 1999). Dans le cadre de la télé-réalité, où les émotions sont au cœur du programme, leur valeur de réalité, donc leur authenticité est au cœur des programmes (Nadaud-Albertini, 2013). Les programmes de télévision sont donc associés à des fonctions, ici de divertissement et de proximité, qui pour la télé-réalité sont centrées sur des interactions authentiques.

Ici, nous nous intéressons à la télé-réalité dite de « vie collective », où le principal enjeu et divertissement est constitué des interactions entre candidat.e.s. Toutefois, des télé-réalités de compétition peuvent aussi se confondre avec des télé-réalités de vie collective, étant donné que les candidat.e.s sont les mêmes. Je pense en effet, que lorsque l'on regarde *Le Cross* sur W9, c'est avant tout pour les candidat.e.s, qui sont ceux d'émissions de vie collective comme *Les Marseillais*. Et comme c'est à elleux que l'on s'intéresse en tant que téléspectateur.ices, plus qu'au dispositif télévisuel, c'est à elleux que je souhaite donner la plus grande part dans mon

analyse. La télé-réalité de « vie collective » débute en France avec *Loft Story* en 2001³, bien que l'on en trouve des prolégomènes dès le début des années 1990 avec le programme *Striptease* diffusé d'abord sur Canal+, puis sur France 3. Cette émission souhaitait traiter des sujets « pris dans les faits de société », en filmant sur le vif, sans commentaires, le quotidien de personnes ou de groupes d'ami.e.s. Ce « magazine qui vous déshabille » est l'une des premières émissions à faire parler des personnes banales (au sens de pas célèbres, pas qualifiées) filmées à la première personne dans leur quotidien. À ça, *Loft Story* va ajouter plusieurs éléments, qui vont constituer le genre « télé-réalité de vie collective » tel qu'on le connaît aujourd'hui. Il y a d'abord la récurrence des candidat.e.s que l'on suit épisodes après épisodes, ce qui s'articule avec l'enfermement de ces dernier.ère.s en un même lieu. Le cœur de l'émission devient ainsi le suivi des candidat.es (qui deviennent des personnages médiatiques), et de leurs interactions quotidiennes. À cela s'ajoute un mécanisme de jeu qui met en tension les interactions (qui va progressivement s'assouplir, pour aujourd'hui quasiment disparaître dans certaines émissions comme *Les Marseillais* ou *Les Anges*), et le confessionnal qui permet d'internaliser la narration puisque réalisée par les candidat.es elleux-mêmes. Ce dernier élément est celui qui va le plus se diffuser dans le paysage médiatique, puisqu'il a pour effet d'axer la narration sur les ressentis individuels de chaque candidat.e⁴. Aujourd'hui, les candidat.es sont récurrent.es de saison en saison, d'émissions en émissions, et structurés en deux grands groupes affiliés aux chaînes TFX et W9, respectivement associées aux sociétés de production *Ah!Production* et *Banijay*, et aux agences d'influenceurs *Wesley Events* et *Shauna Events*.

C) État de la littérature.

Mon sujet se situe au carrefour de plusieurs champs de recherche : sociologie de la culture, sociologie du travail, sociologie des rapports sociaux de classe, race, et genre.

Sur la télé-réalité de vie collective.

Je souhaite donc par cette présente étude m'intéresser à la télé-réalité de vie collective. Cette dernière a suscité un intérêt relativement faible et passager dans le champ universitaire (ce sur quoi je reviendrai plus loin), puisque la majorité des travaux l'étudiant se sont concentrés sur les débuts de la télé-réalité avec ce qu'Elodie Kredens nomme « l'inflation *Loft Story* » (2008). Ces travaux sont par ailleurs plutôt inscrits dans les champs de la sémiologie (Esquenazi, 2002 ;

³ Adaptation du programme néerlandais *Big Brother*, diffusé pour la première fois aux Pays-Bas en 1999.

⁴ Voir : [La télé-réalité a 20 ans - évolution et influence.pdf](#)

Jost, 2007a, 2007b), ou de l'analyse médiatique, notamment en ce qui concerne les questions de formats télévisuels et de dispositifs (Macé, 2003 ; Madani, 2003). L'analyse médiatique a pu également s'atteler à de l'étude de contenu, de discours, comme le fait Nelly Quemener (2016) en étudiant les émissions de relookings diffusées sur M6 et les injonctions genrées qu'elles mettent en scène. L'ensemble des travaux précédemment cités ne se fondent que sur l'analyse d'un seul discours, à savoir le discours médiatique, sans faire état du discours des spectateur.ice.s ou des producteur.ice.s. Par ailleurs il n'y a pas d'étude de réception récente des programmes de télé-réalité de vie collective, la seule (à ma connaissance) étant celle que fait Elodie Kredens (2008) dans sa thèse, en distinguant réception des publics médiatiques (donc légitimes car ayant accès à la parole dans les médias), et réception des publics non-médiatiques. Plus récemment, la démarche computationnelle mise en place par Laëtitia Biscarrat (2023) permet, par une approche comparative entre différents programmes de *Loft Story* (diffusé en 2001) à Les Marseillais à Dubaï (diffusé en 2021) de mieux objectiver les dispositifs télévisuels et leur évolution.

En ce qui concerne maintenant les travaux sur la partie de « codage » (Hall, 1994) de la télé-réalité, c'est à dire sur sa production, ces derniers s'interrogent plutôt sur les dimensions économiques et juridiques de la télé-réalité. À cette image, le colloque « Les enjeux de la télé-réalité » (Roux, Teyssier, 2003) pose tôt les bases de ces enjeux, notamment à propos des questions de formats audiovisuels, du coût de leur réalisation et de leur capacité d'exportation, mais aussi de la cession des droits de la personnalité, et la rémunération des candidat.e.s. Or, tenu en 2003, ce colloque se déroule avant la requalification opérée en 2009 par la Cour de Cassation et donne ainsi une bonne mise en contexte des questionnements juridiques contemporains à la décision de justice, qui seront par ailleurs actualisés en 2014 par Aurélia Psalti et dont je reparlerai plus tard en problématisation. La production des émissions de télé-réalité est également étudiée par Aziliz Kondracki (2023) sous le prisme de la circulation transnationale des formats type « Mariés au premier regard » mettant ainsi à jour différentes conceptions de l'amour et de l'hétérosexualité ancrées dans chaque culture nationale. Pour ce faire, A. Kondracki mène notamment des entretiens avec des candidat.es ce qui demeure plus que rare dans le champ universitaire. Dominique Mehl avait pourtant quelque peu amorcé ce travail d'enquête auprès de ceux qui acceptent de dévoiler publiquement leur intimité à la télévision, puisque dans son ouvrage *La télévision de l'intimité* (1996) elle va s'entretenir avec 8 « acteurs » (que je désignerai plutôt aujourd'hui comme candidat.e.s) et 6 membres de la production, mêlant ainsi l'analyse du dispositif à des entretiens sociologiques portant sur les raisons de participation des candidat.e.s aux *reality shows* (émission comme *Bas les Masques*

ou *L'Amour en Danger*). Plus généralement, les professionnels de la télévision sont très peu étudiés, comme le soulignent Brigitte Le Grignou et Erik Neveux (2017). Ils posent toutefois que la télévision embauche majoritairement des personnes jeunes, sur des contrats précaires, et que ce travail est un travail collectif, comme n'importe quelle production culturelle (Becker, 1988). J'aurai par ailleurs l'occasion de confirmer ces observations plus tard dans mon mémoire.

Sur le travail : trajectoire d'un concept.

Ma présente recherche s'intéresse au travail de la télé-réalité de vie collective, or la notion de travail a fait l'objet d'actualisation considérable et est le lieu de luttes idéologiques. Le travail dans l'acception classique d'Adam Smith est une activité qui produit de la valeur d'échange, c'est-à-dire une valeur qui peut s'échanger, se vendre et s'acheter, sur un marché (que la contrepartie soit monétaire ou non par ailleurs). À cela Karl Marx va répondre non seulement que la valeur du travail est sa valeur d'usage et pas sa valeur d'échange, mais aussi que toutes les activités humaines s'assimilent à du travail (Méda, 2011), tout en réintégrant à la notion de travail sa qualité aliénante au sein du capitalisme (que ce soit par l'extorsion de la valeur, ou par la fatigue que l'exploitation entraîne). Malgré cette plus large acception du travail, les études sociologiques qui vont suivre se concentreront beaucoup plus sur la dimension qui a trait à l'aliénation produite. La sociologie classique du travail s'intéresse alors plutôt au travail rémunéré, plus particulièrement au salariat, et aux inégalités entre les travailleur.euse.s, entre les salarié.e.s et les patrons, et sur les sentiments au travail (Dickson et Roethlisberger, 1939 ; Durkheim, 1893). Ces études du travail ne prennent pourtant pas en compte les activités productives non rémunérées, ce que le féminisme matérialiste va mettre en lumière (Delphy, 1998 ; Guillaumin, 1978 ; Wittig, 2007). Le travail de reproduction, incluant notamment les tâches domestiques et l'élevage des enfants, sont alors pensées comme du travail fourni gratuitement. À cet élargissement théorique de la notion de travail va alors succéder un élargissement des objets de la sociologie du travail, permettant de penser les activités plus implicites et plus associées à des professions dites « de femmes ». Il y a d'une part le travail émotionnel (Hochschild, 2003), c'est-à-dire le façonnement du mode d'expression d'une émotion de façon attendue dans le travail (ne pas soupirer lorsque l'on est énervé.e), mais aussi la qualité du sentiment lui-même (ne pas être énervé.e). Ce travail émotionnel peut constituer la grande majorité des tâches au travail comme c'est le cas pour les agent.e.s Hollywoodien.ne.s (Roussel, 2015), ou une partie comme c'est le cas pour les coiffeur.euse.s (Desprat, 2015). D'autre part, il y a le travail esthétique qui est le travail de mise en forme du corps, du soin

apporté à son apparence et à sa maîtrise, dont l'étude avait été amorcée par Mauss (1934) sans pour autant qu'il considère ces « techniques du corps » comme du travail. C'est pourtant ce que montrent différentes analyses sociologiques du sport (Mennesson, Clement, 2009 ; Pouillaude, 2022 ; Sorignet, 2004), mais aussi des professions du tertiaire fortement féminisées (Warhurst et Nickson, 2001). La technique de maîtrise de son corps ainsi que sa valorisation esthétique sont également au centre de l'analyse de Mathieu Trachman (2013), dont la lecture m'a été plus que fructueuse dans la mesure où le travail de la pornographie et le travail de la télé-réalité de vie collective ont de nombreux points d'accroches (l'exigence d'une authenticité normée, la typification des personnes, la maîtrise de son corps, etc). Je tiens toutefois à souligner que la distinction que je fais ici entre corps et émotions est quelque peu impropre puisque l'un engage presque toujours l'autre. L'un des concepts fondamentaux du travail esthétique, le capital érotique, énoncé par Catherine Hakim (2011) lie d'ailleurs « beauté, attractivité sexuelle, grâce et charme, capacités sociales dans l'interaction (entregent), énergie et forme physique, humour » (Lavigne et Piazzesi, 2019), donc à la fois des qualités physiques et émotionnelles. Les deux sont par ailleurs liées, puisque l'apparence (le travail esthétique) est un moyen de signifier sa respectabilité, donc de réaliser un travail émotionnel afin de provoquer la bonne appréhension de soi par l'autre (Avril, 2014 ; Favier, 2021 ; Skeggs, 2015). Toutefois, cette attention au travail esthétique et émotionnel dans le cadre d'activités rémunérées ne doit pas occulter que ce travail de mise en forme de soi incombe à chacun.e dans sa vie quotidienne. C'est du moins ce qu'explique Goffman (1973) lorsqu'il parle de « façade » ou de « maîtrise des émotions » : le quotidien des individus relève d'un travail de mise en scène permanent. Cette notion de mise en scène, de jeu, est reprise par Butler (2005) lorsqu'il parle de « performance » du genre comme itération, sans cesse réactualisée, d'un idéal de genre pourtant flou et inatteignable. La performance de genre, mais aussi de race, ou de classe (Naudet, 2012) sont donc un travail quotidien de mise en forme de soi.

En ce qui concerne l'acception de travail que j'utiliserai, celle-ci est relativement large et hétéroclite. En considérant le droit, la qualification de travail s'est faite par la preuve de la subordination liant les candidat.e.s aux productions. Toutefois, il est également nécessaire d'avoir une vue large de ce qu'est le travail, permis par les avancées du féminisme matérialiste, qui ne le qualifie pas seulement par la subordination employeur/employé.e.s. Il s'agira alors d'une part d'envisager le travail de candidat.e.s comme l'ensemble des tâches spécifiques à leur condition d'employé.e.s des boîtes de production des programmes auxquels iels participent ; de l'autre comme le travail gratuit quotidien de la performance de soi que réalise tout en chacun.e qui, dans le cadre de la télé-réalité de vie collective, est rémunéré. En effet, je pense que le

travail de la télé-réalité est avant tout une performance de soi agencée en contexte, et mise en scène télévisuellement et que, puisqu'il faut être devant la caméra et sélectionné au montage par la production pour exister, cette performance est en quelque sorte « surjouée ». Cette « sur-performance » de soi, à la manière de la « sur-ritualisation » de la féminité dans les publicités (Goffman, 1977) inclut nécessairement le genre, menant à mon sens des « sur-performances » de genre qu'il faudra appréhender dans une perspective intersectionnelle. Je reprends ici le travail de Mathieu Trachman (2013) lorsqu'il parle « d'hyper-ritualisation » pour désigner ce qui dans « le script pornographique ne s'oppose pas à des comportements sexuels réels, mais prolonge le travail de ritualisation qui les constitue, qui s'incarne dans les parades effectuées par les individus dans les situations de séduction et de rapports sexuels ». Dans la télé-réalité, ce ne sont pas seulement les comportements sexuels qui sont prolongés, mais l'ensemble des interactions. Cependant, toutes les expressions de soi ne sont pas représentées à l'écran, privilégiant certaines performances par rapport à d'autres. En outre, ce travail se déroule dans différentes temporalités, notamment hors-tournage, puisque les candidat.e.s se préparent en amont du tournage mais participent aussi, en aval, à la promotion du programme lors de sa diffusion. Le travail de la télé-réalité a été étudiée au travers d'analyses de contenu de la représentation du travail dans la télé-réalité (Segré, 2006, Couldry et Renynolds, 2006, Jehel, 2018). Ces analyses de contenu sont particulièrement critiques (Sophie Jehel parle de « mise en spectacle du travail néolibéral »), ne s'intéressant pas au travail de la télé-réalité en soi, sur les tâches spécifiques qui peuvent la constituer en travail, mais seulement à la représentation que la télé-réalité donne à voir du travail « traditionnel ».

Ici, je me suis attachée à établir un cadrage sémantique, délimitant les contours de mon objet d'étude. Toutefois, ces définitions s'articulent avec un cadrage normatif qui, pour ce qui est de la télé-réalité de vie collective, s'avère particulièrement critique.

II) Étudier un objet largement critiqué.

A) La télé-réalité comme objet déconsidéré.

La télé-réalité est un objet culturel particulièrement déconsidéré par les cadres légitimes de perception. En effet, celle-ci est vue par certain.es comme du « vide intellectuel », pour un public de « cons » (des mots de l'une de mes enquêtées), alors ignoré par les champs légitimes.

Le vide intellectuel...

Dans sa thèse soutenue en 2008, Elodie Kredens met en lumière le cadre évaluatif négatif porté sur Loft Story par la presse mainstream. Elle qualifie ce dernier de « cadre du néant » marquant par là le sceau de la banalité, du « vide intellectuel » de Loft Story. La presse mainstream, et les (auto)proclamés intellectuels qui publient dans ses pages sont les dépositaires de la légitime faculté de juger (Bourdieu, 1979). Or en rejetant la banalité, en ramenant « l'univers de Loft Story à l'univers du quotidien ménager et corporel » (Kredens, 2008), le regard pur de l'observateur légitime se place en rupture avec l'ordinaire et les attitudes ordinaires à l'égard du monde, qui ne mériteraient même pas d'être représentées. Or « rejeter l'humain c'est évidemment rejeter ce qui est commun, 'facile', c'est-à-dire immédiatement accessible » (Bourdieu, 1979) : condamner la télé-réalité pour son néant et son « vide intellectuel » c'est alors une fois de plus affirmer sa distinction en stigmatisant ce contenu culturel populaire. Toutefois, dans le cadre de la télé-réalité de vie collective (comme Loft Story), ce qui produit le contenu sont des individus lambda, des « candidat.e.s ». Or ce « degré zéro de création » (Rioufol, 2001) fait qu'en stigmatisant ce contenu, ce sont les individus candidat.e.s que l'on stigmatise. Les candidat.e.s étant majoritairement issus de classes populaires (même si nous allons voir plus loin que cela commence à évoluer), la distinction de classe s'affirme ainsi doublement : par le dégoût pour la pratique culturelle de la télé-réalité, mais aussi pour les individus *vulgaires* qui la composent.

... pour un public de « cons ».

Après revenue sur le mépris classiste qui marque les programmes et leurs participant.e.s, on s'intéressera ici à celui qui marque les publics. En effet, à l'inverse de ce que propose Elodie Kredens dans sa thèse, je ne pense pas qu'il y ait une « transposition du discrédit de l'émission sur le public », mais plutôt que c'est parce que le public de la télé-réalité de vie collective est déconsidéré que ce type de télé-réalité l'est. L'une de mes enquêtée, casteuse de télé-réalité (c'est-à-dire qu'elle sélectionne les candidat.e.s) et elle-même spectatrice puisqu'elle se dit « enfant de la télé » l'a ainsi exprimé :

« Parce que au final on..., pour moi c'est le public qui est critiqué. Ça veut dire qu'en général les gens qui regardent Koh-Lanta ça va être les darons blancs d'un certain âge d'un certain niveau, eux ont le droit de regarder du divertissement et de se détendre, mais le public qui va regarder de la télé-réalité c'est souvent les minorités et ces gens là sont cons, donc la télé-réalité c'est pour les cons, tu vois même dans ça y a une forme d'élitisme. »

Entretien effectué le 08/11/2022, auprès d'une casteuse de télé-réalité.

Les « darons blancs d'un certain âge, d'un certain niveau » incarnent ici les détenteurs du capital économique et culturel, qui peuvent regarder Koh Lanta pour se divertir, lorsque les « minorités » et classes populaires, déjà stigmatisées, transfèrent leur illégitimité à leurs consommations culturelles. Cette transposition est celle qui permet à un certain type de télé-réalité (comme *Koh-Lanta* ou *Top Chef*) de ne pas être accolé au stigmate de la télé-réalité, lorsqu'un public de « cons » ne peut que consommer un programme de « cons ».

État universitaire d'une ignorance classiste.

En tant qu'objet illégitime, la télé-réalité est constituée aussi comme un objet de recherche illégitime, sur lequel le champ universitaire demeure relativement ignorant. En ce qui concerne spécifiquement la télé-réalité de vie collective, les travaux académiques sont rares. Peu nombreux en quantité, ils se sont surtout concentrés sur une analyse médiatique qui s'est peu emparée de l'avis des publics (voire a mis un point d'honneur à s'en distancier). Ces analyses ne se sont aussi, à mon humble avis, que rarement départies d'un mépris de classe, et se sont arrêtées pour la plupart aux débuts de la télé-réalité, notamment sur *Loft Story*. Les programmes de télé-réalité étudiés plus récemment ne sont pas ceux de vie collective, mais concernent plutôt des émissions de relooking (Quemener, 2016 ; Skeggs et Woods, 2012). La télé-réalité de vie collective semble donc être un objet quasiment absent du champ universitaire depuis une quinzaine d'années. Il s'agit alors de « rendre possibles les objets impossibles, de rendre présents les objets absents » (Sousa Santos, 2011). Cette absence n'est pas le fait d'un pur hasard mais relève de deux des logiques mises au jour par Boaventura de Sousa Santos : l'ignorance de la télé-réalité, et son infériorité. Ces deux logiques en font un objet sur lequel il ne serait pas utile de produire de la connaissance, puisqu'il ne compterait pas. De par l'autonomie du champ universitaire, faite à la fois d'un *ethos* bourgeois et d'un *nomos* élitiste (Bourdieu, 1976), le sujet de la télé-réalité se retrouve exclu. Cette exclusion peut s'expliquer de deux façons. D'abord par la difficulté pour les personnes regardant de la télé-réalité de vie collective (les « cons ») à entrer et perdurer dans le champ universitaire ; ensuite par les obstacles qui les attendent si ils tentent d'y amener la télé-réalité comme pouvant faire l'objet d'une étude académique (trouver des directeur.ices de recherche acceptant d'encadrer un mémoire sur la télé-réalité est encore rare).

B) Le choix d'étudier la télé-réalité dans ce contexte de déconsidération.

Le choix d'étudier la télé-réalité n'est donc pas anodin. Il y a donc là une forme de *identity power* qui catégorise un certain type d'individus comme idiot.e.s ou victimes (les candidat.e.s de télé-réalité, et les gens qui les regardent⁰), *i.e* qui font face à un *credibility deficit* (Fricker, 2007), faisant de la télé-réalité un objet pour les ignorant.es. En partant d'un objet déconsidéré, d'un objet « pour les cons », il s'agit pour moi d'être attentive à cette *testimonial injustice* et tenter de la réparer à ma manière : lui donner une place en tant qu'objet légitime à être étudié en partant de la première chaîne productrice de signification : les candidat.e.s. Considérant leur participation à ces émissions comme un travail à part entière, il s'agit de donner du crédit à leur voix et les considérer comme légitimement expert.es de leur groupe social. Toutefois, cette analyse ne se veut pas naïve, voire dans un idéal réactionnaire, qui les déconnecterait de la structure dans laquelle iels exercent leur activité : d'où le choix d'effectuer également des entretiens avec des membres de la production. On l'aura compris, la télé-réalité est un objet d'étude qui me tient particulièrement à cœur, et que je souhaitais pouvoir étudier depuis longtemps. Toutefois, l'angle initial n'est pas celui qui est présenté dans ce mémoire, puisque je souhaitais l'apprécier depuis le côté de la réception, avec une perspective de recherche ancrée dans les Cultural Studies. Même si ce sujet n'est pas celui que j'ai poursuivi, il me semblait toutefois important de préciser la genèse de mon sujet de recherche dans la mesure où elle est souvent poreuse avec le cadre de réflexion choisi ici. En effet, je souhaitais garder l'approche critique et matérialiste des *Cultural Studies*, qui reste pour moi un fil directeur, tout en m'intéressant à un aspect de la télé-réalité qui ne soit pas la réception. En suivant le modèle de codage/décodage de Stuart Hall (1994), il ne me restait alors plus qu'à étudier le codage de la télé-réalité, *i.e* ses modes et conditions de production.

Il me semblait nécessaire d'évoquer le cadre normatif dans lequel la télé-réalité s'inscrit, que ce soit du point de vue des publics médiatiques, non médiatiques, ou universitaires. En effet étudier un objet déconsidéré comme la télé-réalité a des conséquences sur la pratique de recherche, et on étudiera ici le déplacement de mon étude vers un autre courant universitaire, dont les racines ne sont pas l'étude de produits culturels dévalués.

III) Passer de l'autre côté : une sociologie du « codage ».

Attentive à la réflexivité et l'inductivité de mon processus de recherche, je souhaiterais maintenant revenir sur la construction de mon sujet. On s'intéressera ici aux jalons qui ont façonné mon objet d'étude et le cadre de réflexion mobilisé.

A) Des pratiques féministes ordinaires.

Le sujet duquel je suis partie portait sur la mobilisation d'un registre et de pratiques féministes ordinaires par les candidates de télé-réalité (Jacquemart et Albenga, 2015). En somme, il s'agissait de voir comment la télé-réalité pouvait exercer une subversion de genre, en m'intéressant au premier maillon de la chaîne : les candidates. Ces dernières considérées comme *bimbos* idiotes ou victimes hyper-sexualisées, rebattent à mon sens les cadres de la féminité et de la masculinité, notamment en se servant de ces catégories pour accumuler des capitaux. Cette subversion s'accompagnait aussi de l'utilisation de la figure de la *cagole*, modèle de femmes dites « fortes » (Tourre-Malen, 2021), particulièrement valorisé dans les télé-réalité de vie collective. Cette analyse se penchait donc en partie sur le *girlbossing*, comme élément du féminisme pop (Mc Robbie, 2004). Cette tendance de féminisme jeune, et souvent édulcoré (Blandin et al, 2017) était déjà étudiée dans mon premier mémoire portant sur les restrictions vestimentaires au collège. D'où le fait notamment que je ne me suis intéressée qu'aux candidatEs pendant un temps, et que je n'ai donc fait des entretiens qu'avec elles. En outre, le scandale du #MeToo télé-réalité (sur lequel je reviendrai plus longuement ensuite) avait mis en avant des registres féministes plus explicites chez les candidates, influençant la direction prise par mon sujet : à cette occasion, la presse mainstream semblait avoir découvert que les candidates n'étaient pas que des victimes passives de leur misogynie intériorisée.⁵

B) Vers une sociologie du travail.

Mon sujet s'est aujourd'hui élargi, pour concerner une sociologie du travail de la télé-réalité et de ses effets. Ce choix s'explique sous plusieurs aspects. D'abord m'intéresser au travail, me permet de m'inscrire dans un champ légitimé de la sociologie, ce qui permet à mon sens de contrebalancer l'illégitimité de mon objet sur laquelle je suis revenue plus haut. Ensuite, car tiraillée entre plusieurs traditions épistémologiques, souvent présentées comme concurrentes, la télé-réalité envisagée par le travail de la performance me semblait être un lieu me permettant à mon échelle de penser une conciliation entre féminisme matérialiste et poststructuralisme.

⁵ Voir notamment

https://www.liberation.fr/checknews/metoo-de-la-tele-realite-que-sait-on-des-accusations-dagressions-sexuelles-visant-illan-castronovo-20211216_7XSBYPCLZBDLJBBV43ZHJLKIBM/
https://www.liberation.fr/checknews/metoo-de-la-tele-realite-que-sait-on-des-accusations-dagressions-sexuelles-visant-illan-castronovo-20211216_7XSBYPCLZBDLJBBV43ZHJLKIBM/
<https://www.mediapart.fr/journal/france/301222/violences-sexuelles-une-ex-star-de-la-tele-realite-visee-par-une-information-judiciaire>

D'où le titre « La performance en travail » : à la fois le travail de la télé-réalité comme performance de soi, et la performance de soi comme processus de travail. La définition du CNRS du travail (« activité humaine exigeant un effort soutenu... qui vise à la création et/ou à la production de nouvelles choses, de nouvelles idées ») sera donc utilisée dans un cadre critique et élargi. Cette analyse s'est structurée autour de deux axes : celui de l'incorporation, et celui du cadre juridique, du moins du rapport au champ législatif dans la qualification en tant que travail. Pour ce qui est de l'incorporation, il s'agit de questionnements relevant de l'intériorisation de normes et du rapport au pouvoir notamment celui des productions et celui, sous-jacent, des caméras. Le second axe a joué un rôle important, car l'une des difficultés premières a été de poser les limites de ce qui faisait de ce travail un *travail*, en dehors de sa rémunération. En ce sens, la lecture du mémoire d'Aurélia Psalti (2014) a été d'une très grande aide.

Incorporation.

La télé-réalité relève pour les candidat.e.s de l'incorporation, pour leur travail toujours, de normes néolibérales. Par néolibérales on entend une intervention de soi sur soi, qui tout en déléstant l'Etat de son interventionnisme, promeut l'individualisme et l'internalisation du pouvoir au sens foucaldien. Ce travail se fait d'abord par une discipline du corps, auquel on applique des techniques pour le rendre désirable, donc rentable. Cela peut être par la chirurgie esthétique, le sport, mais aussi par des pratiques plus « ordinaires » qui travaillent le positionnement du corps par rapport à la caméra. Il s'agit par exemple de techniques telles que le *mewing*⁶, le fait de toujours être à l'affût de l'angle de la caméra, de se tenir toujours droit.e, les épaules en arrière, les muscles contractés. Tout autant de mesures qui, après s'être bien entraîné.e devant un miroir, disciplinent le corps pour qu'il apparaisse à l'écran selon les « bons » critères. Ces derniers restent d'ailleurs à définir, dans la mesure où rien ne laisse à penser qu'ils soient les mêmes entre producteur.ices, candidat.e.s, et téléspectateur.ices. Ensuite, cette incorporation se fait au niveau des sentiments, dans la mesure où il faut ressentir la bonne émotion au bon moment (Hochschild, 2003) ou comme l'a nommé la cour de cassation dans son arrêt⁷ « exprimer des réactions attendues », et les exprimer de la « bonne » façon. Cette « bonne » façon est également à définir en pratique, pour l'instant j'y entends la façon normée dont l'émotion va être exprimée aussi bien dans les mots que les gestes, par des rituels

⁶ « Le *mewing* est une technique qui consiste à corriger la posture de la langue dans la bouche. Cela permettrait de bénéficier d'une mâchoire carrée et d'un visage plus dessiné. » <https://youngent.fr/mewing-technique-comment-ca-marche/>

⁷ Cass. (fr.), 3 juin 2009, n°1159

intelligibles : par exemple, placer ses mains devant sa bouche de part et d'autre de son visage pour signifier la surprise. Toutes ces pratiques, aussi bien physiques qu'émotionnelles, forment des répertoires qui d'une part les limitent, mais aussi les rendent exploitables pour une production audiovisuelle. On suppose donc aussi par là que la télé-réalité a une dimension socialisatrice qui s'étend au-delà de la durée des tournages et qui peut avoir des effets de long terme sur la vie des candidat.e.s, non seulement en terme de trajectoire personnelle et professionnelle, mais aussi sur leur subjectivation.

Le cadre juridique.

Cette dynamique néolibérale semble donc incorporée par les candidat.e.s, mais est aussi assumée au niveau de la réglementation qui encadre leurs contrats de travail. En effet, pour la télé-réalité, les candidat.e.s renoncent à leurs droits à la personnalité (Psalti, 2014). Ces droits regroupent notamment le droit à la dignité, à l'image, à la libre correspondance, et à l'intimité. En théorie, la télé-réalité ne touche « qu'au » droit à l'intimité, mais ces limites me semblent très floues. Il est « notamment imposé que les renonciations aux droits de la personnalité soient temporaires et qu'il existe un lieu et une tranche horaire durant lequel les caméras ne tournent pas ». Toutefois, les candidat.e.s ne retrouvent pas leurs droits à la personnalité une fois le plateau de tournage quitté. Sur internet, que ce soit par la diffusion d'extraits d'émissions sur plusieurs années (voire décennies) sur les réseaux sociaux numériques, ou par eux-mêmes sur ces mêmes réseaux lorsqu'ils se mettent en scène pour promouvoir leur image et des produits, la cession des droits à la personnalité s'étend bien au-delà des limites temporelles et de contenu de la diffusion à la télévision. La cession du droit à la dignité est aussi à questionner, après que de nombreuses séquences humiliantes pour les candidat.e.s aient été diffusées⁸. Cette extension est d'autant plus importante à étudier que les droits à la personnalité sont théoriquement extrapatrimoniaux ; ils sont incessibles, indisponibles, intransmissibles. La cession d'une partie des droits de la personnalité (principalement le droit à l'image) était auparavant réservée aux seules stars, dont l'exploitation avait une valeur car leur personnalité avait acquis une valeur marchande au préalable (par l'accès à la célébrité). Dans la télé-réalité de vie collective, le processus s'inverse : c'est par la cession de ses droits à la personnalité que l'on devient célèbre, et que ces droits gagnent en valeur marchande. La qualification de la télé-réalité comme travail constitue donc une extension du domaine marchand considérable, et qui

⁸ <https://www.csa.fr/Reguler/Espace-juridique/Les-textes-adoptes-par-l-Arcom/Les-decisions-du-CSA/Emissions-Le-Mad-Mag-et-Les-Anges-de-la-telerealite-NRJ-12-fermement-mise-en-garde>

à mon sens a une influence au-delà de la télé-réalité, notamment lorsque l'on observe que ce *personal branding* rémunère également les influenceur.euses.

J'ai donc construit cet objet au fil du temps et des contraintes, notamment afin de pouvoir le présenter de façon légitime, par l'appel au droit et à la sociologie du travail (champ classique et légitimé de la sociologie française). Nous avons là un programme d'étude de la télé-réalité de vie collective depuis la production, intéressons-nous maintenant aux matériaux sur lesquels faire reposer celui-ci.

IV) Sur les matériaux.

A) « Faire parler le rien » : le choix d'étudier le refus.

Commençons par aborder le principal écueil à ma recherche : la collecte de matériau a été particulièrement difficile. Après avoir contacté quasiment 200 candidat.e.s, par mail et sur les réseaux sociaux, seulement neuf m'ont répondu, dont six réponses négatives. J'ai fait le choix d'étudier ces refus : d'abord pour combler un manque évident de matériel, le refus de terrain et ses différentes modalités seront donc utilisées de façon récurrente dans ce mémoire ; mais aussi car tout autant que le manque de travaux universitaires, le refus du terrain est significatif et donc son analyse est heuristique (Darmon, 2005). En ce qui concerne maintenant les refus plus « passifs » (*i.e* l'absence de réponse), ceux-ci s'expliquent selon moi par deux aspects. Le premier est structurel, dans la mesure où la culture du secret est une exigence professionnelle dans ce milieu. En effet, qu'ils soient candidat.e.s ou membres de la production, les individus sont soumis à des clauses de confidentialité très strictes et inscrites dans leur contrat. Si ces dernières ne sont pas respectées, les fautifs.ve.s s'exposent à de lourdes sanctions financières.

Parce que y a tout un voile de mystère autour de la télé-réalité où tout le monde a peur de dire euuuh les mauvaises choses. Tu sais que nous en télé ils nous font... moi je suis sous clause et les clauses ça te fait flipper. T'as une clause où même dire le lieu du tournage t'es... bah tu peux faire sauter ta clause. Et je te parle pas de 2000 euros d'amende, je te parle de 200 000 parce que c'est des gens qui sont euh chargés de, qui ont des avocats à balle, qui ont euh fin tu vois... et que c'est con mais ils sont tous tout le temps en train de chercher d'où ça a fuité, ça part d'où.

Entretien effectué le 08/11/2022, auprès d'une casteuse de télé-réalité.

Cette culture du secret est d'autant plus forte pour ceux qui veulent continuer à faire de la télé-réalité. Ici la sanction financière se double de la menace de sanction en termes de réputation professionnelle. En effet, les seules candidates m'ayant répondu (positivement ou non) sont

celles qui ont arrêté, et celles avec qui j'ai pu faire des entretiens avaient arrêté la télé-réalité après seulement une émission et ne souhaitaient pas en refaire.

Le second aspect, que je juge plus conjoncturel, est dû aux récents scandales médiatiques mettant en cause des candidat.e.s de télé-réalité. Ces scandales médiatiques s'articulent autour de deux thèmes majeurs : le #MeToo télé-réalité et les scandales autour des arnaques des influenceur.euses. C'est en Novembre 2021 que la controverse du #MeToo de la télé-réalité éclate. Un candidat de télé-réalité à succès, Illan Castronovo, a été accusé d'agressions sexuelles par plusieurs jeunes femmes, dont des candidates. Alix Desmoineaux, ex-candidate, avait alors laissé entendre que des affaires d'agressions sexuelles graves avaient été étouffées par les productions et les agences de télé-réalité. L'affaire a d'abord enflammé les réseaux sociaux numériques et journalistes en ligne spécialisés, en étant délaissé par les médias et la presse mainstream, qui y sont toutefois revenus un mois plus tard, lorsque l'affaire avait pris de l'ampleur. Néanmoins, environ six mois plus tôt, une autre mobilisation avait déjà vu le jour, mais avait bien moins été relayée dans les médias *mainstream* : #boycottlesanges. Ce mouvement venu d'un groupe d'ex-candidates du programme *Les Anges*, dénonçait le sexisme des candidats et de la production du programme. Un hashtag avait déjà été mis en place par certaines ex-candidates du programme : #boycottlesanges. La production de *Les Anges* était alors dénoncée comme particulièrement sexiste, en laissant passer (voire en encourageant) l'acharnement collectif misogyne sur une seule candidate livrée à elle-même⁹. Les scandales autour des arnaques des candidat.e.s de télé-réalité influenceur.euses sont quant à eux beaucoup plus relayés dans les médias mainstream¹⁰, et mènent d'ailleurs aujourd'hui à une législation. Ces arnaques concernent des ventes de formation en ligne frauduleuses, ou de marchandises défectueuses (en somme de la publicité mensongère). Tous ces récents scandales ont attiré la suspicion sur la sphère de la télé-réalité, que ce soit les candidat.es, ou les personnels de la production et des agences. Cette suspicion me semble avoir en réaction accentué le « voile de mystère » entourant la télé-réalité, déjà bien présent de par la menace de sanction financière et symbolique pour ceux qui s'exprimeraient sur les conditions de production (renforçant alors mon refus de terrain).

⁹ <https://www.mediapart.fr/journal/france/260421/les-anges-de-la-tele-realite-un-enfer-de-sexisme-0>

¹⁰ https://www.liberation.fr/societe/police-justice/sur-les-reseaux-sociaux-des-influenceurs-et-largent-du-leurre-20220728_ZN7FK44P4RBSFN7RMX2GUEGALY/
https://www.lemonde.fr/pixels/article/2022/03/01/sur-les-reseaux-sociaux-la-traque-aux-arnaqes-d-influenceurs_6115627_4408996.html
<https://www.france.tv/france-2/complement-d-enquete/4096813-arnaqes-fric-et-politique-le-vrai-business-des-influenceurs.html>

B) Matériaux récoltés.

Les entretiens.

Les entretiens recueillis sont donc au nombre de cinq. Trois ont été effectués avec des candidates, et deux avec des membres de la production. L'une est casteuse (elle fait passer les castings qui permettent de sélectionner les candidat.es), et l'autre est chef de projet centré sur le contenu éditorial (il sélectionne le contenu des émissions). Le choix de m'intéresser aux productions (qui n'était pas dans mon projet de recherche initial) m'a permis de mieux m'intéresser à la relation de travail, et de ne pas faire d'analyse naïve hors des contraintes de l'économie des médias. J'ai pu prendre contact avec ces personnes par réseau d'interconnaissances. La casteuse a été contactée sur Instagram, et le chef de projet sur WhatsApp. En ce qui concerne les candidates, cette non-mixité féminine s'explique par mon changement de sujet, qui m'a fait me concentrer plus sur les candidates que les candidats. Toutes ces candidates ont fait une seule émission, et n'ont pas cherché à en faire d'autres par la suite, ce qui me donne plus accès à des arrêts de trajectoires, qu'à des carrières professionnelles de candidates établies. Toutes ces candidates ont participé à des émissions de « dating », ayant un rapport avec la recherche d'un partenaire amoureux ou avec leur vie amoureuse passée. Sur ces trois candidates, deux ont fait des émissions récemment, et ces mêmes deux candidates sont aujourd'hui actives sur les réseaux sociaux en étant influenceuses, et sont issues des classes moyennes. La dernière, issue de classes populaires, a participé à une émission il y a presque dix ans et est retournée à son métier d'origine après l'émission. Il y a donc déjà différents types de sorties de carrières, notamment du fait de la structuration professionnelle en cours du champ.

Mes entretiens ont tous été effectués en distanciel en appel par vidéoconférence via le réseau social Instagram par lequel je les avais contactées, sauf celui avec le chef de projet qui que nous avons fait en appel vocal seulement. Le distanciel s'est imposé à moi pour des raisons pratiques, de contraintes temporelles (les emplois du temps des employés de production et les miens n'étant pas compatibles) et géographiques (les candidat.es n'habitent pas à Paris). Le compte Instagram utilisé pour passer l'appel était mon compte personnel, qui n'est pas tant le compte professionnel d'une jeune chercheuse, que celui sur lequel j'expose ma vie privée. Le média (Instagram) ainsi que le contenu auquel elles avaient accès ont à mon sens participé à les mettre en confiance. D'une part, car elles pouvaient vérifier que je suis une « vraie » personne, et pas un faux-compte fait par un.e blogueur.euse pour leur soutirer des informations exclusives ; de l'autre car cela a pu compenser quelque peu le caractère distant et officiel du message-type avec lequel je les contactais. Ce dernier me semblait toutefois nécessaire pour crédibiliser ma démarche. Ainsi, si ni le changement de support n'est neutre, ni l'interface utilisée ne sont

neutre (Theviot, 2021), le dispositif d'Instagram auquel elles comme moi sommes habituées n'a à mon sens pas perturbé outre mesure le déroulé de l'entretien, puisqu'elles étaient chez elles et peu voire pas entourées. Ces entretiens durent entre 40 minutes et 1h40minutes.

Une autre difficulté vient de la confusion par les enquêté.es, fréquente, entre ma position de chercheuse, et celle de journaliste, et ce quand bien même je précisais dans mon message que je n'étais pas une blogueuse, que je ne cherchais pas à les coincer, et que les entretiens seraient anonymisés.

[Refuse l'entretien]

Et en plus de ça je vais pas donner justement une... comment on appelle ça ? (coupe)

Je vais pas donner une interview en sachant que ça fait un moment que j'ai pas fait de télé-réalité et que et que si je fais une interview je vais me faire payer voilà clairement parce que j'ai plein de choses à dire et donc du coup bah, qui dis j'ai plein de choses à dire, des des choses intéressantes, dis des choses qui vont certainement faire du buzz et, mais après je peux comprendre que vs cherchiez à contacter des gens de la télé-réalité, mais là ce sera pas moi ça c'est certain. Bonne recherche à vous, et non j'ai plus de contacts avec des gens de la télé-réalité donc je pourrai pas vous aider non plus pour ça.

Réponse de Steven reçue le 20/03/2023 par message vocal.

Le passage à un registre médiatique, des « interviews », du « buzz », qui suppose a priori une personnalisation des déclarations, ainsi que la demande de compensation financière marque nettement ici cette confusion des professions. Ces entretiens étaient semi-directifs, et reposaient plus sur des relances que sur une grille détaillée d'entretiens (quand bien même je notais tout de même quelques axes à absolument évoquer, et quelques questions afin d'éviter de trop longs silences). Néanmoins il faut admettre que la recherche par entretiens était nouvelle pour moi cette année, et que je ne pense pas y avoir particulièrement excellé. Lors de la retranscription de ces derniers, je me suis souvent rendue compte que j'avais manqué des relances, oublié des questions qui auraient été pertinentes, usé d'un ton qui ne me convenaient pas... Sans que ces erreurs soient inédites à ma personne, changer de méthode d'enquête par rapport à l'année dernière m'a ralenti dans mon travail. D'abord car il a fallu me familiariser avec une nouvelle méthode, mais surtout car j'en avais largement sous-estimé le temps (que ce soit au niveau de la conception des grilles d'entretien ou de la retranscription), et ce d'autant plus que j'ai choisi de faire des retranscriptions très détaillées qui ne « lissent » pas les propos de mes enquêté.es. Les interjections, fautes de langue, répétitions, silences, sont retranscrits comme le reste. Enfin, ma sensibilité personnelle penche définitivement plus du côté de l'ethnographie que des entretiens, puisque ces derniers rendent plutôt compte de récits de pratiques que de pratiques *en pratique*. Il m'a semblé que nombres de mes questionnements (notamment sur les techniques

du corps) auraient largement gagné à être observés *in situ*. Cela s'explique dans la mesure où en entretien cela donnait lieu à des questions très précises qui peuvent sembler intrusives et gênantes, ou provoquer à des réponses trop évasives car les enquêtés ne situent pas de quoi je veux parler.

L'ethnographie.

Pour ce qui est de mon expérience ethnographique pour cette enquête, j'ai fait en sorte de passer un casting pour une télé-réalité de vie collective de « dating ». J'ai soumis spontanément ma candidature sur une plateforme en ligne le 8 décembre, et ai été appelée par une casteuse le 12 décembre, m'invitant à passer un casting dans les locaux de son agence deux jours plus tard. Cette agence est spécialisée en casting de télévision, pas uniquement en casting de télé-réalité : publicité, jeux concours, fictions, etc. C'est donc le 14 décembre que j'ai passé le casting, qui a duré environ 20 minutes. L'appel de la casteuse comme mon casting ont été enregistré secrètement, faisant de cette ethnographie une ethnographie à couvert dans lequel je me présentais comme une aspirante candidate comme une autre. Même si je n'ai (malheureusement) pas été sélectionnée, j'ai pu observer de l'intérieur le processus de sélection, qui me semble une étape charnière faisant passer des individus lambda au statut de candidat.e.s. Cette courte participation observante me semble particulièrement heuristique et m'a permis d'étudier les pratiques de sélections et les effets produits sur ma personne, en termes de travail de l'apparence et d'affects. L'objectif ici était d'être sélectionnée afin d'observer en pratique les performances et la mise en scène des autres candidat.e.s lors du tournage, même si l'auto-analyse me semble déjà être un premier matériau particulièrement appréciable. Cette méthode d'enquête est également celle dans laquelle je suis la plus expérimentée, et surtout la plus à l'aise : pour mes futures recherches c'est celle que j'aimerais majoritairement utiliser. À cette participation observante s'ajoute une ethnographie en ligne, par laquelle j'ai observé et noté les stories, interview, posts, des candidat.e.s dans lesquels ils parlaient plus ou moins explicitement de leur travail. Ce recueil a été d'autant plus facile pour moi que je suivais déjà ces contenus avant le début de mon travail de recherche : ma pratique personnelle s'est alors confondue avec ma recherche rendant sur cette méthode la collecte de données abondante, mais pas exhaustive non plus. Cette pratique d'enquête est celle qui est arrivée le plus tard dans mon travail de recherche, ce qui explique que je me sois concentrée directement sur les contenus dans lequel ils explicitent leur rapport à leur travail. Ces contenus seront utilisés comme une forme d'entretiens indirects et seront étudiés de la même façon que ces derniers le sont.

Corpus de textes.

Un corpus journalistique et juridique a également été utilisé, plus dans l'objectif de cadrer mon objet d'étude que dans une perspective d'analyse. J'ai donc lu de nombreux articles de presses parus aux alentours du rendu de l'arrêt de la Cour de Cassation sur la requalification des contrats de participation en contrat de travail (recueillis sur Europresse), ainsi que des revues de droits parues à cette même période¹¹. Même s'ils sont peu analysés à proprement parler dans ce mémoire, il me semblait important de mentionner ce corpus qui m'a permis de situer mon objet, notamment en ce qui concerne la qualification juridique du travail.

C) Positionnement épistémologique.

Sur l'asymétrie de la relation enquêtrice-enquêté.e.

Commençons par noter que le rapport entre chercheur.euse et enquêté.e paraît toujours nécessairement asymétrique. L'un.e en sait supposément plus sur l'autre, l'un.e est conçu.e comme objet de recherche de l'autre, et ce quand bien même l'on s'intéresse à la subjectivation des individus. Ce rapport s'inscrit également outre le cadre de la relation interpersonnelle, dans des rapports de pouvoirs s'intersectionnant. Le statut de sociologue étant extrêmement privilégié dans l'espace social (on peut ici penser à Bourdieu qui disait des étudiant.es en sociologie qu'ils étaient les équivalents des artistes petits bourgeois du 19^e), il y a de fortes chances que l'enquêté.e se trouve dans une position statutaire inférieure à ce dernier dans l'espace social. Or, l'une des revendications des perspectives féministes en sciences sociales, outre la dénonciation de la production d'un savoir androcentré, porte sur « l'enjeu éthique et politique des rapports de pouvoir constitutifs du processus même d'enquête » (Allen, 2011 citée par Charron et Auclair, 2016). J'ai donc tenté, autant que faire se peut, de limiter cette asymétrie. D'abord, en ne contactant pas les candidates dont je savais qu'elles étaient dans des situations compliquées (en l'occurrence : violences conjugales, grossesses avancées ou accouchements récents, et tentative de suicide), afin de ne pas ajouter à leur charge de réaliser ce que je considère comme un travail gratuit à mon égard. Ensuite, en précisant dès ma prise de contact que je n'étais pas une blogueuse ou une journaliste et que je n'étais pas là pour les « coincer » mais pour qu'ils me fassent part de leur expérience lorsqu'ils faisaient de la télé-réalité. Cette tentative d'honnêteté n'était pour autant peut-être pas (a posteriori) la meilleure approche, marquant une distance entre mon espace social et celui des enquêté.e.s et donc

¹¹ Tout particulièrement, le numéro 1403 de la Semaine Sociale Lamy paru le 8 juin 2009 : *La tentation du contrat de travail*.

potentiellement une hiérarchie. Je ne l'ai compris que trop tard lorsque l'un des candidats auquel j'ai envoyé un message m'a répondu :

En gros si je comprends bien vous avez envie de m'étudier quoi on est des...on est des animaux et vous êtes là avec votre blouse te vous nous étudiez quoi c'est un peu ça en fait si je comprend bien hein si je suis le fond de votre raisonnement. Mais on est des humains hein comme vous ! C'est juste on a fait une télé-réalité hein on a, on va dire, fait des vacances avec des des caméras quoi rien de plus ! Je sais pas je suis pas très pas très emballé par le projet.

Réponse de Steven reçue le 20/03/2023 par message vocal.

Il semble assez clair que le déplacement scientifique est vécu ici comme une violence. Ce passage permet de réaffirmer qu'il n'y pas de méthodes ou de protocoles féministes en soi, mais que « c'est la façon de les utiliser et de problématiser le processus de production et de localisation des savoirs qui permet de produire des savoirs féministes et de subvertir les paradigmes scientifiques hégémoniques. » (Charron et Auclair, 2016). Enfin,

Positionnement critique et féministe.

On l'aura compris, je me place dans une position critique de la critique de la télé-réalité, qui ne s'est que rarement départie d'un mépris sexiste et classiste qui considère les candidat.e.s de télé-réalité comme étant à la merci des supposées velléités sexistes et classistes des chaînes de télévision et des groupes de productions audiovisuelles. Il me semble alors que l'une des façons de faire de la recherche éthique est de faire de la recherche *avec* les candidat.e.s, et non pas *sur* les candidat.e.s. Je tiens en effet à laisser une grande place à l'interaction, donc à leur *agency*, leurs représentations, leur perception du monde social. Je pense en effet que les élèves (comme tout êtres sociaux) ont un *sens pratique* (Bourdieu, 1980) de leur environnement social, qu'elles en connaissent les règles tacites, les raisons, les normes, et les valeurs. L'objectif n'est alors pas de faire de la recherche *sur* elles, en les décryptant, ou en essayant de prouver quelque chose, mais bien de construire *avec* elles, en les écoutant, en donnant une importance et une légitimité à leur voix, dont elles sont par ailleurs privées de toutes part. Cette façon de considérer ma recherche est proche de celle adoptée par Caroline Caron (2014) dans le cadre de sa « méthodologie des sensibilités ». En pratique, cela revient à restituer leurs voix, leurs perceptions, en les considérant comme légitimement expertes de leur microcosme social. De longues retranscriptions de mes conversations avec les candidat.es sont donc présentes tout au long de mon mémoire. Pour autant, un équilibre doit pouvoir se former entre *agency* et domination par les structures car, la domination et les structures se maintiennent en partie car

les individus n'en ont pas conscience et/ou connaissance. Cependant, les rapports sociaux sont vécus et expérimentés dans une réalité matérielle qui n'est pas identiquement conforme à la réalité idéologique. Ma perspective épistémologique s'approche alors du féminisme matérialiste britannique, du *Women Studies Group* à l'Ecole de Birmingham (CCCS, 1978). Il s'agit donc de faire la description et l'analyse des structures d'oppression (incarnées par les rapports sociaux de sexe, de race, et de classe) avec une perspective compréhensive, qui vise à décrire les effets de ces structures sur les subjectivités. En d'autres termes : penser l'expérience vécue des rapports sociaux, les conséquences pratiques de la domination dans le quotidien (ce qui n'interdit donc pas la création ou la reformulation sous contrainte). D'où par exemple le choix de placer au centre les voix des candidat.e.s, tout en m'entretenant également avec des producteur.ice.s.

Épistémologie de mon point de vue.

Je suis également partisane d'une sociologie qui n'écarte pas le ou la sociologue puisque je ne crois pas en la neutralité axiologique, et en ce sens, la théorie de Sandra Harding (1992) sur le point de vue situé me semble être un éclairage nécessaire. Au lieu de considérer ma subjectivité comme inexistante, ce qui serait par ailleurs mensonger quand l'on considère qu'il n'y a aucun « agents indifférenciés » (Spivak, 1988), il s'agit d'en tirer parti. Cette position me semble d'autant plus pertinente que je fais partie du public de la télé-réalité collective, et que j'ai fait de l'ethnographie en observation participante. Dans ce dernier cas, ignorer mon corps et mes affects lorsque ce sont eux qui sont vecteurs de la production de connaissance serait absurde. Il s'agit donc de leur mise à profit dans un cadre universitaire, en me considérant aussi comme une personne socialisée comme une autre, avec des dispositions incorporées et un corps et un ethos marqués socialement.

C'est pourquoi d'ailleurs il semble pertinent d'effectuer un retour sur ma position. Je suis jeune, blanche, perçue comme une fille cisgenre et hétérosexuelle, avec un passing plutôt bourgeois. Mes parents disposent tous deux d'un fort capital culturel légitime, fortement valorisé dans leur entourage, et qui est exposé partout dans notre appartement. Regarder de la télé-réalité est pour moi le premier acte d'autonomie culturelle, du moins de diversification par rapport à ma socialisation culturelle parentale. La télé-réalité a alors accompagné ma socialisation adolescente, me détachant de la consommation culturelle de mes parents pour me rapprocher de celles de mes pairs. Ce mémoire de recherche, après une consommation « premier degré », consiste en une objectivation nécessaire au travail d'analyse. Il participe donc à la légitimation de cette activité culturelle illégitime (puisque la télé-réalité me permet de valider

un titre universitaire) à la différence près que cette fois-ci la légitimation ne passe pas par la distanciation, comme cela a pu être le cas dans mon adolescence auprès de mes parents.

En effet, assumer ma position de spectatrice me permet plusieurs choses dans mon enquête. D'une part car mon savoir quasi encyclopédique de la télé-réalité est plus qu'utile pour conduire mes recherches : lorsque des enquêtées me parlent d'une scène ou d'une candidate, je vois ce dont elles me parlent ce qui me permet de les relancer. Partager une certaine connivence avec mes enquêtées m'est précieux dans la mesure où parler de sa carrière dans la télé-réalité dans un cadre universitaire peut être impressionnant et/ou dévalorisant, et qu'en montrant que je la partage, j'ai l'impression qu'elles en sont rassurées. D'autre part, mes caractéristiques sociales et la réassurance du cadre universitaire me distancient de la position de « fan » qui serait discréditée et donnerait l'impression que je m'entretiendrais avec elles uniquement afin d'en tirer un profit privé et individuel.

D) Limites pratiques d'enquête et limites théoriques de recherche.

Mes enquêtées sont pour rappel trois ex-candidates de télé-réalité, une casteuse pour les programmes, ainsi qu'un chef éditorial. Je vais ici surtout parler ici des candidates de télé-réalité, car ce sont elles qui sont au cœur de mes recherches. La première limite que j'ai déjà évoquée, est que la relation que j'entretiens avec elle pouvait s'apparenter à celle entre journaliste et candidate. Cela a pour effet qu'elles ont l'habitude de parler d'elles ce qui était plutôt un bon point pour moi, mais cela implique également en creux une déformation de la relation enquêtrice/enquêtée. Dans les faits, je n'ai pas senti que cela pesait particulièrement sur leur discours, excepté parfois par quelques aspects sensationnalistes en début d'entretien, qui finissaient par disparaître. La deuxième difficulté que j'ai eu est que ma population de candidates n'est composée que d'ex-candidates, qui n'ont fait qu'une seule émission. En d'autres termes, ce ne sont pas des personnes qui ont fait carrière dans la télé-réalité, ce qui limite largement le type de trajectoires auxquelles j'ai accès (comme je l'ai déjà évoqué plus haut). Le fait que je n'ai réussi à enquêter qu'un seul type de candidate est largement relié à la difficulté à laquelle j'ai dû faire face dans ma collecte de données. Cette difficulté s'explique d'abord par la contrainte temporelle et matérielle du mémoire de master, qui doit se réaliser en une année. La difficulté majeure à laquelle j'ai dû faire face restant celle de la fermeture de mon terrain, je me suis tout de même auto-restreinte dans mes prises de contact sur plusieurs points. Outre celles qui traversaient des moments difficiles, je ne contactais pas par mail les candidates dont l'adresse était affiliée à une agence, car je me doutais bien que je n'aurai aucune réponse.

Les demandes sur ces adresses mails étant filtrées par des agent.es (souvent en contact avec les productions), ma requête avait plus de chance d'être rapportées aux production pour me « découvrir » sur le terrain, que d'être transmises aux principales intéressées Enfin, je n'ai pas contacté directement les agences ou les sociétés de production, car tant que j'avais l'espoir de pouvoir réaliser une ethnographie en tant que candidate ou stagiaire, je souhaitais rester discrète autant que faire se peut.

Ainsi, mon terrain actuel ne me permet pas vraiment de réaliser l'étude que j'avais initialement en tête. En poursuivant donc la démarche inductive qui est la mienne, il a fallu réadapter mon sujet à l'état de mes matériaux : limites matérielles de la collecte de données et limites théoriques de ce travail de recherche sont étroitement liées. On s'intéressera donc ici aux questionnements explorés, détaillés, et étayés par de l'empirie, qui feront ce mémoire.

V) Quel programme de recherche pour ce mémoire ?

A) Problématisation.

Ce mémoire de recherche consistera donc en un travail d'état des lieux de l'activité de candidat.e.s de télé-réalité et ce qui en fait un travail. Les différentes carrières dans la télé-réalité et les différents rapports au travail, et leurs effets socialisateurs sur le temps long, ne seront pas vraiment étudiés dans la mesure où je n'ai pas eu accès à des candidates ayant fait plusieurs émissions. Toutefois, on reviendra plus amplement sur le champ de la télé-réalité et sa structuration progressive, qui a justement permis l'émergence de carrières. En outre, je n'ai pas pu étudier les effets de ces carrières longues sur les candidates, et plus particulièrement sur la porosité entre leur vie personnelle et leur vie professionnelle. On s'intéressera donc plutôt à la qualité en soi du travail de candidat.e, les tâches spécifiques à accomplir, le cadre dans lequel elles sont accomplies, et ce qu'elles engagent en terme de contreparties. Pourquoi sont-elles embauchées, *i.e* pourquoi elles et pour faire quoi ? Il y a d'une part une activité très peu définie au niveau légal, qualifiée de « rien » par l'ensemble de la société, qui, si elle n'est pas filmée ne semble pas avoir de valeur ; de l'autre, un questionnement sur les potentielles tâches spécifiques à réaliser en tant que candidat.e.s, qui s'articule avec la rémunération d'un travail qui est sinon gratuit (d'où l'extension du domaine marchand). Ainsi, dans quelle mesure cette activité peut-elle être considérée comme un travail, et quelles sont les implications de cette reconnaissance d'un point de vue critique du néolibéralisme ?

B) Articulation de la recherche.

Ce plan reposera sur les critères qui ont pu permettre de fonder la qualification des contrats de participation en contrats de travail, afin d'explorer toutes les dimensions de ce qui permet de qualifier ainsi la profession de candidat.e de télé-réalité. Ces critères sont ceux qui, réunis, permettent de qualifier plus généralement les contrats de travail.

Le premier critère étudié sera celui de la rémunération. Quel gain lorsque l'on participe à un programme de télé-réalité ? Même si ce critère est celui qui a été le plus facile à établir lors des différents procès, on s'intéressera ici à la rémunération envisagée plus largement que le seul rapport au salariat qui lie les candidat.e.s aux sociétés de production. En effet, les gains sont à la fois économiques et symboliques, mais ne proviennent aussi pas seulement de la présence filmée sur le tournage. Avec la structuration et le développement de ce champ professionnel, de nombreuses autres activités rémunératrices vont de pair avec la profession de candidat.e, auxquelles on s'intéressera également dans ce chapitre.

La subordination de l'activité est le deuxième critère qui sera étudié, et dans notre cadre, la subordination des candidat.e.s aux sociétés de production. Celle-ci est par ailleurs ce qui a fondé la requalification des contrats de participation en contrat de travail, et qui a été pour l'avocat Jérémie Assous (avocat des candidat.e.s), le plus difficile à prouver. La dimension de subordination sera ici envisagée plus largement sous l'angle de la contrainte, incluant également la contrainte internalisée par les candidat.e.s, et les contraintes floutées et diluées dans une forme de « new management » (Boltanski et Chiapello, 1999). Ces contraintes vont subordonner les candidat.e.s à un certain type de production, un certain type d'activité, menant alors à des types d'expressions et de performance contraintes de soi.

Enfin, on étudiera l'activité de candidat.e.s de télé-réalité en soi, *i.e* ce qui caractérise spécifiquement le fait d'exercer en tant que candidat.e de télé-réalité en tournage, tout comme hors tournage. L'activité a été reconnue par la Cour de Cassation, sans vraiment être définie autrement que par la « mise à l'épreuve des sentiments » et la « modification de relations interpersonnelles ». Pourtant, en déniaut aux candidat.e.s le statut d'acteur.ices-interprète, elle a bien admis qu'il n'y avait pas création de rôle, et que les candidat.e.s ne faisaient donc qu'être eux-mêmes. Alors quel travail qu'être soi-même ? Ce travail c'est celui de la mise en image, la mise en scène de soi-même qui, dans la télé-réalité doit correspondre à plusieurs impératifs dont ceux essentiels de divertissement et d'authenticité. Tout l'enjeu est alors d'exercer un travail qui se doit de rester (au moins d'apparence) spontané et naturel, donc qui se doit de disparaître.

CHAPITRE 1 : Sur la contrepartie à l'activité.

Dans ce premier chapitre seront évoquées les contreparties à l'exercice de l'activité de candidat.e de télé-réalité. On parlera donc évidemment de la rémunération financière, mais aussi de la rémunération symbolique, dans l'objectif de sortir du seul prisme du salariat comme possibilité de gain, même si la possibilité de gagner de l'argent en gagnant un jeu (comme *Secret Story* par exemple) ne sera pas évoqué car elle ne représente pas la réalité de la majorité des programmes de vie collective aujourd'hui. En outre, si l'on considère la télé-réalité comme possibilité de carrière, gains financiers et gains symboliques s'alimentent.

I) Une contrepartie financière : la rémunération.

A) Le salaire des tournages.

En ce qui concerne la contrepartie financière, les candidat.e.s ont des sources de revenus plurielles et variées. Il y a d'abord les revenus liés au salaire des tournages. Ici, on se place dans un cadre où les candidat.e.s n'ont pas fait de programmes de télé-réalité avant et ne sont pas des personnages publics ayant déjà acquis une notoriété importante. Dans ce cadre-ci, la rémunération est généralement fixe (c'est-à-dire que tous.les candidat.e.s sont payé.e.s à l'identique), mais lorsqu'elle varie, elle dépend de facteurs antérieurs à l'exposition en soi. En effet, le salaire des candidat.e.s peut être négocié par rapport à celui qu'ils perçoivent dans leur emploi antérieur, qu'ils quittent pour participer à un programme de la télé-réalité. Cela revient en quelque sorte à compenser par la rémunération le coût d'opportunité de la perte de leur emploi stable. Ainsi, une personne ayant réalisé un « bon » programme, c'est-à-dire ayant marqué le public, s'étant faite remarquer, ayant acquis de la notoriété, ne sera pas plus payé à l'issue de la diffusion, qu'un.e autre candidat.e étant passé.e inaperçu.e. Cela s'explique notamment par le fait que les conséquences publiques de l'activité (la diffusion du programme) sont aujourd'hui postérieures de plusieurs semaines voire plusieurs mois à la réalisation de l'activité même (le tournage), dans la mesure où il ne reste aujourd'hui quasiment plus de programmes de vie collectives diffusés en direct. De façon plus générale, le niveau de

rémunération semble être une déception pour des candidates qui s'attendaient à gagner plus d'argent à l'occasion du tournage.

Moi : Est-ce que tu regardais de la télé-réalité avant d'en faire ou pas du tout ?

Alice : Moi c'était l'époque de la Star Academy, secret Story, quoi c'était pas du tout, je regardais pas euuh, après il se trouve que moi je suis dans le sud donc je vois beaucoup de gens, je côtoie plein d'amis qui sont en télé ou autre et ouais y avait cette notion d'argent que je voulais essayer, je me suis dit wow c'est incroyable ils gagnent beaucoup d'argent euh LOL, mais du coup je voulais essayer mais sinon je suis pas du tout fan de télé quoi.

Moi : Pourquoi « Lol » ? t'as moins gagné que ce que t'aurais espéré ?

Alice : Sur deux semaines et demi j'ai dû avoir peut-être 1000 euros je pense, donc ça revient à une journée classique de 60 euros et sachant qu'on tournait de 9h, les caméras arrivaient à 9h et ils partaient à minuit.

Entretien réalisé le 05/11/2022 avec Alice (ayant participé à un seul programme en 2020)

Alice mentionne ici que l'une de ses principales motivations pour faire de la télé-réalité était le gain financier, qu'elle espérait plus conséquent, et surtout plus simple par rapport à une « journée classique » de travail dans laquelle l'activité est plus délimitée donc les journées moins longues. Ce sentiment d'amertume lié à une rémunération frustrante peut expliquer entre autres le point de vue négatif que les candidat.e.s avec lesquelles j'ai mené des entretiens nourrissent quant à leur participation. Pourtant, aussi déceptif que soit le niveau de rémunération si l'on considère le travail fourni, il faut prendre en compte qu'au niveau juridique et théorique, la rémunération de la cession des droits à la personnalité de personnes inconnues représente une réelle nouveauté. En effet, contrairement aux documentaires par exemple où les personnes filmées ne sont pas rémunérées, la télé-réalité rémunère des personnes inconnues du public pour leur personnalité. Or, dans l'économie audiovisuelle plus classique, ce qui justifiait la rémunération était la cession de droits de la personnalité qui avaient une valeur antérieure à leur exploitation, par accumulation de prestige et de capital symbolique (Roux, Teyssier, 2003). Pour donner un exemple : un.e acteur.ice devient célèbre pour son travail et ses rôles dans des films à succès. Cette célébrité se cristallise alors autour de sa personne « réelle », lui donnant une valeur, un capital symbolique (Morin, 1972), qui justifie la rémunération de ses droits à la personnalité : la célébrité est donc antérieure à la cession de ses droits (qui justifie rémunération). À l'inverse, dans la télé-réalité, c'est la cession des droits de la personnalité qui conditionne la célébrité et la rémunération pour ce même travail (et non pas pour une activité

antérieure), ce qui est une des différences majeures entre les modes de rémunération traditionnels du secteur audiovisuel et ceux de la télé-réalité.

B) Des sources de revenus plurielles.

Pour autant, ce qui rémunère le plus les candidat.e.s n'est pas tant le tournage, que des revenus postérieurs aux moments de tournage : plusieurs candidat.e.s disent même perdre de l'argent en participant à un tournage. En effet, iels peuvent moins s'adonner à des activités en ligne rémunératrices telles que la production de contenu sponsorisé par les placements de produit¹². Après le développement des placements de produit (qui s'est opéré aux alentours de 2016 avec la création de l'agence Shauna Events), les candidat.e.s ont vu leurs revenus augmenter, mais surtout se stabiliser. Auparavant en effet, les seules activités rémunératrices hors tournages consistaient en des *bookings*¹³, bien moins réguliers, et en des formes de rémunération plus opaque (gain en nature de vêtements ou de services, paiements non-déclarés). Le système d'agence et de placements de produits réguliers a permis de réguler ce processus de rémunération en le contractualisant (puisque auparavant les candidat.e.s n'avaient que rarement des contrats pour leur travail hors tournage), même si cette activité fait aujourd'hui face à un nouvel encadrement juridique¹⁴. En dehors des placements de produits, certain.e.s candidat.e.s ont des sociétés, des entreprises, plus ou moins publiques, et plus ou moins lucratives. Ces sociétés annexes sont également le moyen de gagner en respectabilité en se revendiquant comme des « vrai.e.s travailleur.euse.s » en particulier lorsque ce sont des sociétés physiques. C'est la perspective qui est développée dans l'interview de Victoria Mehault (candidate de télé-réalité) sur la chaîne de Bastien Grimal (Youtubeur et ex-candidat), portant sur ses revenus et sa gestion financière¹⁵. Globalement dans cette interview, elle parle de sa vie professionnelle, du fait qu'elle gagne beaucoup d'argent en ayant commencé à travailler jeune. Des extraits en sont retranscrits ci-dessous :

Bastien : Ouais tu vois les gens ils disent “gnagnagna elle a fait de la télé-réalité c'est normal qu'elle gagne de l'argent” nan c'est pas ça, tu gagnais déjà de l'argent avant et tu vivais très bien.

¹² Un placement de produit est un partenariat rémunéré sous forme de posts sponsorisés sur les réseaux sociaux numériques. Ces placements de produits rémunèrent plus ou moins selon le média (snapchat, instagram), le format (post, stories), et le.a candidat.e (notoriété, popularité, image).

¹³ Apparition publique dans un lieu afin d'en augmenter la notoriété et d'attirer de la clientèle, généralement en discothèque mais a pu également se produire dans des centres commerciaux par exemple.

¹⁴ La proposition de loi visant à encadrer l'activité des influenceurs a été adoptée en première lecture au Sénat le 9 mai 2023. Elle a commencé à être mise en application dès le 1er Juin 2023, avec des *posts* obligatoires de la DGCCRF sur les comptes Instagram des candidat.e.s (le premier ayant été Illan Castronovo).

¹⁵ Voir ici : <https://youtu.be/UWchLXXcDIg>

Victoria : et c'est pour ça qu'au bout de 6 mois que j'ai fait de la télé, et les 6 premiers moi j'ai ouvert mon salon parce que j'avais déjà de l'argent de côté, et je comptais le faire quoi qu'il [arrive] ça a juste un peu accéléré le processus, mais j'ai ouvert mon salon au bout de 6 mois de télé.

[...]

Bastien : on crache souvent sur les influenceurs, les gens de télé qui ont soi-disant de l'argent qui tombe tout rôti dans le bec sans rien faire euuhh Vivi c'est pas ça, pas du tout et bah moi non plus !

[...]

Victoria : tu rigoles mais avoir un salon c'est hyper stressant genre moi je pense toujours à ça je me dis en fait moi demain si j'ai plus d'argent en fait je mets tellement de monde dans la merde vous vous rendez même pas compte le nombre Du coup dès que je dépense un truc je me dis "Ah là faut que je fasse attention".

B : c'est la loi d'être un chef d'entreprise hein en France c'est comme ça.

V : oui bah merci de me l'apprendre ça fait quatre ans euh non trois ans, et en fait du coup c'est hyper stressant parce que je me dis j'ai l'avenir de plein de gens sur mes épaules parce que demain si je suis en faillite j'ai 3 personnes derrière qui ne vont plus avoir de travail qui vont être dans la merde.

B : moi c'est la deuxième chose pour laquelle je t'admire énormément, c'est pour ton... Ton ambition et ta volonté d'avoir ce **VRAI** business en physique sur le côté qui finalement te rajoute énormément de stress, qui te rajoute pas énormément d'argent par rapport à l'argent que tu peux gagner en étant influenceuse et en étant youtubeuse.

V : mais ça c'est une sérénité pour après parce que un salon euuhh...

B : c'est un stress maintenant, pour une sérénité après, mais y en a pas beaucoup qui le font, et c'est beaucoup de travail euuhh...

V : ouais mais c'est une machine à fric un salon surtout dans le sud !

[...]

V : non mais je suis pas en galère franchement c'est grâce à dieu et tous les jours je remercie j'ai une trop belle vie.

B : tu le mérites en tout cas, vivi, peu de gens le savent, mais elle se lève le matin, pas comme beaucoup de gens de télé et tout ça, elle reste pas sur son canapé toute la journée comme beaucoup de gros clochards euuhh elle va au taff et elle gère plein de trucs et ça c'est important !

Extraits d'une vidéo publiée sur youtube le 19/02/2023 sur la chaîne de Bastien Grimal (« Bastos »).

On a ici un appel à plusieurs figures valorisées, de la travailleuse qui occupe un « vrai » emploi physique et laborieux, à la patronne responsable d'une petite entreprise, qui crée des emplois en France, tout cela dans un imaginaire qui valorise le « mérite », se distinguant des « gros clochards » de la télé-réalité, qui gagneraient trop d'argent restant seulement sur leur canapé "sans se fatiguer". Ainsi, en ce qui concerne les activités hors tournage, toutes ne se valent pas,

et celles qui sont les plus valorisées sont celles faisant appel à un imaginaire plus traditionnel du monde du travail salarié, permettant de contrebalancer l'image négative des candidat.e.s comme travailleur.euse.s, du moins de s'en distinguer

C) Des conditions de rémunérations qui restent opaques et précaires.

Ces activités annexes sont toutefois souvent nécessaires dans un contexte professionnel marqué par l'incertitude et la précarité. D'une part car ces emplois sont majoritairement irréguliers. En effet, les candidat.e.s sont payé.e.s à la semaine car iels ne sont pas certain.e.s de rester dans le programme une semaine supplémentaire. En outre, à part quelques candidats très célèbres et récurrent.e.s, la majeure partie ne sont pas certain.e.s d'être réengagé.e.s pour un programme. D'autre part, cette incertitude est celle qui marque l'opacité pour les candidat.e.s de leur statut de travailleur.euse, et qui peut être le résultat de stratégies plus ou moins explicites de la production. L'ignorance quant à leurs droits du travail se fait ici par deux modalités différentes.

Moi : Ok et on parlait du fait qu'elle [une autre candidate] t'aies filmé sans ton consentement tout ça, hors de tes heures, est-ce que dans tes contrats de travail, est-ce que vous aviez droit à des avocats, comment étaient faits vos contrats ?

Alice : Alors, le contrat je l'ai eu presque à la fin je crois parce que bien évidemment ils te disent que on sait pas combien de temps tu vas rester, bon après moi je le fais pas pour avoir des droits non plus, quand tu fais de la télé tu sais que malheureusement c'est pas assez surveillé, mais non tu as des indemnités qui sont écrites, combien de temps ça peut être diffusé, mais sinon en termes d'avocats t'es perdu...

Entretien réalisé le 05/11/2022 avec Alice (ayant participé à un seul programme en 2020)

Il y a ici d'une part la stratégie des sociétés de productions de ne pas communiquer les contrats de travail, en trouvant appui sur l'incertitude qui serait induite par le format « réalité » de la télé-réalité qui la rendrait donc imprévisible, ce qui serait opposé à la signature d'un contrat de travail qui réifierait le déroulé des événements. D'autre part, il y a la perception de cet environnement comme un environnement peu régulé et opaque.

Moi : Est-ce que vous êtes encadrés en termes de droit du travail ?

Eva : Je sais pas trop franchement, moi je voulais juste vite que ça se termine et en mode je suis partie quoi, mais je suppose que oui quand même un minimum.

Entretien réalisé le 14/11/2022 avec Eva (ayant participé à un seul programme en 2014)

Le peu d'intérêt manifeste qu'Eva porte à l'encadrement de ses conditions de travail s'explique à la fois par sa volonté de s'extraire de ce milieu le plus rapidement possible suite à l'expérience très négative qu'elle a pu en faire, mais également par un manque d'exigence vis-à-vis de la protection de ses conditions de travail. Cette accommodation à un niveau de protection minimal est également ce qu'Alice exprime lorsqu'elle évoque le fait qu'elle ne fait pas de la télé « pour avoir des droits ». On observe bien ici que ce qui prime est l'intervention de soi sur soi (s'en aller le plus rapidement possible, ou rester en sachant que l'on n'est pas protégé.e), et non pas l'encadrement collectif par le biais de l'Etat (la protection accordée par le droit du travail). Cette perspective du monde du travail incarne extrêmement bien la pensée néolibérale que j'évoquais en introduction.

II) La contrepartie symbolique : gagner en notoriété.

A) Afin de faire la promotion de projets annexes.

Outre les gains financiers liés au fait de la télé-réalité (que ce soit par le salaire ou par les revenus annexes), la télé-réalité peut aussi être perçue comme un moyen d'acquérir de la notoriété, donc une forme de capital symbolique à mettre à profit dans des projets professionnels annexes. En effet, en termes de carrière professionnelle, la télé-réalité est vue comme « un pallier, un trampoline, un tremplin pour leurs projets » comme me l'expliquait Esther, ex-candidate aujourd'hui âgée de 34 ans, ayant fait de la télé-réalité en 2013. La télé-réalité, c'est le moyen d'élargir son audience, de gagner en visibilité.

Moi : Et du coup qu'est-ce qui t'as attirée dans le fait de faire de la télé-réalité ?

Esther : Moi c'était juste pour aller voir comment ça se passait la télé à l'intérieur, vraiment. Être dedans quoi, voir comment c'était, et pour vendre un album qu'on avait fait avec un artiste.

Entretien réalisé le 19/11/2022 avec Esther (candidate ayant participé à un seul programme en 2013).

La notoriété est ici envisagée comme un capital, utilisable et transférable d'une sphère à une autre, puisqu'au-delà de la simple curiosité, envisager la télé-réalité comme un moment de promotion pour un projet annexe est ce qui motive l'entrée dans le champ. . Cette volonté de promotion ne semble pas occasionner pour autant une mobilité ascendante concrète dans la trajectoire d'Esther (qui retrouve ses emplois antérieurs dès la sortie de l'émission).

B) Devenir un personnage public pour un métier d'image.

La télé-réalité donne également l'occasion de devenir un personnage public par l'acquisition de notoriété et de visibilité médiatique. Or, lorsque l'on exerce un métier d'image dans l'audiovisuel, cette notoriété fonctionne comme un capital symbolique assurant à la fois réputation et réseau professionnel. Ici on s'intéressera à deux exemples de professions exercées par des candidates de télé-réalité après qu'elles aient acquis de la notoriété. Il y a d'abord des métiers concernant la télévision comme présentatrice de magazines télévisés (par exemple Ayem Nour), chroniqueuses (par exemple Nabilla Benattia), pour lesquels l'acquisition d'une notoriété préalable à l'emploi est nécessaire (car c'est ce qui permet au programme d'être regardé). En outre, à force d'émissions, la compétence professionnelle des candidates peut leur servir pour leur réseau professionnel, à l'image d'Amélie Neten qui après neuf saisons des *Anges de la télé-réalité*, intègre la société de production *La Grosse Équipe* en 2018. Ensuite, avec l'avènement des réseaux sociaux numériques et de la profession d'influenceur.euse, faire de la télé-réalité est pour certain.e candidat.e l'occasion de se faire connaître par un large public, de gagner en notoriété numérique (donc en nombre d'abonné.e.s sur les réseaux sociaux), afin de se lancer dans cette carrière. C'est le cas de plus en plus de candidat.e.s de télé-réalité aux profils de plus en plus aisés, traduisant à mon sens un embourgeoisement de la télé-réalité, et qui font très peu d'émissions en comptant sur un gain symbolique rapide, puis coupent tout lien avec cette univers déconsidéré (en n'apparaissant pas ou plus comme candidat.e) pour construire en ligne une image chic de « parisienne »¹⁶ (Pfeiffer, 2019). Ainsi, la rémunération des candidat.e.s peut également être une rémunération symbolique, par l'accumulation de notoriété, ou de « capital de visibilité » (Jehel, 2018) mobilisable hors de la profession voire même du cadre de la télé-réalité.

C) Des capitaux ré-investis.

Toutefois, si l'on se place dans la perspective de faire carrière dans la télé-réalité, rémunération symbolique et financière sont extrêmement liées. En effet, l'une des caractéristiques majeures de la télé-réalité ces dernières années est la construction de figures emblématiques et récurrentes d'émissions en émissions. La notoriété est alors un élément qui permet un gain financier plus important, puisque les productions vont accorder une rémunération supérieure à un.e candidat.e ayant déjà constitué un public (que ce soit un public

¹⁶ Ici voir les comptes de Lison Dimartin, Isabeau Delatour ou Virginie Conte en exemple.

en ligne sur les réseaux sociaux numériques, ou hors ligne à la télévision). Par ailleurs, la notoriété est ici à différencier de la popularité : la question n'est pas tant de savoir si le.a candidat.e est apprécié.e, mais si iel est connu.e (connu.e sur les réseaux sociaux numériques, connu.e de précédents programmes). Jules, chef éditorial, me l'explique en ces termes

Donc en termes de candidats je te le dis c'est du tout au tout sur une émission comme *Les Marseillais* ou *Les Princes*¹⁷, ce sont déjà des gens qui sont connus, donc ce sont déjà des gens pour qui les gens viennent pour les voir, parce que ce sont déjà des célébrités du petit écran. A partir de certaines personnalités, parce que bah ils ont fait beaucoup d'émissions, qu'ils sont connus, et que les gens viennent pour eux et que tu sais que c'est des gens qui sont habitués à ce genre de format, et qui vont te faire le show voilà clairement.

Ces « célébrités du petit écran », sont donc plus rentables, à la fois car « les gens viennent pour les voir » (iels ont un public constitué), et car iels « vont [te] faire le show », c'est-à-dire qu'iels ont acquis au fil des programmes une réputation professionnelle : de la notoriété. Cette rentabilité supérieure est ce qui justifie une rémunération supérieure, mais aussi ce qui leur accorde une plus grande marge de négociation avec les producteur.ice.s par rapport à d'autres candidat.e.s avec moins de notoriété, plus novices. Après une dispute violente ayant dépassé les bornes avec une candidate plus ancienne, Alice fait face à la passivité des producteur.ice.s de l'émission :

Donc là les tensions elles ont commencé, parce que moi je comprenais pas comment une personne comme ça elle pouvait être chouchoutée. En fait, les producteurs sont obnubilés par les réseaux sociaux et ils sont débiles parfois, ils sont vraiment débiles, ils pensent qu'une nana comme elle, qui a un million de followers la plupart Pakistanais et Africains qui sont totalement faux hein c'est des « boosters » ça s'appelle, euh bah ils pensent qu'elle a un million de followers, qu'elle a un pouvoir incroyable, alors que quand tu regardes la qualité euh... C'est affolant et moi j'étais complètement impuissante, j'avais l'impression d'avoir une star en face de moi. Du coup non voilà, les producteurs ils prennent vachement en compte les réseaux sociaux voilà, donc tu t'inventes juste des followers et voilà.

Entretien réalisé le 05/11/2022 avec Alice (ayant participé à un seul programme en 2020)

Cette passivité trouve ici ses racines dans la dépendance que les producteur.ice.s semblent ressentir face à la notoriété (réelle ou supposée) d'une candidate, matérialisée par son nombre d'abonné.e.s (de « followers ») sur les réseaux sociaux. Toutefois, cette notoriété peut quelque

¹⁷ *Les Princes de l'Amour*, programme de dating qui par souci d'égalité deviendra *Les Princes et Princesses de l'Amour* en 2017.

peu fonctionner en vase clos, puisque plus d'exposition à la télévision garantit plus d'abonné.e.s sur les réseaux sociaux numériques. Or, comme l'a confié Alice plus tard dans l'entretien, les candidat.e.s dépendent beaucoup du montage qui est fait de l'émission.

Moi : Toi et les autres vous sentiez cette "dépendance" au montage, à la production ?

Alice : Ouais, y a une énorme dépendance c'est pour ça que t'en as souvent dont on dit que c'est un peu les chouchous de la prod ou autre, c'est tu sais que leur montage il va être super clean, et c'est vrai que le pouvoir du montage il est flippant en télé-réalité ça c'est sûr.

Avoir un montage « clean » c'est à la fois être sûr.e d'être montré à l'écran et d'avoir du temps de passage, mais aussi être montré de la bonne façon, garantissant à la fois notoriété et popularité, donc abonné.e.s sur les réseaux sociaux numériques. Or, ces abonné.e.s semblent garantir également la qualité du montage dont les candidat.e.s font l'objet. Ce phénomène de vase clos fait de la notoriété en télé-réalité un capital concentré par plusieurs individus. Cette dernière constitue alors l'une des conditions à la participation des candidat.e.s à plusieurs émissions et donc à l'acquisition de rémunérations symboliques et financières.

Ainsi, contrairement à l'avocate de la défense de TF1 qui indiquait que les candidats participaient non "pour toucher un salaire mais pour vivre une expérience personnelle", ou encore « à des fins personnelles et non professionnelles »¹⁸, on peut affirmer que participer à une émission de télé-réalité c'est s'assurer un gain. D'abord un gain financier immédiat par le salaire et la rémunération des activités annexes qui vont de pair à celle de candidat.e (bookings, puis placements de produits), qui peut motiver la participation à un programme car les candidat.e.s s'imaginent (parfois à tort) pouvoir en obtenir un haut niveau de revenu. Ensuite, un gain en capital symbolique qui se matérialise par de la notoriété (en ligne comme hors ligne), qui peut être ré-investi dans des métiers de l'image (encore une fois que ce soit en ligne comme hors ligne). On a donc exploré ici le critère de la rémunération qui est l'un de ceux qui fonde la légitimité du contrat de travail. De plus, toutes les candidates constituent cette activité comme un travail, c'est-à-dire que lorsqu'elles étaient sur le tournage elles rapportent qu'elles ressentaient leur activité comme un travail et pas comme de simples activités spontanées. Ce travail a été reconnu comme tel par la Cour de Cassation sous l'argument d'un lien de subordination liant les candidat.e.s aux productions, ce qui permet notamment d'éviter

¹⁸Voir : « Parquet: la participation à une émission de télé-réalité ne peut s'assimiler à un contrat de travail », Compte Rendu de l'AFP, 3 Juin 2009.

l'obstacle de la valeur marchande en soi des droits à la personnalité antérieurs à la célébrité des individus. Cette dimension de subordination est donc celle que nous allons étudier dans ce prochain chapitre, sous un angle plus large que la seule subordination à la production, en l'envisageant sous celui de la contrainte. En effet, la télé-réalité est un travail contraignant. D'abord car c'est un travail illégitime qui stigmatise ceux qui l'exercent (ou qui ont pu l'exercer), et les contraints dans leurs trajectoires professionnelles ; ensuite car ce travail, en n'ayant pas de limites temporelles et spatiales claires, produit une contrainte et un contrôle dilué ; et enfin car les performances sélectionnées pour apparaître à l'écran sont typifiées : tout le monde ne peut pas faire de la télé-réalité.

CHAPITRE 2 : Un travail contraignant.

Dans ce deuxième chapitre, on s'attache à montrer le lien de subordination unissant les candidat.e.s aux producteur.ices, celui-là même qui a permis la requalification des règlements de participation en contrats de travail. Pour autant la subordination sera envisagée sous l'angle plus large de la contrainte, qu'elle soit implicite ou explicite. On étudiera donc toutes les modalités qui font de cette activité un travail sous contraintes, que ce soit par le stigmate que la télé-réalité appose à ses participant.e.s qui contraint leur vie professionnelle, par la qualité floue des limites spatio-temporelle de leur activité professionnelle (en tournage comme hors tournage), ou par le répertoire limité de performances types auxquels iels sont astreint.e.s.

I) Un travail stigmatisé

Ici on envisage la télé-réalité agissant comme un stigmate (Goffman, 1975), en sortant les candidat.e.s de la norme lorsque ce sont pourtant initialement des individus relativement normés. Ce stigmate portant sur les candidat.e.s a notamment émergé du mépris que les médias leur portaient, ce qui a influencé le cadre normatif du reste de la société et les trajectoires professionnelles des candidat.e.s. Le stigmate « candidat.e » est par ailleurs refusé par elleux, et on étudiera comment iels font en sorte de s'en départir.

A) Une requalification en contrat de travail perçue comme illégitime.

Le stigmate de « candidat.e » de télé-réalité consiste à affirmer que ces dernier.es sont idiot.e.s, victimes des sociétés de production, et surtout qu'iels ne font *rien*, à part exposer leur bêtise et leur corps hypersexués devant une caméra. Ce stigmate repose donc à la fois sur la dévaluation de leur travail, mais aussi de leur personne. On utilisera ici le corpus de textes que j'ai constitué sur Europresse, composé de 66 articles publiés entre 2008 et 2013, mentionnant « contrat » ou « travail », et « télé-réalité ». Ce stigmate repose donc d'abord sur une dévaluation des candidat.e.s, se fondant sans surprise sur un fort mépris de classe, s'intersectionnant souvent à du sexisme. L'appel (moqueur) à un imaginaire classiste se fait en imaginant des "soirées mousse"¹⁹, et par l'utilisation d'un registre familier (« boulot »,

¹⁹ L'Ile de la tentation», un boulot comme un autre », Isabelle Roberts, Libération, 9 décembre 2005.

« marné »). Les travailleur.euse.s y sont des êtres « dociles »²⁰ dont on chasse avant tout non pas les têtes, mais plutôt les corps (« galbes et les courbes »²¹). Les candidat.e.s semblent interchangeables, réifié.e.s, sans individualité : ce sont une « bande de mâles et de femelles plus appétissants les uns que les autres »²². La « bande » est composée de « la bimbo à gros seins, le musclé superénervé, la rousse à langue pendue »²³, « cobayes de la télé-réalité »²⁴ appelé.e.s moqueusement « Samantha et Samantho »²⁵, dont on ne fait pas l'effort de connaître plus de deux ou trois des noms (« Loana, Jean Edouard et les autres », « Loana (Loft Story), Nolwenn (Star Academy 2), Diana et Brandon (L'Ile de la tentation), les trois Bachelor et leurs wagons de bachelorettes »). La dévalorisation des candidat.e.s par la parole médiatique légitime (la presse) passe donc par un imaginaire classiste, sexiste, qui leur refuse toute subjectivité propre. Leur travail est également dévalué, en considérant que ce dernier n'en est pas un. Les réactions aux différents procès sont toutefois graduelles. On a d'abord ceux qui semblent considérer que ce jugement est quelque chose d'annexe, d'anecdotique, comme Sonya Faure qui s'en sert comme accroche d'un article : « 3 participants de L'Ile de la tentation demandaient que leur participation au jeu de télé-réalité soit considérée comme un contrat de travail. C'est aussi ça les prud'hommes. Ou bien, plus politiques, les recours massifs qui ont porté le coup de grâce au contrat nouvelles embauches »²⁶. La qualification de la télé-réalité en travail n'aurait rien de bien sérieux et de « politique », puisque la télé-réalité n'est de toute façon pas un divertissement bien précieux qui mériterait que l'on s'y attache (« Et ce serait un drame, a expliqué hier devant la Cour, l'avocat de TF1, Me Damien Celice : *« Il n'y aurait plus de télé-réalité en France. »* Wow. »), et surtout « dont on n'attendait pas qu'elle nous amène sur ce terrain [de la réflexion juridique] »²⁷ au vu de sa basse qualité intellectuelle. D'où l'étonnement de certain.e.s, pour qui la situation semble ubuesque, absurde, voire ridicule : « Les participants [...] n'ont pas cédé aux avances de tentatrices rebondies et aguicheuses sous le soleil de paradis tropicaux : ils travaillaient. ». On oppose alors la vraie justice des vrai.e.s travailleur.euse.s, à une modernité dégradée : « Quand, il rendait la justice sous un chêne, Saint-Louis ne se doutait pas que, neuf siècles plus tard, la justice française en viendrait à tenter de dire le droit pour savoir si le lutinage de jeunes femmes et hommes peu farouches sous l'objectif des caméras de TF1 était ou pas un

²⁰ « La vérité sur...le travail à l'Ile de la tentation, Véronique Groussart, Challenges, 11 Décembre 2008.

²¹ « La tambouille de la télé-réalité », Vincent Monnier, Le Nouvel Observateur, 29 Janvier 2009.

²² « L'Ile de la tentation », un boulot comme un autre », Isabelle Roberts, Libération, 9 décembre 2005 (ibid).

²³ « Il fait trembler la télé-réalité », Emmanuelle Anizon, Télérama, 19 Juillet 2008.

²⁴ « Candidat de télé-réalité c'est un métier », Raphael Garrigos et Isabelle Roberts, Libération, 14 Février 2008.

²⁵ « Télé-réalité : casséeééééé ! », Raphael Garrigos, Isabelle Roberts, Libération, 4 Juin 2009.

²⁶ « Hier, à Boulogne-Billancourt, 23 participants de L'Ile de la tentation demandaient que leur participation au jeu de télé-réalité soit considérée comme un contrat de travail. », Sonya Faure, Libération, 3 Décembre 2008.

²⁷ « De la télé-réalité au droit-fiction », Éric Hirsoux et Pierre Sirinelli, La Tribune, 19 Mars, 2009.

travail. »²⁸, ou encore « Tromper sa femme ou son mari peut être considéré comme un travail ! »²⁹. Ici, les journalistes, par leurs comparaisons décalées, s'abstiennent toujours d'évoquer ce qui a fait le succès de la plaidoirie de l'avocat Jérémie Assous, à savoir la subordination permanente des candidat.e.s à la production ainsi que leur rythme d'activité soutenu, rendant alors les revendications professionnelles des candidat.e.s ridicules par l'énumération d'occupations qui semblent idylliques. Cependant, pire encore que le ridicule, la requalification en contrat de travail paraît pour certain.e.s être le signe d'un déclin civilisationnel, donnant lieu à « une affaire assez sordide », « très emblématique de la confusion des valeurs dans laquelle patauge complaisamment la société. », constituant une « injure à la notion de travail »³⁰, qui se retrouve déformée et instrumentalisée par des juristes qui ne la « respecteraient pas »³¹. Cette dévaluation se fait toujours en comparaison d'un « vrai » travail, signifiant que celui de la télé-réalité n'en est pas un. Ce cadrage normatif n'est pas resté circonscrit au champ des médias légitimes, mais s'est bien diffusé dans le reste du champ social, y infusant de sorte à ce qu'il finisse par constituer un stigmat pour des personnes ayant participé à un ou plusieurs programmes de télé-réalité.

B) Un stigmat limitant la trajectoire professionnelle.

Le passage par la télé-réalité appose donc aux candidat.e.s son sceau d'illégitimité, en faisant d'eux des travailleur.euse.s à part, voire des non-travailleur.euse.s du fait de leur supposée oisiveté. Ce stigmat les bloque dans leur vie professionnelle pour pouvoir exercer d'autres métiers, comme me le confiait Esther :

Moi : Au niveau des réseaux sociaux comment ça se passait ?

Esther : Moi j'avais supprimé tous mes réseaux sociaux après la télé, tout, je voulais me faire oublier. Parce que du moment où tu veux être dans le cinéma en tant que acting, comédie, mais vraiment dans le cinéma, la télé-réalité est vraiment très mal vue du milieu du cinéma. Et ça je le savais pas avant.

Moi : Tu l'as appris comment ?

Esther : En discutant avec un producteur qui m'a dit Ouais ce sera pas possible parce que t'as fait de la télé-réalité, on veut pas des teubés [gens bêtes] de la télé-réalité à nos films.

²⁸ « « L'Ile » de la cassation », Rapahel Garrigos et Isabelle Roberts, Libération, 30 Avril 2009.

²⁹ « Être candidat de l'Ile de la tentation est un vrai travail selon la justice », Guy Dutheil, Le Monde, 15 Février, 2009.

³⁰ « On croit rêver, draguer devient un « travail » ! », Philippe Tesson, Le Monde, 6 Décembre 2008.

³¹ « De la télé-réalité au droit-fiction », Éric Hirsouxx et Pierre Sirinelli, La Tribune, 19 Mars, 2009.

Après je leur ai dit Oh on est pas tous teubés, on, y a des, c'est comme dans la vraie vie, y a des cons et des bons partout, y a des teubés et y a certains moments où nous même on va sortir des conneries ou quoi que ce soit, et même vos acteurs aussi vous connaissez pas leur vie privée. Y en a certains des acteurs que vous associez à vos films c'est des racistes, c'est des homophobes, c'est des trucs comme ça et tout. Et vous vous nous associez pas à ça parce que on a fait de la télé ?

Entretien réalisé le 19/11/2022 avec Esther (candidate ayant participé à un seul programme en 2013).

Avoir fait de la télé-réalité peut donc être discriminant, car les producteurs ne veulent pas « associer » leur image à celle des « teubés » de la télé-réalité : être candidat.e se révèle alors une figure repoussoir majeure. La méconnaissance de ce stigmate de la télé-réalité par rapport aux professions artistiques (plus légitimées) est le résultat d'une méconnaissance de la hiérarchie culturelle, qui s'explique notamment par le fait qu'Esther est la moins bien dotée des candidat.e.s avec lesquelles je me suis entretenue en terme de capital culturel (c'est par exemple la seule à ne pas avoir entamé d'études post-bac). En outre, il faut signaler qu'un seul passage dans un programme de télé-réalité suffit pour en porter le stigmate, et qu'il n'est pas nécessaire d'y avoir fait une longue carrière en enchaînant les programmes. Être ainsi bloquée dans sa trajectoire professionnelle limite grandement les possibilités pour les candidat.e.s, qui ne peuvent que faire avec leur nouvelle image publique.

Moi : Et comment tu reliais ce métier de l'influence et celui de la télé-réalité ?

Alice : Euh c'est une continuité hein. En fait une fois que t'as fait de la télé, t'es un peu en image publique, et moi j'avais peur, en fait c'est la peur qui te fait faire ça, t'es pas obligée d'être sur les réseaux quand tu fais de la télé, mais t'as tellement peur de te dire bah maintenant quel métier je vais pouvoir faire après la télé, bah forcément y a que ça. Donc t'es un peu dans l'emprise de toi-même, de te dire je vais bosser à mon compte, c'est la continuité et euh c'est vrai que même moi qui ait pas énormément buzzé, mais après la télé t'as quand même un passage de 6mois/1an où tu peux être sûre que les gens vont te reconnaître quand même.

Moi : t'avais l'impression d'être bloquée après avoir fait de la télé ?

Alice : Ah ouais complètement, clairement t'es bloquée c'est un cercle vicieux, d'où après tous les marchés, les Magali Berdah ou autre, c'est une continuité qui est plutôt intelligente. À partir du moment où t'as une image publique et que tu passes à la télé, je vois pas quel métier tu pourrais faire, honnêtement si t'as un métier dans les bureaux qui est un métier un peu caché à la limite, t'as toujours le jugement des collègues, et puis en France en plus c'est assez faux-cul parce que tu peux être sûre que tout le monde connaît la télé, mais t'as toujours euh la personne qui va critiquer Euh t'as fait d'la télé, alors que c'est le premier à regarder de la télé. Moi j'ai eu des situations où j'allais chez le dentiste. La dentiste elle m'a dit que c'est pas qu'elle était fan de moi, mais qu'elle était fan de télé, donc là déjà tu te dis ton dentiste qui a fait un Bac + 5 il regarde ça tous les soirs, il est

obnubilé par ça tu te dis quel impact ça a quoi. J'peux pas bosser, t'es assimilée à ça comme une personnalité publique, pas comme un futur collègue, pas...

Faire fructifier sa notoriété nouvellement acquise, son « image publique », semble alors être la seule option pour des candidat.e.s qui, souvent n'ont pas fait les études adaptées à des métiers « de bureaux » (ici, l'ex-candidate a fait des études d'audiovisuel et de photographie). Iels se retrouvent bloqué.e.s dans un « cercle vicieux » où les métiers de l'influence semblent être les seuls à leur portée puisqu'ils sont sorties de la normalité qui pourrait leur permettre d'être considéré.e.s comme des personnes respectables, employables, et qualifiées. Encore une fois, il n'est pas nécessaire d'avoir une longue et fructueuse carrière dans la télé-réalité, puisqu'un seul passage, sans avoir « énormément buzzé » suffit à marquer d'un stigmate et à contraindre la vie professionnelle des candidat.e.s.

C) Quelles stratégies de résistances au stigmate ?

Ici on s'intéressera à la façon dont les candidat.e.s résistent au stigmate, en s'y accommodant à leur manière, ou bien en le refusant complètement.

Circonscrire le stigmate.

Résister au stigmate peut d'abord passer par le fait de circonscrire l'expérience de la télé-réalité à un moment précis de leur avancée biographique, qui astreindrait alors le stigmate à ce moment passé de la vie des ex-candidat.e.s.

Maria : Bonjour merci pour votre demande mais sincèrement je ne suis pas le profil idéal et surtout j'en ai ni l'envie ni le temps .
Vraiment désolé mais il c'est passé beaucoup d'année et suis plus du tout dedans
Bonne journée

Moi : Pas de problème, je comprends tout à fait que vous n'ayiez pas le temps. Une dernière chose, si vous avez gardé contact avec certaines autres candidates que vous pensez potentiellement intéressées, pourriez-vous s'il vous plaît me partager leur contact ? Bonne journée à vous, et merci encore de m'avoir répondu !

Maria : Franchement ils ont tous aujourd'hui une quarantaine d'années et sont loin de ça vraiment Donc je pense vraiment pas qu'ils accepte

Réponse de Maria (trois émissions de télé-réalité dont deux de vie collective au milieu des années 2010) reçue le 27/10/2022 suite à une prise de contact sur Instagram.

La télé-réalité semble ici s'inscrire dans leur trajectoire biographique comme une expérience de jeunesse, perçue comme un moment à part d'expérimentation (Galland, 1990). En vieillissant, les candidat.es n'accorderaient plus d'intérêt à cette expérience dont les années les ont éloignées. La télé-réalité est alors vécue comme une parenthèse autonome dans leur fil biographique, notamment car le champ lui-même est vécu autonome : fermé sur lui-même, sans effets de long terme sur la vie des candidat.es, et dont on sort de façon totale (« je ne suis plus du tout dedans », « j'ai tout couper concernant la télé-réalité », « je n'y suis plus depuis longtemps »).

Dé-stigmatiser la télé-réalité.

Ensuite, le refus de la qualité stigmatisante d'une participation à un programme de télé-réalité vient comme une deuxième stratégie. En d'autres termes, il s'agit de normaliser la télé-réalité, *i.e* la faire rentrer dans la norme et de le sortir de l'exceptionnel, qui fait du ou de la candidat.e une figure à part. C'est en ce sens que va cette réponse de Steven déjà évoquée :

En gros si je comprends bien vous avez envie de m'étudier quoi on est des...on est des animaux et vous êtes là avec votre blouse te vous nous étudiez quoi c'est un peu ça en fait si je comprend bien hein si je suis le fond de votre raisonnement. Mais on est des humains hein comme vous ! C'est juste on a fait une télé-réalité hein on a, on va dire, fait des vacances avec des, des caméras quoi rien de plus ! Je sais pas je suis pas très pas très emballé par le projet.

En affirmant que les gens qui ont fait de la télé-réalité sont « des humains comme [moi] », il sort du stigmatisme en ne se considérant pas comme une personne à part. En outre, il est intéressant de noter qu'il ne parle pas de « candidat.e.s », qui marquerait les individus sur le temps long, mais de gens qui ont juste « fait une télé-réalité », dissociant l'action (participer à un programme), de l'identité stigmatisante (candidat.e) qui y est associée. À cela s'ajoute par ailleurs une euphémisation de la participation à un programme de télé-réalité qui devient seulement : « [faire] des vacances avec des caméras ». Affirmer que faire de la télé-réalité est une activité comme une autre peut également passer par l'instauration d'une continuité entre les différents univers professionnels auxquels peut appartenir les candidat.e.s. Cette continuité peut notamment s'expliquer par le fait que les candidates avec lesquelles je me suis entretenues exerçaient toutes des métiers ayant un rapport à l'image. Elles n'ont pas, dans les tâches à effectuer, vécu de vraies ruptures professionnelles. D'une part cette continuité s'effectue quant au rapport de soin à l'image :

Moi : Et est-ce que tu t'étais préparée au casting d'une certaine façon ?

Eva : Non du tout, par contre après on a du renvoyer des vidéos où on est en maillot de bain, et où on est habillées plein pieds, zoom euh de notre tête, zoom fin tout ça, et on a un appel téléphonique avec une psy, et un appel téléphonique avec une personne qui nous demande vraiment pour le coup toute l'histoire de notre vie et qui prend des notes.

Moi : Et ça pareil tu le prépares ? ... je sais pas tu te fais les ongles, les cheveux... ??

Eva : Bah moi après j'étais déjà sur les réseaux en fait donc j'avais déjà toujours les ongles faits quoi.

Entretien réalisé le 14/11/2022 avec Eva (ayant participé à un seul programme en 2014)

Le fait d'être influenceuse (par métonymie d'« être sur les réseaux ») exige un soin de son apparence qui ne semble pas différent de celui d'être candidate. L'entrée dans la télé-réalité ne constitue donc pas une rupture, qui demanderait une préparation spécifique. Le rapport à la monstration peut également constituer une continuité, comme me l'expliquait Esther :

Moi : Est-ce que t'avais un travail avant de faire de la télé-réalité ?

Esther : Moi j'ai toujours travaillé, et je continue le même travail, et je continue plusieurs travaux à côté, et c'est des travaux simples et, eueet, et, et difficiles on va dire.

Moi : Ouais et justement, est-ce tu pourrais me préciser quels travaux ???.....

J'ai vu que tu faisais des photos sur Insta

Esther : Je travaille dans l'événementiel et dans la musique et la production. Et eueuh avec ça hôtesse de caisse et vendeuse.

Moi : Qu'est-ce que tu vois comme différence entre le travail que t'as pu faire quand t'as fait de la télé-réalité et le travail que tu fais maintenant ?

Esther : Bah moi après j'ai toujours été dans la figuration, le cinéma ou quoi donc ça me change pas. Ça me changeait pas trop d'être dans la télé-réalité que dans la vie normale quoi... donc euh. C'est....

Entretien réalisé le 19/11/2022 avec Esther (un seul programme, en 2013)

Ainsi, si faire de la télé-réalité a constitué pour elle une parenthèse dans sa trajectoire professionnelle du point de vue de la qualité « télé-réalité » de la production audiovisuelle, être filmée et diffusée à la télévision ne semble pas être en soi une rupture pour elle de part ce qu'elle revendique comme un rapport d'habituée à la monstration, caractérisant « la vie normale », le quotidien professionnel. Cette monstration de soi n'est d'ailleurs pas réservée à la télé-réalité, mais ce type de programme semble pourtant être le seul à provoquer un stigmate, contrairement par exemple aux « youtubeurs » :

Casteuse : C'est quoi la différence entre quelqu'un qui est filmé dans une télé-réalité et euh tous ces gens qu'on voit sur les réseaux et qui passent leur temps sur les réseaux sociaux à se filmer ou à faire des vidéos YouTube. Quand tu prends un youtubeur aujourd'hui il va te faire un vlog, « 24h avec moi », bah ouais, bah c'est parce que il t'intéresse que tu regardes. Et entre chaque vidéo ça va être sponsorisé, y a tout ce cheminement là mais pour certains ça c'est plus respectable que la télé-réalité.

Ainsi, même si en soit le résultat (filmer et diffuser son quotidien et être rémunéré pour cela) est similaire, la télé-réalité est moins « respectable » : pour un produit similaire, le stigmatisme porte uniquement sur les candidat.e.s. Cela s'explique notamment car les influenceur.euse.s qui ne sont pas issu.e.s de la télé-réalité entretiennent la distinction entre elleux et ceux qu'ils appellent les « influvateurs »³², les influenceur.euse.s issu.e.s de la télé-réalité

S'en extraire.

C'est donc tout logiquement que la dernière stratégie identifiée est celle de la distinction : se distinguer du reste des candidat.e.s discrédité.e.s (selon différents ressorts) afin de garder la face et de ne pas être confondu.e.s avec les « influvateurs ». Il y a ici une intériorisation du stigmatisme, du moins l'utilisation d'un stigmatisme qui les discrédite elles-mêmes dont elles se départissent en désignant un autre groupe dont elles se distinguent. Cette distinction se fait d'abord sur des critères professionnels. C'est ainsi qu'Eva (qui était déjà micro-influenceuse avant de faire de la télé-réalité) va placer la différence entre elle et le reste des candidat.e.s de télé-réalité :

Moi : Tu disais qu'ils [les candidat.e.s de télé-réalité] sont connus pour « rien faire », tu considères que c'est rien faire la télé-réalité ?

Eva : En fait pour moi c'est donner de la lumière à des gens qui ont pas forcément de talent, ils sont pas influenceurs de base tu sais genre euh moi j'ai commencé j'ai partagé mes looks sur insta j'ai partagé mes astuces beauté etc, mais nous les influenceurs on était là avant la télé-réalité. Et Magali Berdah elle a dit dans une interview par exemple qu'elle avait inventé un peu le concept des placements de produit et tout : non ça existait bien avant que tu sois là genre non. Et plein d'influenceurs pour qui tu n'as rien inventé. Et hum, euh en fait c'est pas leur métier et ça se voit. Ça se voit parce qu'ils font des placements....Pfff ça se voit... eh y en a ils utilisent mm pas le shampoing 'fin vraiment tu vois qu'ils font semblant pour la tune. Fin c'est pas des gens qui ont par passion envie de partager leurs astuces et tout, ils le font pour la tune parce que il faut le faire pour des followers et machin. Donc pour moi c'est donner de la lumière à des gens qui n'ont pas de talent. Alors que tu vois moi en ce moment je regarde la Star Ac' c'est une télé-réalité mais les gens ont du talent. Ils sont chanteurs et ils sont pas là pour faire des clashes, ils sont là pour

³² Voir : <https://www.lejdd.fr/societe/regulation-des-influenceurs-squeezie-natoo-150-createurs-de-contenus-lancent-un-appel-aux-deputes-133989>

progresser, pour à la sortie faire quelque chose : un EP, un album, signer avec des maisons de disque : là y a un réel objectif je trouve, qui est trop négligé dans la télé-réalité.

Entretien réalisé le 14/11/2022 avec Eva (ayant participé à un seul programme en 2014)

Eva marque ici une différence entre elle et les influenceurs de télé-réalité. D'abord en s'affiliant à une communauté professionnelle (« nous les influenceurs »), plus légitime et plus ancienne ; ensuite en revendiquant un « talent », une compétence professionnelle qui passe par le plaisir du partage authentique, que les influenceur.euse.s issu.e.s de la télé-réalité n'auraient pas. Cette aptitude est revendiquée comme une expertise professionnelle qui se construit et qui va au-delà du fait d'être une personnalité publique. En n'étant pas influenceur.euse « de base », être exposé.e et gagner en notoriété ne permet pas d'acquérir cette compétence professionnelle. Cette différence professionnelle est à marquer publiquement, tant elle constitue un enjeu de réputation professionnelle.

Moi : Est-ce que t'as été contactée par des agences après [avoir fait de la télé-réalité] ?

Eva : Ouais ouais ouais, bah j'ai un ami qui travaille chez Shauna Events qui me disait, Ouais tu voudrais pas travailler chez Shauna, Magalie elle a bien aimé ton profil et tout, mais j'étais déjà en agence moi en fait, et j'étais très bien dans mon agence hein, donc euh j'avais mon agence influenceur youtubeur et tout et... y a de très beaux profils dans mon agence, et ça se passe très bien avec mon agent, elle a de l'expérience, elle travaillait chez Soeurette Production avant j'pense que tu connais de nom, avec Follow, voilà c'est quali, et moi j'ai pas envie d'être « mêlée » entre guillemets aux agences de télé-réalité fin voilà c'est pas du tout mon but.

Moi : Pourquoi ? ?

Eva : Bah déjà, j'étais déjà bien avec eux, donc je vois pas pourquoi je partirais, et ensuite vu toutes les polémiques qu'il y a tu vois ça donne pas envie fin ça craint hein, mais tout le dropshipping³³, arnaques avec des écouteurs ou des trucs comme ça, moi j'ai jamais eu aucun bad buzz comme ça, mes abonnés sont très contents des produits que je recommande, les bons plans que je leur propose, et que ça reste comme ça c'est très bien. Je suis pas à l'affût du moindre euro, je préfère être honnête.

En manifestant sa différence par l'affiliation à des secteurs professionnels différents (les agences d'influenceur.euse.s et les « agences de télé-réalité » étant bien distinctes), Eva d'une part reconnaît et perpétue le stigmatisme professionnel portant sur les candidat.e.s de télé-réalité, et de l'autre s'en distingue en revendiquant être « honnête », face à des candidat.e.s qui seraient vénal.e.s (« à l'affût du moindre euro ») en vendant des produits de mauvaise qualité. Ainsi,

³³ Le dropshipping est une forme de e-commerce par laquelle le site vendeur ne possède pas de stocks et fait livrer le client final directement par son fournisseur sans, le plus souvent, que le client ne le sache.

des critères de professionnalisme viennent marquer une distinction avec le reste des candidat.e.s, jetant le discrédit professionnel sur ces dernier.ère.s.

Enfin, les stratégies de résistances par la distinction peuvent se faire sous la modalité de psychologisation, jetant une forme de discrédit moral sur des candidat.e.s de télé-réalité qui seraient prêt.e à tout pour « buzzer » :

Moi : comment tu décrirais le fait de « faire son buzz » comme t'as dit ?

Esther : en fait pour moi ça manque d'amour propre donc euh c'est juste un besoin des gens qui ont besoin d'amour, qui font leur buzz pour être vus et avoir de la reconnaissance c'est juste un manque de confiance en soi et d'amour propre pour moi.

Entretien réalisé le 19/11/2022 avec Esther (candidate ayant participé à un seul programme en 2013).

En sortant du cadre professionnel qui est le sien, Esther soutient le fait que vouloir faire de la télé-réalité, serait pour le reste des candidat.e.s « en manque d'amour propre » un moyen d'être vu.e.s et de réparer une blessure intime. Cette psychologisation de la différence est également appuyée par Eva :

Eva : Et je pense que justement ça [les sévices psychologiques] c'est trop négligé dans le sens où pour moi les gens qui veulent faire de la télé-réalité c'est des gens qui veulent percer et être des stars. Déjà t'es pas sain dans ta tête quand ton objectif de vie c'est d'être connu : pourquoi t'as besoin d'être connu, c'est parce que tu manques de reconnaissance ? T'as un problème d'estime de toi ? Pour moi c'est que déjà tu devrais faire une thérapie, tu peux pas être connu pour rien faire. Tu me dis je veux être chanteur, je veux faire des albums, oui c'est une passion d'accord, mais la télé-réalité qu'est-ce qui te passionne là-dedans tu vois ? T'engueuler avec des gens ça te passionne ? Enchaîner les mecs à l'écran ça te passionne ? Galocher tout le monde ? Voilà non. Donc pour moi si tu veux faire de la télé-réalité dans ton objectif de vie c'est que tu veux être connue, et déjà t'es déséquilibré. Et en plus de ça, de personnes déséquilibrées comme ça on leur attire autant de communauté, autant de gens derrière eux, autant de visibilité, de lumière, et euh de followers bah c'est encore plus déséquilibré parce que ils se font harceler etc. Déjà qu'ils avaient besoin d'aide avant, alors j'imagine pas après.

Puisqu'acquérir de la notoriété pour être une personnalité publique ne suffit pas à avoir une compétence professionnelle (comme celle d'être influenceur.euse), l'identité du reste des candidat.e.s est dévaluée par une stratégie validiste consistant à juger négativement sur le plan à la fois psychologique (le manque de « reconnaissance » qui est mentionné par les deux candidates) et normatif (« mais la télé-réalité qu'est-ce qui te passionne là-dedans tu vois ? T'engueuler avec des gens ça te passionne ? Enchaîner les mecs à l'écran ça te passionne ? Galocher tout le monde ? Voilà non. »). Faire de la télé-réalité ce serait donc avant tout pour

des personnes « déséquilibrées », pour panser leur blessure narcissique, mais participerait également rendre les candidat.e.s encore plus « déséquilibré.e.s », en plaçant des personnes déjà instables dans un contexte qui l'est encore plus. Cette psychologisation des candidat.e.s comme exhibitionnistes ou fragiles psychologiquement, prend ses racines dès le début de la télé-réalité (Nadaud-Albertini, 2013, p.72), montrant bien que les critiques médiatiques infusent l'ensemble de la société, jusqu'aux candidat.e.s elleux-mêmes. La valorisation de compétences professionnelles est alors le seul motif pour lequel faire de la télé-réalité est vu comme légitime, se servant comme l'a dit Esther de leur participation comme « tremplin ». Les candidates distinguent alors des usages légitimes et illégitimes de la télé-réalité, en se plaçant du bon côté de la ligne qu'elles ont-elles-même tracées.

II) Une activité professionnelle aux de limites temporelles et spatiales claires.

Les contraintes pesant sur les candidat.e.s sont présentes certes, mais de façon diffuse, ce qui en fait un travail aux limites temporelles et spatiales floues. On étudiera donc ces contraintes liées au travail que ce soit en tournage et hors tournage, mais aussi les effets qu'elles peuvent produire sur les candidat.e.s.

A) En tournage.

Le lieu et la temporalité de l'activité professionnelle.

En tournage il y a d'abord un rapport au temps distordu. La question des horaires semble majeure pour évoquer le contrôle exercé par les productions sur les candidat.e.s. En effet, outre les interdictions de connaître l'heure qui régnait dans plusieurs télé-réalité de vie collective (*Secret Story* par exemple), la gestion de l'emploi du temps des candidat.e.s est une manière de les maintenir sous pression. Esther me racontait ainsi :

Moi : Est-ce que je sais pas en fait que vous vous... comment le fait que tu sois en tournage ça a impacté ton quotidien ?

Esther : En fait on est couchés hyper tard et levés hyper tôt. Comme ça t'es en tension toute la journée, et c'est pour ça que des fois les candidats ils disent de la merde, c'est parce que ils sont hyper fatigués en fait. Et c'est aussi pour que on ait bien les nerfs et qu'on pète un plomb à tout moment, c'est exprès pour que euuuh en fait la fatigue ça joue sur ton comportement.

Le contrôle des horaires de vie des candidat.e.s est un moyen de les maintenir « en tension » en jouant sur leur comportement par la fatigue afin d'obtenir des moments de dispute pour alimenter le programme. Selon les informations rapportées par les deux autres candidat.e.s, les couchers seraient aux alentours de trois heures du matin (pour finir les interviews des candidat.e.s), pour un lever vers sept heures. La quantité de travail est alors un bon prétexte pour établir un contrôle sur les corps qui, fatigués, vont servir à alimenter le programme.

Ce contrôle des horaires s'accompagne de temporalités distinctes : celle du *in* et du *off* (i.e des moments où les caméras filment, et celles où il n'y a pas de caméras). De par l'impératif d'authenticité, les caméras sont supposées capter tout ce qui se passe entre les candidat.e.s. Pourtant, les candidat.e.s ne peuvent pas être filmé.e.s en permanence car cela contreviendrait au droit du travail. Ainsi, lorsque les caméras ne sont plus là, les candidat.e.s ne sont plus supposé.e.s interagir entre eux. Toutefois, de par la qualité « réalité » de la télé-réalité, ce qui est filmé est leur quotidien, leur intimité, qui se retrouve alors soumis en permanence à l'impératif de monstration aux caméras.

Alice : Tu as la nanny : c'est des nourrices qui dorment en bas de la villa, parce que en fait c'est les seules qui restent à la villa tu as deux meufs qui restent, qui « surveillent » que y ait pas de trucs bizarres la nuit, et que ce soit raccord en fait. Si tu veux moi y a la nuit, une fois que les caméras sont parties je peux pas aller rouler une pelle à un mec et le lendemain à la caméra je fais genre que je le connais pas, les productions elles détestent ça, elles ont envie de dire non mais les gars y a personne, personne n'a filmé, ça par contre tu peux te faire défoncer tu vois, ils détestent ça quand il se passe quelque chose et que ça a pas été filmé ils sont prêts à tout pour refaire la scène quoi. Même si tu lui as juste dit bonjour, si tu lui as juste fais la gueule quand la caméra est partie, tu lui fais la gueule le lendemain, donc ça déjà t'es plus toi-même. Tu regardes les murs la nuit et tu regardes pas ailleurs.

Cette injonction à ne pas se parler hors présence des caméras produit une contrainte permanente même lorsqu'ils sont sur leurs horaires de repos, le travail contraint leurs interactions personnelles. Ainsi, même lorsqu'ils ne sont pas dans leurs horaires dits de « travail » car ils ne sont pas filmé.e.s, ils produisent en réalité un travail, qui consiste à ne pas interagir. En outre, afin de maintenir la subordination, les candidat.e.s sont encadré.e.s par une personne membre de la production appelée la « nounou » (ce sont généralement des femmes), dont le travail est de s'occuper d'eux lorsqu'il n'y a pas de caméras : les réveiller le matin, leur faire à manger, mais aussi contrôler ce qu'il se passe lorsque les caméras sont parties. La « nounou » est celle qui va maintenir en permanence le contrôle de la production, matérialisé par les caméras, même lorsque ces dernières ne sont pas là. L'appellation de « nounou » (utilisée par

les candidat.e.s comme la production) est par ailleurs une preuve supplémentaire de cette dissolution de la contrainte, en lui donnant une forme affectueuse et une capacité au *care*, au cœur du *new management*, qui donne un visage sympathique à une institution disciplinaire. Cette institution disciplinaire se caractérise par la « coercition ininterrompue, constante, qui veille sur l'activité plutôt que sur son résultat » (Foucault, 1975, p.139), l'activité étant plutôt ici la non-activité.

Ces contraintes temporelles s'articulent également avec une contrainte spatiale dissolue. En effet, les candidat.e.s sont hébergé.e.s sur leur lieu de travail, qui est de façon plus large leur lieu de vie. Ainsi, même dans les temporalités de "off »", les candidat.e.s restent sur leur lieu de travail comme me l'expliquait la casteuse avec laquelle je me suis entretenue, qui est également « nounou » :

Moi : Et justement comment vous gérez les moments de off ?

Casteuse : c'est comme euh, un off c'est vraiment une journée euh de weekend tu vois, où t'as pas le droit de toutes façons de sortir du set parce que c'est ta maison et c'est tout le temps des baraques suffisamment ouf pour que tu puisses te balader vers le lac de la baraque, que tu puisses prendre la golfette pour que tu puisses aller vers... c'est toujours dans des domaines, dans des trucs pour que tu puisses t'aérer l'esprit et un peu « breaker » avec cette espace-là. Mais c'est une journée où ils font ce qu'ils veulent, ils se réveillent à l'heure qu'ils veulent, euh ils mangent ce qu'ils ont envie de manger, si ils ont envie de se faire un film ou une série bah c'est ok, c'est vraiment la journée vacances quoi.

L'indistinction faite entre le « set » (donc l'espace de travail) et la « maison » (l'espace de vie) entretient le mélange de ces deux espaces aux contours qui ne sont pas délimités. Même si les candidat.e.s peuvent « breaker » en sortant de la maison elle-même, « s'aérer l'esprit » se fait dans une enceinte désignée par la production, et ce même sur leur temps libre (leur « journée vacances »). Ces limites floues entre temps et espaces de travail/non-travail n'est pas spécifique à la télé-réalité, car pour citer L. Jacquot et I. Vollery (2019), « pour les ouvriers enquêtés, c'est tout le corps – au-delà de l'espace-temps de l'usine et de la force physique demandée – qui est engagé dans le travail. ». Il semble néanmoins que la spécificité est que dans la télé-réalité, l'espace-temps du travail et du non-travail soient, en tournage, complètement confondus et superposés, là où l'espace-temps de l'usine et celui du non-travail paraissent être des continuums. Le *set* laisse alors place à un mode de vie total où usages et temps de travail, de non-travail, domestiques, de loisirs, reviennent tous au même endroit : la villa.

Il y a donc une très grande porosité entre les espaces et les temps de travail et de non-travail (que ce soit pour des usages domestiques ou de loisirs). Ces limites diffuses entretiennent alors des rapports flous de subordination avec l'équipe de tournage.

Les liens avec l'équipe de tournage.

Ainsi, les candidat.e.s sont en permanence sous la contrainte de leur travail de par la perméabilité des espaces et des temporalités. Ce faisant, la responsabilité de la production à leur égard en tant qu'employeur est elle aussi diluée dans ces frontières.

Moi : tu parlais, en terme de logistique et de journées « condensées » tu peux me faire un comparatif avec des émissions comme *Topchef* par exemple ?

Jules : en fait tous les tournages qui soient sont toujours condensés parce que en télévision il y a une règle très simple : le temps c'est de l'argent. On a un intérêt : fabriquer l'émission de la meilleure manière possible pour le moins cher possible en le moins de temps possible. Voilà ça c'est la réalité. Donc tous les tournages sont un peu condensés d'une manière ou d'une autre. Tu vois j'ai fait autant d'horaires aussi costaud que ce soit dans *Topchef*³⁴, *Secret Story*, ou les *Marseillais*. Quand je te dis que c'est des horaires condensés, c'est que effectivement c'est des périodes courtes dans laquelle tout va très vite et est très intense. Sauf que *Topchef* tu peux tourner pendant 1 mois ou 6 semaines, alors que parfois j'ai déjà fait des tournages, des émissions de vie collective sur trois mois. Trois mois c'est très long parfois. C'est pour ça que je disais qu'en terme d'amplitude c'est pas la même chose. Donc déjà humainement, même pour les équipes c'est aussi une configuration différente. Parce que quand tu tournes une émission de plateau ou un *Topchef*, bah la journée tu viens, tu tournes et tu repars chez toi, là parfois tu pars à l'étranger pendant 2 mois, 3 mois, 4 mois, euuh tu vis en communauté avec toute l'équipe, en huis clos, en vase clos dans une communauté pendant 3 mois loin de ta famille, loin de tout donc rien que ça humainement c'est une expérience aussi pour l'équipe tu vois. C'est-à-dire que tout est un peu différent. Donc rien que la gestion de l'équipe déjà rien que dans ces conditions-là ne sont pas pareilles que quand tu rentres, que t'as bossé et tu rentres chez toi le soir. Mais euh tout ça pour répondre en terme d'horaires condensés c'est que effectivement quand t'es dans une télé-réalité de vie en communauté, le truc c'est que t'as des candidats et des candidates qui sont sous ta responsabilité un peu h24. Et donc c'est pas un tournage où les candidates, chanteurs/cuisiniers, tournent, et après rentrent chez eux. Là ils sont LÀ h24 et donc la vie se passe h24, les histoires se passent h24, et surtout ils sont moralement, physiquement, financièrement, tout ce que tu veux, sous notre responsabilité h24 donc ça fait que c'est quand même une mobilisation de tous les instants. Ce qui fait qu'il y a finalement toujours quelqu'un un peu de mobilisé d'une manière ou d'une autre sur cette config[uration] là tu vois ?

La « configuration » (*i.e* le dispositif télévisuel) de la télé-réalité collective implique une « responsabilité » permanente (« h24 ») de la part de la production envers les candidat.e.s, se

³⁴ Émission de compétition de cuisine.

traduisant par une « mobilisation de tous les instants » : elleux aussi (membres de la production) font face à une « expérience » qui confond l'espace domestique et l'espace de travail, puisque tout le monde vit en « communauté » professionnelle. Les candidat.e.s ne sont pas les seul.e.s salarié.e.s des sociétés de production, puisque réaliser un programme de télé-réalité nécessite un travail collectif, à l'image de ce que décrit Becker dans *Les mondes de l'Art* (1988), et ne sont donc pas les seul.e.s à être soumis.e.s à ces limites de travail floues. Cette dimension collective est ce qu'explicite ici Jules.

Moi : Quand tu parles de « contraintes humaines » tu peux m'en dire plus ?

Jules : Moi en principe, j'ai un... euh la gestion de projet c'est euh j'ai un travail de coordination d'ensemble donc je, si tu veux les candidats font partie de la gestion que j'ai à faire, mais ma question c'est aussi mon équipe, c'est mes caméramans, c'est mes ingénieurs son, c'est les metteurs en scène, les chargés de production, fin c'est toute une équipe, pour la partie candidat... Y a effectivement une partie gestion de candidat

[...]

Moi : Pour ton équipe de tournage, est-ce que c'est des gens qui sont spécialisés dans les tournages de vie collective ?

Jules : oui alors, bon après c'est des grosses équipes, sur un tournage, ça dépend de l'émission après. Par exemple sur une grosse émission, ça peut facilement être une équipe de 50 personnes. T'as vraiment tout type de corps de métier. Régisseur, chauffeur, chargé de production, directeur de [production], responsable candidat, casteur, fin en amont sur place et après fin voilà c'est des grosses équipes selon le tournage. Et oui, souvent c'est des gens c'est les mêmes, mais à certains posts clefs, stratégiques clefs, comme par exemple, du coup moi en tant que chef de projet j'ai souvent une équipe, éditoriale, donc de gens qui font l'édito avec moi, concrètement c'est les gens qui tournent les séquences avec les candidats. Donc ceux qui sont avec eux, qui vont avec eux en activité, ceux qui font les interviews avec eux. Souvent ces gens-là, ces postes clefs là, c'est un format, c'est un style de format tellement particulier que c'est souvent des gens qui ont déjà une expérience sur ce format-là, connaissent ce format-là. Parce que c'est quand même assez particulier à faire. Après sinon en production, donc vraiment aspect logistique, technique, budgétaire et tout, c'est aussi souvent des gens qui ont l'habitude de ce genre de format parce que, tout ça ça reste très particulier tu vois les formats de télé-réalité. Parce que souvent t'as des config[uration] où tu tournes mais après c'est diffusé six mois plus tard, t'as des config[uration] où tu tournes et c'est diffusé le lendemain. Tu vois Secret Story par exemple : tu tournes t'es dans la maison, et c'est diffusé le lendemain c'est à l'antenne. Donc c'est, selon la config[uration], le format, oui l'idée c'est toujours d'avoir des gens un peu aguerris à cet exercice.

Moi : pourquoi c'est type de format particulier ?

Jules : hum à pleins d'aspects. Déjà l'aspect professionnel pour moi c'est particulier, parce que c'est pas le mm traitement parce que là tu filmes un peu la vie au quotidien, de la vie en collectivité, donc tu racontes, fin tu vois c'est une histoire différente que si euh c'est juste par exemple dix personnes qui sont en train de s'affronter dans une cuisine au

meilleur pâtissier³⁵, c'est pas la même expérience, c'est pas la même histoire, c'est pas les mêmes ressorts humains. Donc tu filmes la vie et à partir du moment où tu filmes la vie, euh beeein t'es aussi un peu dans un cadre d'imprévu au quotidien parce que tu ne sais jamais comment les choses se passent et évoluent et se passent dans la vraie VRAIE vie euuuh et euh surtout en terme de logistique. Ça change tout, en terme d'amplitude des jours de tournage, les tournages qui sont quand même condensés, mais qui sont sur une certaine durée. Ça change tout parce que le traitement n'est pas le même. Le traitement n'est pas le même quand tu filmes quinze personnes dans une villa en train de vivre que quand tu filmes dix personnes sur une île en train d'essayer de survivre, que quand tu filmes dix pers sur un plateau en train de chanter pour euh être le meilleur chanteur. Tu vois le traitement n'est pas le même donc ça reste un exercice très particulier juste parce que le traitement n'est pas le même.

La production de télé-réalité est donc bien une activité collective. Déjà car, outre les candidat.e.s c'est une activité qui engage une équipe de travail avec des corps de métiers variés, et ensuite car le « format particulier » engage des conventions collectives de réalisation (un « traitement ») différencié des autres types de contenus audiovisuels. Or, ces conventions ont elles-mêmes été construites collectivement, sur le temps long, au fil de la réalisation de diverses émissions. Ce travail collectif est effectué par des équipes spécialisées, qui ont en tête ces traitements spécifiques exigés par le format de télé-réalité de vie collective. Outre l'aspect collectif de ce travail, il n'est pas à exclure que sa spécialisation peut amener une certaine routinisation, et ce malgré le « cadre imprévu » qui vient avec le fait de filmer « la vraie vie ». Ainsi, des liens d'intimités particuliers peuvent venir à se créer entre ces professionnel.le.s spécialisé.e.s qui participent à la réalisation de plusieurs émissions, et des candidat.e.s récurrent.e.s.

Moi : du coup si on parle de programmes type vie collective bah euh grande villa et le focus est sur les interactions, qu'est-ce qui marche le mieux en terme de candidat.es, pour le public d'une part, et pour vous à travailler de l'autre

Jules : alors y a des trucs sur lesquels je vais pas m'étaler, mais ce que je peux te dire par contre... Moi j'ai commencé ce genre de format je crois que c'était au début des années 2000, je suis plus sûr de l'année précise, fin tu vois j'ai commencé sur les tous premiers Secret Story tu vois donc c'était vraiment... y a facile une vingtaine d'années je pense tu vois. C'est marrant d'ailleurs parce que c'est des gens que je vois grandir tu vois, avec qui on a tous des enfants et tout tu vois, maintenant alors qu'avant on a tous commencé... tu vois les X les Y³⁶.. bref hum...

³⁵ Emission de compétition de cuisine mettant en scène des amateur.ices qui s'affrontent sur plusieurs semaines.

³⁶ Il cite les prénoms de deux candidat.e.s emblématiques de Secret Story ayant ensuite eu une longue carrière de télé-réalité.

Cette intimité, qui va au-delà de l'impératif professionnel et du cadre de la subordination entre un membre de la production et des candidat.e.s, semble incommoder ce producteur (qui coupe court) en ce qu'elle met à mal le cadre professionnel. En tournage, le cadre est donc celui d'une « prison dorée » :

Moi : et justement comment le tournage tout ça ça impacte to quotidien quand t'es là-bas, sur le travail, est-ce que t'as l'impression de travailler quand t'es filmée ou... ?

Alice : euh ouais j'avais vraiment l'impression de travailler parce que en fait le terme exact c'est une « prison dorée », parce que t'es dans une belle villa, mais y a toujours un « mais » tu vois,

La « prison dorée » est un espace de contraintes qui se veut ne pas en être un, notamment par le cadre de l'activité (des « belles villas »), qui masque qu'être en tournage n'est pas une « journée vacances ». Les « belles villas » sont alors des « observatoires (Foucault, 1975, p.173), « cité hâtive et artificielle », donc bien en réalité une « prison », qui grâce au *new management* (Boltanski et Chiappello, 1999), a intégré des émotions positives construisant la prison comme une « prison dorée », faisant passer la « sanction hiérarchique » par les affects.

B) Hors tournage : être une personnalité publique dans l'espace public.

La porosité entre sphère professionnelle et sphère privée se poursuit hors tournage, ce qui tient à la qualité de l'activité des candidat.e.s de télé-réalité. Iels deviennent des personnalités publiques en accumulant de la notoriété grâce à ce qui est présenté comme leur vraie personne, leur vrai corps, et leur vraie personnalité. Dès lors que cette continuité s'établit, on ne peut pas arrêter de travailler, car l'on ne peut pas arrêter d'être soi dans l'espace public. En effet, dans la télé-réalité ce qui permet de gagner en notoriété c'est bien l'exposition de soi et de la vie privée qui fait des candidat.e.s de personnalités publiques, connues justement pour leur personnalité. Ainsi, il n'y a pas de différence faite entre l'exposition en tournage et hors tournage. En d'autres termes, même hors tournage leur vie privée continue d'être exposée ce qui ne marque plus aucune distinction entre la personne et la personnalité publique.

Vivian : Et après moi ça aussi je sais que c'est important, y a beaucoup de gens qui disent ouais c'est une honte les sommes qu'ils [les candidat.e.s] sont payés et tout nanani nanana mais ce qu'il faut savoir c'est que nous dans notre vie de tous les jours 'fin on est reconnus. Mais quasiment tout le temps. Ça veut dire que demain le moindre truc ou, sur notre relation ou quoi ça va sortir dans la presse demain. On va se faire tromper par notre copine on va voir les vidéos fin je veux dire on a plus de vie privée en fait tout le temps.

Bastien : Bon après comme tout artiste tu vois comme toute personne connue.

V : oui comme toute personne célèbre c'est vrai mais...

B : Non nous un peu plus en vrai parce que nous c'est vrai que c'est notre vie privée qu'on met en scène, un artiste il peut essayer, décider de la cacher ou un acteur il peut décider de la cacher.

V : mais c'est ça, on fait partie de la vie des français et les gens te connaissent par cœur et tout et du coup tu donnes ton intimité aux gens.

Extraits d'une vidéo publiée sur YouTube le 12/02/2023 sur la chaîne de Bastien Grimal (« Bastos »).³⁷

« Donner son intimité » au public devant les caméras ne donne plus droit à de l'intimité hors tournage, ils n'ont « plus de vie privée [...] tout le temps ». Plus qu'un « usage professionnel d'expériences intimes » (Trachman, 2013), ce sont bien ces deux sphères intime et professionnelle qui se retrouvent superposées, ce qui s'incarne d'ailleurs dans l'expression « personnage-personne » (Nadaud-Albertini, 2013, p.23). L'intimité que l'on accepte de livrer pendant le tournage se retrouve alors exposée hors du tournage avec un véritable mécanisme de continuité dans la monstration, à la différence que là les candidat.e.s sont filmé.e.s à leur insu et n'en retire pas de gain financier.

Moi : Quand tu faisais de la télé-réalité, où t'essayais de placer ce curseur de l'intimité de ce que t'avais pas envie que ce soit filmé ou quoi ?

Eva : Effectivement la barrière elle était moins rigide parce que t'es un peu, pas manipulée, mais on te fait comprendre que c'est normal en fait de se désinhiber un petit peu devant le téléspectateur, donc du coup t'as moins de limites j'ai l'impression, ou en tout cas c'est pas les tiennes, c'est celles qu'on t'impose dans le programme. Mais en soit tu fais ce que tu veux, moi tu vois par exemple j'ai embrassé aucuns mecs sur le programme, j'ai daté aucuns mecs, après ça les arrangeaient pk je pense qu'ils s'en foutaient que je fasse ça, mais je pense que si t'es fort mentalement tu dis non et c'est non, mais y a de la pression psychologique en fait après tu vois. Et je voyais les candidats, je voyais que eux tu sais ils se clashent en story interposées, ils crachent sur le dos les uns des autres et en fait du coup je me suis un peu acclimatée à ça moi aussi un temps, j'ai fait pareil pendant le temps de la diffusion, mais vite après j'ai arrêté parce que en fait quand tu fais ça bah même les gens dans la rue ils font pareil genre moi on me filmait au restau on avait pris des photo de moi en terrasse au restau et on m'avait inventé une histoire, genre t'sais les trucs de blogueur et tout. On avait dit que j'avais fait un scandale pour avoir une table au restaurant parce que je me prenais pour une star. J'avais été obligée de montrer en fait que c'était le restaurant qui m'avait invité et que j'avais une réservation, et tout fin... tu dois te justifier parce que on t'invente une vie en fait les gens sont méchants,

³⁷ Voir ici : <https://youtu.be/eNuII1COGPQ>

et ils sont contents quand ils peuvent parler mal de quelqu'un en fait, ils inventent des histoires.

La continuité entre tournage et hors tournage se fait à mon sens sous deux modalités. D'abord par la recherche de « scandale », d'« inventer une des histoires » à quelqu'un donc en quelque sorte la sensationnalisation de la vie des candidat.e.s, ensuite par la captation vidéo, à la différence près que dans ce cas, les candidat.e.s sont plutôt filmé.e.s à leur insu. La subordination au regard du « téléspectateur » se fait donc à l'écran, mais se poursuit également dans l'espace public lorsque ces téléspectateur.ice.s rencontrent les personnalités publiques.

Dès lors qu'ils savent que leur vie privée va être exposée puisque ce sont des personnalités publiques, les candidat.e.s peuvent préférer en tirer parti, en exposant leur vie à leur profit, d'où ici encore le métier d'influenceur.euse comme une continuité. Cependant, cette profession induit aussi un temps de travail qui est particulièrement extensible. Les candidates enceintes en sont pour moi l'exemple le plus frappant, puisqu'au lieu de les mettre en retrait avec un congé, la grossesse est un moment durant lequel elles travaillent beaucoup. Elles multiplient les placements de produits en rapport avec la grossesse et la maternité, l'exposent beaucoup sur leurs réseaux sociaux numériques, et parfois participent même à des programmes de télé-réalité qui tournent spécifiquement autour de leur grossesse³⁸. La grossesse, puis la maternité, leur donne accès à un nouveau segment de pratiques et d'identité, et donc à un nouveau segment de marché dans ce champ professionnel où leur activité repose avant tout sur leur personnalité. Ainsi, de par ses limites floues entre vie privée et vie professionnelle, être candidat de de télé-réalité et un statut professionnel qui n'admet pas de congés ou de pause, ce dont les individus peuvent décider de tirer un parti financier. Toutefois, ces contraintes diffuses, latentes, donc permanentes, agissent comme des limites indéterminées qui ont des conséquences sur l'état psychologique des candidat.e.s

C) Les dégâts psychologiques : la différence entre soi et son travail.

Entre le tournage et la diffusion.

Les dégâts psychologiques peuvent d'abord tenir à la qualité du dispositif télévisuel. Je l'ai déjà évoqué plus haut, mais aujourd'hui il n'y a plus que très peu de programmes diffusés en

³⁸ « Manon + Julien = Bébé frère »
« Manon + Julien = Bébé Angelina »
« Carla + Kevin = Bébé Ruby »
« Laura + Niko = BB Zlatan »

direct. L'exposition des candidat.e.s et donc décalé à la diffusion, ce qui laisse un laps de temps de plusieurs mois entre le tournage, et le gain en notoriété qui fait d'eux des « personnalités publiques ». Ce décalage temporel induit beaucoup de déception, qui s'explique notamment par le cadre de vie luxueux que la production accorde aux candidat.e.s

Alice : Euh ouais ce qu'il m'a surpris vraiment ce qui m'a surpris c'était d'être isolée pendant six jours où t'as l'impression d'être chouchoutée tu vois donc j'étais enfermée bon avec le covid c'était encore plus dur, et la production payait un livreur pour m'amener le repas le midi et le soir et j'avais l'impression d'être quelqu'un d'importante mais en même temps j'étais enfermée loin de tout, sur les réseaux j'avais le droit d'absolument rien mettre, donc euh c'est déjà psychologiquement t'es un peu perdu.

En étant « perdue » dans ce qu'elle qualifie de « prison dorée », Alice semble être placée hors du temps et de sa condition matérielle habituelle en étant « chouchoutée », Ce sentiment d'être déjà « quelqu'un d'important » (une personnalité publique), laisse cependant place à la désillusion lors de la fin du tournage. D'abord car les candidat.e.s retournent à l'anonymat, en sachant qu'ils vont devenir des personnalités publiques mais sans savoir comment ils vont vivre leur exposition et ensuite car ils retrouvent des conditions matérielles d'existence bien moins luxueuses.

Casteuse : Parce que tu sais... j'ai déjà entendu des candidats qui disaient que la psy leur disait « mais vous savez l'après c'est compliqué dans le sens où t'es dans une super villa, dans un autre pays où t'as à manger à l'œil où tu fais un tas d'activité, où t'es avec des gens de ton âge, tu tombes amoureux et puis au final tu te rends compte que t'étais pas amoureux, et puis d'un coup tu vas rentrer chez toi dans ta petite campagne et y a plus personne tu vois ». Et ça c'est hyper violent si t'es pas préparé tu vois. Et c'est pour ça que les test psychologiques on a besoin de savoir, c'est quoi ton entourage, est-ce t'as beaucoup de potes. Déjà j'ai rarement vu des candidats qui étaient de natures solitaires qui sont pas sociables qui ont pas 'fin voilà, parce que justement déjà ça collerait pas avec ce que tu vis dans le programme, puis ce serait dangereux parce que c'est quelqu'un que t'habitués à un certain confort et puis d'un coup plus rien, et ça c'est violent.

Moi : Est-ce que vous les préparez à l'après, entre le moment où ils tournent, et le moment où ils diffusent ?

Casteuse : C'est difficile de préparer quelqu'un parce que tu sais pas comment le public va recevoir, moi j'ai eu des candidates très honnêtement que j'aime beaucoup et qui sont détestées par le public. Et... ces personnes-là moi je... si tu veux sur le coup en ayant vu le tournage, moi je me dis bah c'est génial elle est top cette fille et au final le retour du public est pas du tout le même. Donc moi cette fille je peux pas la préparer lui dire « les gens vont t'aimer », ça reviendrait à lui mentir. Les gens vont t'aimer, ils vont t'adorer tu vas voir, fais attention à telle... fin à part.... non c'est dur de préparer quelqu'un parce que

justement c'est de la réalité, c'est pas... si y avait un scénario écrit tu sais que ÇA ça va émouvoir, que ÇA, ça va déplaire, que ÇA ça va plaire, et tu agis en fonction. Là c'est un peu euuh bah si X³⁹ elle s'est réveillée et qu'elle est mal lunée bah elle va agir euuh elle va être hyper à fleur de peau et ça va clasher, et quand ça va clasher les gens ils vont la détester et c'est dur de lui dire « tu sais ce que tu as fait y a 23 jours et bah quand ça va être diffusé bah les gens ils vont te lyncher ». Tu peux pas parce que... tu sais pas. Le seul truc euuh, pour te dire, j'ai des émissions où, ... j'ai des émissions où j'ai des candidats qui m'ont rappelé après et j'ai senti que... ils m'appelaient parce que euuh justement ils arrivaient pas à se défaire de ça de cet environnement où on était tous ensemble, où on était... Sur un *set* pour que tu te rendes compte y a les candidats et puis avec l'équipe technique on est presque 50 à passer, à se croiser 'fin voilà tu vois ça fait énormément de personne. Et quand t'as vécu comme ça dans... c'est comme quand tu vas en colo tu vois, t'as l'impression que tu t'es fait des amis pour la vie, que la personne dont t'es amoureux bah c'est une évidence, 'fin tout ce truc-là lié à l'enfermement et la promiscuité, tout est amplifié. Donc quand tout s'arrête tu sens que euh les coups de fil c'est un peu « tu m'aimes tjrs, tu te souviens de moi » fin voilà.

Lorsque la « promiscuité » et la vie en communauté dans un cadre luxueux démultiplie les sentiments, le retour à la réalité « dans ta petite campagne » peut être un vrai choc « hyper violent » pour certain.e.s candidat.e.s. À cela s'ajoute la pression de la diffusion, qui « 23 jours » plus tard, fait revivre publiquement à une personne ses agissements et ses émotions, avec la diffusion et la réaction publique qui n'est pas toujours positive. En cela, des actions qui peuvent sembler anodines sur le moment, une fois médiées et diffusées, prennent une place beaucoup plus importante : la monstration crée une réelle « humiliation ». Cette violence n'attend toutefois pas la diffusion pour être vécue, et peut venir de la production elle-même, comme me l'a confié Eva :

Moi : Est-ce que vous aviez un encadrement psy ?

Eva : Non moi ça a été des gros bâtards à la fin, pour te dire la vérité ils m'ont même pas payé le taxi de l'aéroport à chez moi, alors que quand t'as fait un bon programme, limite t'as une limousine qui t'attends quoi. Moi c'était un peu en mode « Aller, bon elle a fait son rôle, maintenant casse-toi euh, non toi tu dors pas à la villa ce soir, tu rentres direct. Aller, prend le premier avion », puis j'étais dans un hôtel de 3h à 5h du matin, à 6h j'étais à l'aéroport, 7h j'étais dans l'avion, euh 9h j'étais à Marseille, à l'aéroport qui est loin de chez moi, il a fallu que quelqu'un vienne me chercher quoi, parce qu'ils m'ont pas pris de taxi. Alors qu'à l'aller y a un taxi qui vient te chercher devant ta porte. Quand ils ont besoin de toi dans le script, là par contre t'es reçue en grande pompe, par contre quand ils veulent se débarrasser de toi c'est un peu la merde.

³⁹ Elle cite une candidate de télé-réalité actuellement très connue.

Le retour à la réalité en sortant du programme donne le sentiment, non pas d'avoir vécu une expérience, mais d'avoir été utilisée car la production avait « besoin [d'elle] dans le script ». Ce décalage entre le début du programme où elle ressent comme Alice le fait d'être « quelqu'un d'important » en étant « reçue en grande pompe », s'accompagne d'un dur retour à des conditions d'existence matérielles du quotidien, en mettant une limite rigide entre le tournage, et la sortie du tournage (« se débarrasser »), là où la télé-réalité demande un engagement très personnel des candidat.e.s. Cet « enrôlement subjectif permanent » (Martuccelli, 2017, 69) exigé par les entreprises dans le travail néolibéral se heurte parfois à ses exigences (notamment la contrainte économique, la contrainte du « script »), ce qui produit une forme de désenchantement pour les individus qui ont investi leur « implication subjective » dans une « forme particulière d'exigence de soi ». Ce désenchantement peut se poursuivre lors de la diffusion.

Ne pas se reconnaître dans sa personnalité publique...

Une inadéquation existe également, entre la façon dont les candidat.e.s se perçoivent elles-mêmes dans leur quotidien, et la perception qu'elles ont d'elles-mêmes dans le programme lors de la diffusion. Celui-ci s'explique de deux façons. D'abord car, dans le contexte du tournage, les candidat.e.s n'agissent pas comme elles le feraient d'habitude, lorsqu'elles ne sont pas sous le regard des caméras. Certaines caractéristiques sont accentuées, modifiées par le rapport à la monstration.

Moi : Est-ce que quand tu tournais, tu pensais à l'opinion du public, est-ce que les gens pensaient en général à ce que les autres allaient penser ?

Alice : Ouais, bah dans ta tête tu penses que la France entière va te regarder, donc c'est bête hein mais vu que t'es coupée du monde t'as aucune information.

Ici encore, c'est bien l'aspect disciplinaire de la monstration, par le biais de la caméra, qui est en jeu. : c'est par le jeu de regard que les candidat.e.s sont contraint.e.s. Sans avoir en tête que « la France entière [allait me] regarder, j'ai toutefois pu expérimenter à mon échelle ce rapport dissocié à soi par la pression de la monstration. En effet, en écoutant l'enregistrement de mon casting afin de le retranscrire, j'ai ressenti à chaque fois un profond malaise face à la personne que j'écoutais, qui était moi mais ne ressemble en rien à la façon dont je me perçois. Cet écart, entre perception de soi immédiate, et perception de soi médiatisée par un outil servant à sa diffusion (qui modifie les comportements individuels), peut être source de gêne. Ensuite, le décalage peut s'expliquer car la télé-réalité n'est pas seulement la captation et la diffusion de la

télé-réalité, mais la sélection et le séquençage de cette dernière. Dans cette mise en forme, je cite Eva, « tu n'es pas maître de l'image que tu renvoies », puisque ce sont les sociétés de production qui font ce travail de mise en scène.

Moi : Pourquoi toi t'as été castée ?

Eva : En fait au casting ils te brossent dans le sens du poil parce que ils te veulent en fait, donc moi ils m'avaient dit Ouais c'est bien t'as un profil hyper intéressant t'es grave ce qu'on veut on en a marre de voir tout le temps les mêmes profils, mais en fait à la fin c'est un peu hypocrite parce que ils te font croire que t'es spéciale, mais la vérité c'est que j'avais un physique différent, j'avais subi du harcèlement et que du coup c'était une aubaine pour eux d'avoir un profil différent et original et mon rôle dans l'émission sans que je le sache c'était de faire la *miskina*⁴⁰ en fait.

Cette mise en forme de la réalité se fait alors parfois au dépend des candidat.e.s qui, en plus de faire face à une perception d'elle-même déformée par la médiatisation, se font sur une image qui n'est pas la leur (ici, la figure repoussoir de la « *miskina* »). Cette inadéquation, qui produit de la violence psychologique par l'assignation à une figure repoussoir, n'est alors que le résultat d'une asymétrie fondamentale, d'une subordination entre les personnes filmé.e.s, et les personnes qui les filment, puisque « les techniques qui permettent de voir induisent des effets de pouvoir » (Foucault, 1975, p.173)

...lorsque c'est sa personnalité réelle qui a été exploitée.

Enfin, les dégâts psychologiques survenus à cause de la participation à un programme peuvent s'expliquer par la composante « réalité » de la télé-réalité. En d'autres termes, effectivement les sociétés de production « créent des situations pour faire réagir [les candidat.e.s] », mais ce sont avec leurs affects, leur personnalité, et leurs « traumatismes » qu'ils vont s'investir dans cette situation professionnelle qui consiste à les faire réagir. Eva me l'a confié en ces termes :

En fait ils m'ont forcé à parler de certains traumatismes d'enfance et tout et après ils m'ont dit aller casse-toi et ça j'ai pas trouvé ça normal tu vois, j'ai trouvé ça dangereux de faire ça honnêtement. Tu peux pas renvoyer les traumatismes de quelqu'un dans sa gueule alors qu'il était pas au courant et qu'il avait pas forcément la force d'en parler. Dire « oui on va te faire un coaching », puis « bon bah merci d'avoir partagé ton expérience, maintenant tu peux rentrer ». Euh non en fait ça se fait pas, pas comme ça, là c'est grave en fait ce que vous avez fait les gars.

⁴⁰ Figure repoussoir d'une fille qui fait de la peine

Le dispositif médiatique crée donc une situation pour les faire réagir, leur faire fournir un travail, qui se base sur des affects et des vécus intimes, ce qui peut être vécu comme une vraie violence. Ce dispositif télévisuel qui consiste en une quête de réactions peut alors mener à un climat violent entre les candidat.e.s

Moi : Et est-ce y a des trucs qui t'ont surprise une fois que t'y es rentrée, ou au contraire des trucs auxquels tu t'attendais et qui se sont confirmés ?

Esther : Le harcèlement qu'il peut y avoir dedans. Le comportement de certains candidats envers d'autres. Mettre de la crème dépilatoire dans un gel douche, sachant que les mecs se lavent quand même les cheveux avec leur gel douche des fois, donc euh il risque de perdre ses cheveux. Curer les chiottes avec sa brosse à dent, pisser dans une valise etc.

[...]

Moi : Tu me parlais de comportements de teubés, c'était quel type de comportement ?

Esther : Y a pleins de trucs, je sais pas euh y a plein de trucs, je sais pas exactement quoi dire mais... je sais pas comment dire. Genre euh une simple histoire de couple, ou euh, tu commences à créer un truc tout le monde va s'en mêler, c'est des trucs dans la vraie vie t'as du mal avec les gens qui s'immiscent dans ta relation. On te force à faire certaines choses, on te force à faire un massage, viens viens il sait pas nager on fait un truc pour lui apprendre à nager comme ça on parie un bisou des trucs comme ça tatati tatata. Oui mais il sait pas nager il a peur de l'eau on va pas le mettre dans l'eau pour lui apprendre à nager pour un bisou quoi, acceptez un petit peu les gens, pour moi c'est un truc de teubé. En fait tu respectes pas l'intégrité de la personne, tu sais très bien que la personne elle sait pas nager, elle a peur de l'eau et tu veux la mettre dans l'eau pour avoir, comme dit, un bisou de la personne. C'est.... *silence*

La recherche de réactions, spécifique au cadre de la télé-réalité (qui n'a pas lieu d'être « dans la vraie vie ») peut alors mener certain.e.s candidat.e.s à ne pas respecter « l'intégrité » d'autres candidat.e.s, créant des situations qu'Esther juge être du « harcèlement ». Ce harcèlement est également permis par l'asymétrie entre des candidat.e.s qui connaissent les codes, et des candidat.e.s plus novices.

Moi : Est-ce sur place ta façon de te présenter ou ton caractère ils ont changé, ta façon de te tenir,

Alice : Euh ouais, j'ai senti que... moi je suis quelqu'un de très caractériel, assez féministe je dirais, même si ce mot il veut plus trop rien dire maintenant, mais ouais j'ai vraiment des idées où je voulais être un peu... voilà la prod[uction] elle me voyait un peu voilà la petite blonde du sud, pas forcément débile, donc c'était un caractère assez intéressant pour remettre les mecs en place dans l'émission, sauf que t'as beau avoir ton caractère et être sûre de toi quand t'arrives et que y a des gens qui sont tracassés du cerveau et qui

veulent à tout prix faire des séquences, euh tu te dis que t'as beau avoir une éducation et un caractère en or, le vice tu pourras jamais le maîtriser. Surtout que moi j'ai eu affaire à des candidats qui regardaient tout le temps la télé et qui savaient comment chercher la caméra, chercher le problème et moi je me suis découverte impuissante sur le moment, je me suis découverte où je parlais pas je me suis laissée faire, je me laissais un peu piétiner dessus, et ça ouais c'est toujours étonnant.

Avoir affaire à des candidat.e.s qui connaissent les codes, qui « savaient chercher la caméra » l'a mise dans une situation plus qu'inconfortable, où elle se faisait « piétiner » par des gens qui savaient « chercher le problème » afin de créer de la réaction, donc du contenu exploitable pour les sociétés de production.

Ainsi, les limites de ce travail sont extrêmement solubles dans la vie privée. En tournage, les candidat.e.s fournissent une activité qui n'est pas spontanée, que ce soit en *in* pour réagir, ou en *off* pour faire absolument abstraction d'autrui. Hors tournage, être un.e candidat.e fait d'eux des personnalités publiques, ce qui étend considérablement leur domaine d'activité : publiciser leur personne est le cœur de leur activité, faisant qu'ils ne peuvent pas vraiment en sortir tant que leur notoriété les fait continuer d'exister dans la sphère publique. Ici, ce ne sont donc pas l'usage professionnel d'expérience privé (Trachman, 2015), puisque cadre privé et cadre professionnel sont deux sphères superposées et confondues. Cette superposition entraîne toutefois une détérioration de la santé mentale des candidat.e.s, qui n'est pas reconnue comme accident du travail pour autant. J'ai défini plus en introduction l'activité de candidat.e.s comme une « hyper-performance de soi agencée et mise en scène ». Toutefois, ce ne sont pas n'importe quelles performances qui parviennent à être représentées à l'écran.

III) Des performances typifiées.

Ici, on parlera de performances « typifiées », qui répondent à des idéaux-types, fonctionnant plus comme des répertoires de pratiques et de valeurs à objectiver (Butnaru, 2015) que comme associés à un type d'individus précis et immuable. Ces idéaux-types répondent à un besoin de différenciation, dans des cases pourtant prédéfinies.

A) Des enjeux de différenciation

Entre les programmes

Ces idéaux types sont d'abord le résultat d'enjeux de différenciation. Cette différenciation opère d'abord entre les programmes de télé-réalité de vie collective, en terme de dispositif

télévisuel, que les membres de sociétés de production avec qui je me suis entretenue nomment des « configurations ». Ces « configurations » sont autant de mécanismes qui vont segmenter les différents types de programmes de télé-réalité de vie collective entre différentes chaînes, différents candidat.e.s, et différents récits. Par exemple, dans la télé-réalité de vie collective, il y a des émissions de dating dans lesquelles les candidat.e.s changent entre chaque saison (La Villa des cœurs brisés, Les Princes et Princesses de l'Amour) ; des émissions portant juste sur des groupes de personnes avec des enjeux professionnels, dans lesquels les candidat.e.s sont souvent récurrent.e.s (Les Marseillais, Les Anges) ; et des émissions de compétition (Les apprentis aventuriers, Les Marseillais VS Le Reste du Monde). Cette différenciation est le résultat d'un marché audiovisuel très concurrentiel, dans lequel chaque programme doit trouver un équilibre entre respecter un type audiovisuel et en respecter les codes (afin de réduire les coûts et d'éviter au maximum les échecs donc les pertes financières), et innover en se différenciant des autres programmes (afin de susciter l'attrait du public) (Anderson, 2006 ; Hartley, 2003) Ces différences de « configurations » enjoignent des différences au niveau de la valeur que les candidat.e.s associent à chaque programme.

Candidate : Moi c'était compliqué j'avais Les Marseillais aussi j'hésitais un peu entre plusieurs propositions et j'avais opté pour le truc un peu plus « soft » entre guillemets.

Moi : c'était quoi tes modalités de choix, comment le recrutement s'est fait ?

Candidate : euuuh, en général c'est des casteurs, en fait les casteurs souvent peuvent travailler à leur compte, c'est un réseau où ils se parlent tous entre eux, il suffit que t'aies pas pris un candidat sur une émission bah l'autre il va l'appeler il va lui dire tiens elle elle a du potentiel etc, donc moi c'était à la base, je devais faire Love Island l'émission présentée par Nabila c'était un nouveau concept et moi j'adorais ça justement, 'fin tu vas voir un peu tout ce que je pense, mais moi j'aimais pas du tout la télé-réalité, j'trouvais ça vraiment 'fin bidon, et du coup j'adorais le concept un peu à l'américaine super bien filmée sur Amazon, donc j'étais trop contente, sauf que le projet a capoté parce que y a eu le Covid.

Selon les « configurations », il y a des émissions qui paraissent plus ou moins valorisantes. D'abord quant à ce qui y est représenté, ce qui est plus ou moins « soft » (faisant intervenir une notion de respectabilité) ; mais aussi quant à la façon dont c'est représenté, « à l'américaine hyper bien filmé ». Ici il y a bien un lien entre la valeur que l'on accorde au dispositif plus ou moins « bidon », et la valeur que la candidate va pouvoir en retirer tout en gardant sa respectabilité dans des programmes plus « softs ». À différentes configurations, appelées par les impératifs de différenciation du marché des industries culturelles, s'associent différentes normes et valeurs.

Entre les candidat.e.s

À cette différenciation entre les programmes s'ajoute la différenciation entre les candidat.e.s, qui s'appliquent à eux comme des produits culturels, des « marchandises totales » (Morin, 1972). Gilles Segré (2006) l'affirmait en ces termes : « Les jeunes participants sont tous égaux et semblables, même si le « personnage » qu'ils représentent est bien marqué, parfois caricatural. Ils sont effectivement « lofteurs » avant d'être la « petite bourgeoise », l'« amoureuse de la nature », le « beau gosse », la « vamp fragile » etc. ». Ces personnalités-types, marquées au singulier, montre à la fois le besoin de typification des performances, mais aussi l'impératif de différenciation : en d'autres termes il ne peut pas, dans un même programme, avoir deux petites bourgeoises, deux beaux gosses, deux amoureuses de la nature. À ce propos, Eva me signalait en parlant de son casting que les productions « adaptent un petit peu leurs histoires selon les candidats » car « ils mettraient pas que des gens énervés ensemble ce serait horrible ». Chaque personne est alors sélectionnée pour représenter un personnage type, et livrer aux caméras une performance typifiée :

Casteuse : Bah écoute pour moi ce qui va marcher dans un programme comme Les Marseillais, c'est les histoires d'amour, les clashes, et un peu le côté bouté en train. [...]

Donc moi dans mon casting je vais choisir euh une meuf qui a pas froid aux yeux, c'est con mais c'est ça, une meuf qui est très très à l'aise avec son image. Donc tu cherches ta nana qui a pas froid aux yeux, ton mec un peu euh un peu pareil tu vois qui aime draguer, et le bon copain, ça c'est un peu le cocktail qui marche pour une émission de télé-réalité.

Le « cocktail qui marche », c'est donc un ensemble de personnage constituant le répertoire des candidat.e.s de télé-réalité, qui limite nécessairement d'abord le type de personne qui va être sélectionnée, mais aussi la façon dont ces personnes seront représentées à l'écran. Lorsque j'ai passé mon casting, j'avais moi-même choisi au préalable un type de personne auquel m'affilier, en me fiant à des candidat.e.s de télé-réalité avec lesquelles j'avais le plus de ressemblance possible. J'avais choisi Victoria Mehault, et Chani Lenglet, qui répondent toutes deux à ce que je perçois comme un même type de candidat.e.s. C'est celui d'une fille jeune, aspect qui est mis en valeur par son aspect enfantin, et avec une personnalité un peu « décalée », ce qui pouvait notamment servir à justifier la façon dont je m'exprime et je m'habille (qui ne correspondent pas à d'autres types de candidat.e.s, comme la cagole, sur lesquels je reviendrai plus tard). Cette stratégie semble avoir porté ses fruits pour la première partie de la sélection, puisque lorsque la casteuse m'a appelée, elle m'a dit que c'était car elle appréciait mon côté « mode et atypique »,

me confirmant par là à mon sens, que j'avais réussi à m'affilier à un type de candidat.e.s déjà présente dans le répertoire de la télé-réalité. Ce qui a par ailleurs pêché, il me semble, dans mon casting, est que je n'arrivais pas à correspondre pleinement à ce personnage type, car je suis certes jeune, mais pas d'un ethos particulièrement enfantin, extravagant ou extraverti. Ma « sur-performance » de moi-même n'avait pas l'ensemble des qualités nécessaires à me différencier d'une autre performance-typique. Cette segmentation des individus en attributs-types est l'un des facteurs pouvant conduire à une « sur-performance » : « Parfois, lorsqu'un salarié est embauché en fonction de son identité hors travail (genre, âge), il se trouve devant la difficulté de dissocier 'son travail', ce qu'il fait, de ce qu'il 'est' hors travail. Pour ces salariés, l'identification de soi au rôle professionnel peut être d'autant plus sensible que pour jouer leur rôle au travail, ils doivent justement montrer qu'ils 'sont' ce qu'ils 'font', ou en tout cas mobiliser activement des dimensions identitaires. Ce qui les oblige souvent à sur-accentuer leurs marqueurs identitaires : leurs bonnes manières, leur féminité ou masculinité, leur beauté ou leur ethnicité. Mais en voulant jouer à ce qu'ils ont, certains finissent par dérapier dans l'identification à leur stéréotype ». (Martuccelli, 2017, p.73). C'est ainsi qu'une sélection pour des caractéristiques-types « beauté », « ethnicité », mais aussi âge, personnalité, contraint les candidat.e.s à accentuer ces mêmes caractéristiques, ce qui produit d'une part le renforcement des types, de l'autre une aliénation à ces caractéristiques hors-travail (elle-même renforcée par la confusion entre identité personnelle et professionnelle).

Ce qui la fait ressembler à toutes les industries culturelles

Cet impératif de différenciation intra et inter télé-réalité de vie collective est loin de lui être spécifique, car il est le propre de toutes les industries culturelles, mais cela contrevient pour autant à l'impératif d'authenticité qui est au cœur de la télé-réalité. Il y a donc une sorte de revendication professionnelle qui met à distance les « clichés » d'hier dans la télé-réalité, qui n'auraient plus lieu d'être comme l'affirmait Jules :

Moi quand je regardais la télévision euh et que j'ai découvert la télé-réalité et que j'étais encore simple téléspectateur, on a tous connu Loana, Jean-Edouard, vas-y voilà, et des gens qui étaient un peu bien dans des cases, qui répondaient bien à des clichés de stéréotypes, et qui étaient bien là voilà pour remplir leur rôle, et qui étaient bien définis qui voilà, et qui étaient, dont on avait pas plus d'attente que ça. Quand tu regardes aujourd'hui un épisode de Loft Story, ça n'allait pas plus loin que ça, c'était des gens qui étaient là toute la journée à manger boire et dormir, et qu'on regardait simplement vivre et y avait pas d'autres attentes. Aujourd'hui c'est plus,... on est plus du tout dans ce cas là. Déjà dans les castings qui sont fait aujourd'hui, rien que quand on fait les sélections des candidats ne seraient-ce que dans les castings en amont, on ne cherche plus du tout les

clichés de la société qui n'existe plus. Je trouve qu'une émission de télé-réalité, son casting évolue toujours un peu avec son temps. C'est à dire qu'effectivement avant t'avais le cliché de la blonde, t'avais le cliché de l'homo, t'avais le cliché de machin, aujourd'hui c'est plus la même chose, t'as plus ces clichés là, on s'efforce toujours d'être avec des gens qui sont toujours un minimum, plus représentatif de la société actuelle. T'as plus vraiment la blonde aux gros seins écervelés, t'as plus le mec bodybuildé qui vient et qui pense qu'au cul voilà on est plus là-dedans.

Cette revendication de modernité, de changement, est une forme de réponse aux critiques de la presse sur la prétendue standardisation des candidat.e.s (étudiées plus haut), qui en reprend les termes et y oppose une « nouvelle » télé-réalité qui aurait pris compte ces critiques (Nadaud-Albertini, 2013). En soit, que le contenu des performances-types ait évolué ou non, les candidat.e.s restent relativement typifié.e.s. En d'autres termes, le répertoire a pu s'élargir avec le temps, mais il n'en reste pas moins un répertoire, donc un ensemble de catégories figées et limitantes.

B) Entrer dans un stéréotype: “des physiques et des personnalités”.

Intéressons-nous maintenant au contenu de ces stéréotypes, en précisant deux choses. D'abord, que les idéaux-types que je vais énoncer ici ne concernent que les candidates, car ce sont à elles que je me suis largement plus intéressée ; ensuite, que ceux je vais citer ici n'ont en rien vocation à être exhaustifs. Ce sont les performances-types dont mes enquêté.e.s m'ont le plus parlé, de façon plus ou moins explicite. Ce sont des « physiques et des personnalités » (des dires de la casteuse avec qui je me suis entretenue) qui fondent la sélection des candidat.e.s

Des physiques normés.

Le casting de télé-réalité, « première épreuve » (Segré, 2006), est une étape charnière de sélection des candidat.e.s et de ce qui va être montré à l'écran. Lorsqu'elle m'explique « prendre des physiques », la casteuse ne parle pas de n'importe quels physiques :

Moi : Tu pourrais me décrire une bonne candidate du coup ?

Casteuse : [...]

Et puis physiquement.... *silence* bah c'est de la télé tu vois donc c'est de l'image : les belles meufs, et quand elles sont pas euuh, parce que tu as... « belle » c'est subjectif tu vois et ce que j'aime bien dans la nouvelle télé, c'est qu'on commence à de nouveau vouloir du naturel. Donc une meuf qui va avoir euuh ... ouais c'est particulier, tu vois je cherchais un exemple de candidate tu vois et j'ai pas... ouais non j'ai pas, peut-être qu'elles

ne se présentent pas d'elles-mêmes. Oui bon ça on peut pas nier, on cherche des candidates jolies, des candidats beaux-gosses.

« Des candidates jolies, des candidats beaux gosses » ce sont donc des physiques (hétéro)normés selon les standards de beauté occidentaux jeunes actuels, et ce même dans la « nouvelle télé » au vu du malaise de mon interlocutrice qui ne parvient pas à trouver de contre-exemples de candidates qui ne seraient pas « belles ». C'est donc bien un certain type de physique, qui correspond aux standards de beauté qui est sélectionné

Des personnalités bien définies.

La valorisation de personnalités passe par la valorisation de comportements, qui peuvent se regrouper en trois idéaux-types comme l'évoque Esther :

Moi : Et euh selon toi comment on fait pour avoir du succès dans la télé-réalité ?

Esther : Tu sors des conneries et tu fais des histoires d'amour et des histoires de clash (rires).

Faire « des conneries », « des histoires d'amour » et « des clashes », sont en somme les trois idéaux-types de comportements valorisés dans la télé-réalité de vie collective.

Commençons par le premier idéal-type : faire « des conneries ». L'objectif ici est de faire rire les téléspectateur.ices, les distraire (ce qui correspond bien à la fonction de divertissement de la néo-télévision), parfois même « on se marre [des candidates] à leurs dépens », pour citer Jules. Pour avoir du succès, les candidates doivent accepter d'être moqué.e.s ce dont elles peuvent jouer afin de gagner en notoriété, quitte à ce que ce gain se fasse par des critiques.

Moi : Je pensais au fait que tu disais leur vie [celle des candidates] leur appartient...

Casteuse : Euuuh du côté, bah tu vois par exemple euh moi Maeva⁴¹ parce que euuh pour moi c'est la bimbo par excellence, Maeva Ouais elle joue de son côté bimbo euuh Maeva quand tu vas lui dire des p'tits trucs tout cons genre « Aaah Maeva euh là y a ci y a ça, faut pas montrer tes fesses y a les trucs et tout » (s'exclame) « Ah mais je les fais bander moi les mecs » et ça c'est pas, c'est pas, c'est pas devant les caméras, c'est vraiment en off, c'est vraiment elle et sa manière de penser, de parler, mais derrière Maeva c'est pas la candidate qui s'est le plus mise en couple tu vois. On l'a connu avec deux ou trois mecs en 5 ans de télé tu vois. Même nous qui ne sommes pas filmés j'ai eu plus de copains qu'elle, mais ça lui plaît d'avoir cette image où elle est tout le temps à

⁴¹ Maeva Ghenam, candidate à succès des *Marseillais* depuis 2018.

poil, mais Maeva elle fait très attention à ce qu'elle fait et avec qui elle le fait oui c'est son créneau. Et tu vois je te dis encore une fois euh c'est une fausse débile Maeva au même titre que Nabilla, je te dis pas que ce sont des personnes les deux, après j'ai jamais rencontré Nabilla, .. Maeva je te dirai pas que c'est quelqu'un avec qui tu peux discuter de géopolitique, mais euh elle a une finesse dans la manière de penser, elle a une finesse d'esprit où tu te dis ouais elle sait ce qu'elle fait. Et donc elle fait la fausse, fin tu vois c'est je montre mes seins d'abord, j'ai une immense euh j'ai une super grosse bouche j'ai... mais derrière sur le téléphone c'est et les avocats et les comptables et les business et puis tu vois ce que je veux dire, donc oui je pense que elle sait qu'on est dans une ère où on aime critiquer, qu'elle accepte de se faire critiquer tant que ça rapporte.

Moi : Comment tu le vois qu'elles en jouent, comment ça se traduit ?

Casteuse : Tu le vois quand... tu sais bon bah... tu le vois quand tu vas discuter avec quelqu'un hors caméra, tu vois y a plus de caméra ça tourne plus c'est un moment de « off » où la personne est hyper sensée, elle t'as décrit un plan de carrière qu'elle voulait puis voilà et une fois que les caméras reprennent, bah elle paraît presque écervelée tu vois et quand euh on te dit *prend une voix bête, *i.e* plus aigüe, plus lente* « elle veut jouer la mac avec moi mais moi je suis un computer » *silence et rires*, tu sais que tu vois, tu sais que c'est pas la meuf avec qui tu discutais la veille, mais parce qu'elle sait que les gens ils vont la critiquer dire qu'elle est super conne, c'est pas grave tu vois. Et elle est super conne et cette phrase elle est reprise et reprise et reprise, qu'on la critique ou qu'on l'apprécie, que ça nous fasse rire ou non, et ces gens-là quand ils deviennent influenceurs ils sont aussi payés au prorata des vues tu vois. Donc oui tu le sais qu'ils en jouent ou mm quand ils te disent *même voix aigüe* « Mais de quooooi euh une mandarine, une mandarinoi » fin tu sais qu'en 25 ans de vie t'as déjà entendu « une mandarine » et que on voit, on sait que ouais là tu fais la débile quoi.

Ici, cette casteuse fait une grande différence entre la vraie personne, et la « fausse débile » que cette candidat.e accepte de jouer car « c'est pas grave », « ça rapporte ». Cette typification est « son créneau », celui qu'elle a accepté d'exercer afin de gagner en notoriété en jouant sur le stéréotype misogyne de la « bimbo » « débile » qui « montre [ses] seins d'abord.

Le deuxième idéal type de comportement est celui de la séductrice, du moins d'une personne qui est ouverte est disponible pour une relation sentimentale devant les caméras. À mon casting notamment, on m'a posé beaucoup de questions sur « mon parcours sentimental », mon « orientation sexuelle » et « ma sexualité », sur « quelle sorte de personne j'aimerais bien rencontrer », si j'avais « confiance en moi » et si j'étais « avenante » ou si je préférais « que l'on vienne vers [moi] », si j'avais envie de « rencontrer l'amour ». Toutes ces questions, au-delà d'être très intrusives, servaient à déterminer si, d'une part j'étais ouverte à l'idée d'avoir une histoire d'amour dans ce programme, de l'autre si mon histoire allait avoir du « relief »

Moi : et qu'est-ce qui marche le mieux en terme de candidat.e.s ?

Jules : [...]

sur d'autres émissions comme euh je sais pas moi euh 10 couples presque parfait où c'est des gens anonymes qui viennent chercher l'amour bah tu vas chercher des gens qui sont un peu plus sincères, des gens qui sont un peu, qui ont vraiment une vraie histoire à raconter, par exemple une nana qui euh a des blocages parce que elle a du mal à faire confiance aux autres parce qu'elle a eu des mauvaises expériences par le passé amoureuses, parce que c'est une histoire qui est intéressante, auxquelles plein de gens peuvent s'identifier, ça va avoir du relief dans ses histoires d'amour, donc tu vas avoir des gens, tu vas chercher des gens qui te racontent des choses en fait.

Une histoire peut alors « avoir du relief » de deux façons. Soit par la figure typique d'une jeune femme froide, qui se serait faite briser le cœur et qui attendrait la bonne personne pour se libérer de « ses blocages », qui est celle que Jules décrit ici, et la séductrice qui « n'a pas froid aux yeux » que décrivait la casteuse un peu plus haut. Cet idéal-type là est cependant à penser de façon relationnelle, car pour avoir une histoire d'amour il faut généralement être plus de deux.

Moi : Et du coup est-ce que t'as une façon différente de caster les mecs et les meufs ? 'fin même en terme de lieux, d'approche, je sais pas

Casteuse : Huuum une meuf et un mec euuh pour moi encore une fois pour le programme ça va dépendre. Si je te parle typique télé-réalité, je casterais de la même manière dans le sens où j'ai besoin de voir si la personne est avenante quelle qu'elle soit, ça sert à rien de caster des mecs hyper dragueurs, hyper séducteurs si derrière t'as des meufs qui sont hyper réservées tu vois. Il faut quand même un truc de... de de connexion tu vois. C'est comme euuh j'sais pas t'essaies d'imaginer ils seraient beau ensemble, ça ferait un beau couple.

Les candidat.e.s sont alors toujours pensé.e.s les un.e.s par rapport aux autres, dans une perspective de couple (très majoritairement hétérosexuel), montrant bien l'importance que les histoires d'amour ont dans les programmes de télé-réalité de vie collective.

Enfin, les candidates se doivent d'avoir du « caractère », expression qui est revenue systématiquement dans mes entretiens, associée aux mots de « clashes », d'« embrouilles », ou des qualificatifs d'« explosif », de « fort » caractère. Avoir du caractère c'est donc en imposer, « avoir le sang chaud » (extrait d'un entretien avec la casteuse) ne pas se laisser « piétiner » comme précisé par les dires d'Alice. Il me semble qu'il y a deux figures fortes dans la télé-réalité qui « ont du caractère » : la *beurette* et la *cagole*. Ces deux figures stigmatisées à l'intersection entre genre et (respectivement) race et classe, peuvent être utilisées par les candidat.e.s car signifiant des éléments valorisés dans le champ professionnel de la télé-réalité. On définit les *beurettes* comme des jeunes femmes maghrébines qui, dans une logique

intégrationniste (donc comparées à la féminité blanche et bourgeoise), font face à un « défaut d'intégration » (Guénif-Souilamas, 2005 ; Majnouna, 2020). L'appel à une arabité (réelle ou supposée comme cela a pu être le cas pour Milla Jasmine, candidate à succès) par la figure de la *beurette* produit une typification à succès dans la télé-réalité. Le succès de cette typification peut s'expliquer par la valorisation dans la télé-réalité d'une certaine forme d'excès, que ce soit au point de vue physique et du caractère, qui garantit au programme d'être animé par des *clashes* et provocations en tout genre. La caution de cet excès serait le côté « naturel », « spontané » des *beurettes*, qui de par leur « défaut d'intégration » (voire de civilisation) ne sauraient pas se « contrôler », et auraient des caractères débordant, « sincères », ce qui est là aussi une caractéristique valorisée dans la télé-réalité pour l'ensemble des candidat.e.s. Pour les *cagoles*, la classe fonctionne relativement de la même façon. Catherine Tourre-Mallen (2021) parle alors d'un « excès assumé », d'une féminité qui serait « trop tout », qui hausse le ton et qui n'hésite pas à déranger. Hors, dans la télé-réalité déranger est plutôt un atout, car cela permet de créer des « embrouilles », des « *clashes* ». Que ce soit pour la figure de la *cagole*, ou de la *beurette*, des positions stigmatisées dans l'espace social peuvent être mobilisées comme des atouts dans le champ de la télé-réalité en ce qu'elles sont des garanties, à la fois d'un programme animé, et d'authenticité.

Ainsi, les candidates sont limitées à des performances typifiées, qui forment un répertoire des types de féminités acceptées dans la télé-réalité. Ces typifications ont pour racine des stéréotypes sexistes de longue date, notamment en ce qui concerne les femmes au travail. On observera maintenant la place de l'(auto)contrainte, dans l'imposition de ces performances-types.

C) Des contraintes rentables.

Ces performances types peuvent d'abord s'imposer par la production de façon ascendante, quitte à orienter les comportements des candidat.e.s. Une « bonne candidate », c'est alors celle qui se laisse orienter :

Moi : Et selon toi une bonne candidate c'est quoi ?

Esther : Une bonne candidate c'est une candidate qui serait prête à dire oui à tout à la prod[uction]. Quand la prod[uction] te dit va l'embrasser, va faire une histoire, va faire ci, va faire ça, elle dit oui. Moi on m'l'avait demandé d'embrasser un mec ou de lui faire un massage et j'ai dit non. Et je savais qu'après j'allais être dégagée à cause de ça.

La production incarne alors une autorité hiérarchique à même de licencier (d'éliminer) la candidat.e, pour ce qui semble constituer une faute où l'employé.e ne remplit pas son devoir professionnel (*i.e* ici « embrasser » ou « faire une histoire»). La télé-réalité façonne alors la subjectivité des participants en les poussant à se conformer à des rôles préétablis, des actions et donc et à des identités construites par la production. Les participants sont encouragés à adopter des comportements sensationnels ou à se mettre en scène d'une manière spécifique afin de générer des conflits, des émotions fortes ou du divertissement. Cette production de subjectivité contribue à la construction de nouvelles normes sociales et à la perpétuation de certaines formes de contrôle social, ce qui est l'une des caractéristiques des instances disciplinaires (Foucault, 1975, chap. 2). Les sociétés de production restent néanmoins liées aux chaînes de télévision par un impératif de rentabilité, les enjoint à prendre le minimum de risque possible, et donc à s'en tenir à des scripts routiniers à la télévision :

Moi : Mais du coup tu disais tu te décris comme féministe, euh c'est pour ça que t'as été castée ?

Alice : Ouais, j pense parce que globalement dans tous les personnages qu'y avaient au moment où moi j'étais, y avait, y en avait qu'une « comme moi » entre guillemets, et au final c'est pas spécialement..., c'est pas ressorti sur l'émission parce que je suis tombée sur un mec qui voulait juste faire de la télé et qui a utilisé la nana voilà, mais c'est dommage parce que les productrices, je me suis bien entendue avec elles, elles adoraient l'image que j'étais mais elles ont essayé de le faire ressortir, mais je pense que le problème il est budgétaire. On sait ce qui marche et ce qui marche pas à la télé tout simplement

[...]

Moi : Et pourquoi t'as arrêté la télé-réalité ?

Alice : Parce que je voulais pas être conditionnée et devenir ce que j'étais pas, je l'avais déjà vécu sur le tournage, et c'est la raison un peu de ton sujet, de ton mémoire, c'est que tant que y a pas la place et un montage vidéo qui est un peu trop poussé vers du sexisme ou autre fin, un côté budgétaire on va dire, moi ça me plaît pas.

Moi : un côté budgétaire ?

Alice : oui c'est plus rentable en fait, tu sens vraiment que la télé c'est très stéréotypé parce que ça marche. C'est tout le temps les mêmes histoires, c'est tout le temps les mêmes problèmes en fait quoi. C'est la nana qui se fait tromper, c'est jamais la femme qui trompe le mec, c'est incroyable, c'est tout le temps la même chose, et moi j'ai pas envie d'être conditionnée comme ça, j'ai envie d'allumer ma télé et de voir des choses drôles voilà.

Malgré une tentative de diversification par les productrices avec une candidate féministe, Alice est ici rattrapée au montage (donc a posteriori) par les impératifs de typification de la télévision,

avec une performance-type dont les producteur.ices savent déjà qu'elle « marche », qu'elle reste du « côté budgétaire ». Cet impératif dans le façonnement de la subject, soumis à un impératif économique, est d'ailleurs ce qui conduit à sa sortie de carrière de candidat.e. Sortir de ce qui est « stéréotypé », c'est alors prendre le risque de ne pas être « rentable ». La contrainte de la production sur les candidat.e.s n'est alors que la continuité d'une contrainte budgétaire de la télévision, et plus largement, des industries culturelles. La contrainte peut par ailleurs se muer en autocontrainte, faisant des candidat.e.s des personnes « conditionnées ». Cette autocontrainte peut se faire par imitation d'autres candidat.e.s plus expérimenté.e.s

Moi : Et est-ce y avait d'autres candidates qui prenaient ça plus au premier degré, plus investies, qui étaient vraiment rivales ?

Esther : Y en a deux trois, parce que elles pensaient vraiment que c'était le vrai monde du réel en fait, que c'était la réalité et comme ils pourraient en fait..., ouais elles pensaient que c'était réel que y avait pas de... pas forcément, même si y a pas de texte et que c'était pas acté quoi. À force euh la première semaine. Peut être tu vas être naturelle quand t'as jamais fait de télé, mais quand tu vois comment ça marche, tu prends ton rôle et tu sais ce que t'as à faire en fait.

C'est comme quand tu commences un nouveau travail, la première semaine t'es en apprentissage tu regardes t'observes et tu fais à peu près pareil, et la deuxième semaine tu sais comment ça fonctionne et tu joues le rôle et tu travailles comme on t'as dit de travailler, et tu fais ce que t'as à faire en fait.

Au fil du programme, les candidat.e.s deviennent de moins en moins « naturelles », mais plus elles font de la « télé », plus elles avancent dans le programme, plus elles acquièrent la socialisation professionnelle adéquate, comme dans un « nouveau travail ». Cette typification est une normalisation des comportements, à laquelle les candidat.e.s doivent se soumettre sous peine d'exclusion symbolique (ne pas être filmé.e.s, ou être mis.e.s à l'écart du programme) et matérielle (être licencié.e.s). Acquisition d'une expertise de candidat.e semble alors aller de pair avec perte d'authenticité et typification de la performance quand chacun.e fait « pareil » que l'autre. Cette socialisation explique alors notamment la sélection, en amont, de profils dont on sait qu'ils seront plus rentables : ce sont celles qui répondent déjà au type attendu, qui auront le moins à normaliser leurs comportements, et qui auront le moins besoin de contraintes, ce qui leur ferait conserver plus de naturel.

Ainsi, nous avons vu que les candidat.e.s sont engagé.e.s pour performer des identités typifiées, sous contrainte de la production qui y voit une forme d'exigence professionnelle. Ces stéréotypes sont au cœur d'enjeux de différenciation et de standardisation propres aux industries

culturelles, auxquels la télé-réalité ne fait pas défaut. Ce qui filmé est donc une réalité sous contrainte, subordonnée à des impératifs, notamment budgétaires. C'est donc un certain type de personnalité que l'on sélectionne et que l'on rémunère. Néanmoins, ces dernières sont engagées pour effectuer une activité. On s'intéressera donc maintenant aux types d'activité réaliser dans le cadre de leur profession. L'activité est la troisième composante qui permet d'établir un contrat de travail, et il s'agira ici d'en rendre compte. Cet aspect est particulièrement heuristique, puisque lors du procès, la nature de cette activité n'a été que très peu explicitée. Faire de la télé-réalité, c'est alors réaliser un vrai travail de soi sur soi, les performances filmées n'étant pas ad hoc.

CHAPITRE 3 : Avoir la performance de soi comme travail.

Dans ce chapitre on s'intéressera à l'activité qui fait le travail de candidat.e.s de télé-réalité. Que font-ils lorsqu'ils participent à un programme, quelles sont les tâches qu'ils doivent effectuer ? Il faudra alors d'abord évoquer le rôle central que tient l'objectif de monstration dans leur travail, pour ensuite étudier le travail de mise en forme de soi que cet objectif induit, qu'il faut cependant concilier avec l'impératif d'authenticité.

1) L'objectif de monstration : être filmé.e et diffusé.e

A) Une sélection du réel.

Tout d'abord, il faut souligner que, même si ce qui est filmé est « la vie au quotidien » (pour citer Jules), ce qui est montré ne l'est pas. En effet, le montage opère une sélection de ce quotidien (déjà spécial, car opérant sous des fortes contraintes de typification), afin de n'en garder que certains éléments qui valent d'être montrés. Le tri s'effectue sous un angle éditorial choisi, comme me l'expliquait Jules :

Nous déjà quand on fait une émission. L'idée c'est pas de tout tourner, de tout raconter de toutes façons c'est pas possible sinon on ferait des émissions de 3h, 5h, 10h, euh sur euh, 'fin tu vois quand t'as 12 personnes qui vivent en même temps dans une villa bah tu peux pas raconter tout ce qu'il se passe et tout ce qui existe c'est pas possible. Et c'est pas le but parce que ça intéresserait personne. Donc ce qu'il se passe c'est qu'il y a des choix, et ça fait partie de mon travail, c'est que y a des choix au niveau de ce qu'on fait. C'est nous qui faisons le choix de mettre l'accent sur telle histoire ou telle histoire, ou tel personnage, ou tel personnage. Et à partir de ce moment là en fait si tu veux, nous on s'arrange pour avoir le contenu nécessaire qu'il nous faut pendant que nous sommes là.

Jules fait état d'une sélection de la réalité qui sinon, filmée de façon exhaustive, représenterait trop d'éléments et d'informations. Les éléments sélectionnés sont ceux du triptyque « humour/clashes/histoire d'amour », évoqué plus haut, opérant alors une survalorisation de certains éléments du « quotidien », au profit d'autres qui seraient moins intéressants. Ainsi, après avoir passé le casting et avoir été sélectionné.e.s pour participer au tournage, les candidat.e.s doivent s'assurer de faire partie des « personnage[s] » choisis par l'équipe

éditoriale. Ces personnes seront celles qui seront le plus filmées, donc les plus montrées à la télévision. Être filmé.e.s c'est alors la première des conditions à la notoriété :

Moi : comment on fait pour avoir du succès dans la télé-réalité ?

Eva : Ouais, dans la télé-réalité en fait t'as du succès si t'es beaucoup montrée à l'écran en fait déjà. Donc t'as du succès si tu fais des histoires à l'écran. Y a beaucoup de gens je sais pas si t'as remarqué ils ont une mauvaise image au début, puis dans leur deuxième tournage d'un coup ils se montrent gentils, puis les gens sont là « ah j'ai changé d'avis sur machin ». En fait au début y en a ils existent à travers les clashes ou... ou des histoires un peu de merde, et après ils se relavent un peu l'image. Ouais y en a ils réfléchissent beaucoup hein... le but c'est d'être beaucoup filmé.

« Être beaucoup filmé », c'est avoir la garantie d'être « beaucoup à l'écran », ce qui est la première étape du succès donc de l'acquisition de notoriété. Cependant, cette notoriété n'est pas la garantie de la popularité, d'où la nécessité pour les candidat.e.s qui n'ont pu exister que par des « histoires de merde » (*i.e* à la valeur sociale peu élevée), de « laver leur image » afin de gagner en respectabilité après avoir déjà acquis un certain “capital de visibilité” (Jehel, 2018).

B) Comment alors exister à l'écran ?

Les candidat.e.s doivent alors user de stratégies diverses pour « exister » à l'écran, *i.e* être filmé.es, puis gardé.es au montage. Ce qui est plus aisé pour des candidat.e.s à la notoriété installée l'est beaucoup moins pour des candidat.e.s novices, qui participent à leur premier programme (comme c'est le cas de mes trois enquêté.e.s). L'une des stratégies est alors de profiter du capital symbolique ou “capital de visibilité” (*ibid*) d'un.e candidat.e plus ancien.ne, qui aura plus facilement la caméra sur ellui, pour acquérir à son tour de la notoriété par une forme de ruissellement.

Moi : Et comment tu faisais pour avoir la caméra sur toi justement ?

Eva : Déjà j'étais un petit peu avec X⁴² qui me protégeait un petit peu pendant le tournage parce que on avait eu cette connexion ce feeling qui fait que euh il avait pas envie que je parte, et du coup euh dès que lui il avait un problème avec sa copine par exemple, il m'incluait dans des séquences, c'est à dire qu'il disait « je vais me confier parce que ça va pas trop, Eva tu peux venir me parler ? », comme ça voilà c'était un moyen pour moi d'exister dans le programme. Ou alors il allait me faire exister il allait dire « Alors y a un prétendant qui te plaît blablabla », parce que lui il savait que c'était une grosse tête, qu'il

⁴² Cite un candidat très connu, ayant participé à plusieurs émissions entre 2018 et 2021.

avait facilement la caméra sur lui, et que de parler de moi, bah ça me faisait un peu vivre dans le programme.

« Exister dans le programme » n'est ici pas tant le fait d'aptitudes professionnelles propre à une personne, mais celui d'une collaboration où un candidat plus doté (ancienneté et notoriété) mets à profit d'autrui ses capitaux. Eva peut ainsi exister en quelque sorte par procuration.

La seconde stratégie identifiée est celle de l'amplification des vécus, et surtout de leur récit.

Moi : Tu te rappelles des questions des journalistes ?

Esther : C'est toujours des questions orientées sur la journée sur les autres couples, qu'est-ce que tu penses de ton prétendant, qu'est-ce que tu penses de ta rivale, de ci, de ça, comment ça s'est passé, comment t'as ressenti que la villa elle est trop belle quand t'es arrivée. Honnêtement quand t'arrives dans une maison t'en as rien à foutre. *Prend une voix plus aigüe et lente, que j'identifie comme bête* « Ahh la villa elle est trop belle elle est magnifique, haaan y a une piscine tu te rends compte et tout ». Mais tu sais très bien que tu vas aller dans une villa qui aura tout ça, mais t'es obligée d'amplifier les choses pour euuuh. Et en gros j'avais aucune rivalité avec ma rivale aussi à la base. Mais on est obligées de jouer le jeu pour dire, pour vendre le truc quoi.

« Jouer le jeu », semble surtout ici « surjouer » le jeu, notamment lorsqu'elle imite une version d'elle-même plus « bête » qu'elle ne l'est en faisant semblant de s'extasier devant la maison lorsqu'elle n'en a « rien à foutre ». Cette stratégie va dans le sens de l'hypothèse de « sur-performance » formulée en introduction, avec une amplification de soi pour « vendre » sa personnalité aux producteurs afin que ces derniers sélectionnent les candidat.e.s dans leur ligne éditoriale lorsqu'ils font leur « marché en fonction de ce qu'il se passe [dans la vie en communauté] ». Cette pression est induite notamment par la présence de caméras, qui réifie et amplifie les comportements (Foucault, 1975, Martucelli, 2017). Ce « marché » se fait sur un critère majeur :

Moi : Comment tu sélectionnes toi ce que tu racontes, c'est quoi tes modalités de choix éditoriaux ?

Jules : Bah en fait on va s'axer sur les histoires les plus fortes. Tu vois y a une différence effectivement entre euh on s'est disputé parce que t'as mangé le dernier œuf dans le frigidaire, et euh je suis amoureuse de toi et je suis dingue de toi quoi voilà. On fait une espèce de graduation dans les histoires parce que forcément il se passe plein de choses, mais euh bah comme je t'ai dit on peut pas tout raconter donc déjà on fait des choix en fonction de ce qui est le plus fort, de ce qui peut euh, se tenir un peu sur la longueur, parce que, c'est ça aussi. C'est des histoires qui on le sent peuvent évoluer. Parce que si

c'est juste une histoire qui est une mèche d'allumette, qui s'arrête et qui s'éteint au bout de une heure ou deux heures, bon... Puis tu sais aussi ça nous arrive de faire des choix qui ne marchent pas hein. On part sur une histoire, puis après on se rend compte que l'histoire a pas marché ou qu'elle était pas super forte, et on l'abandonne tu vois.

Sont donc sélectionnées les « histoires fortes », c'est-à-dire celles, d'une part qui peuvent durer, de l'autre, qui correspondent à la gradation établie par les producteur.ice.s en terme d'intensité. Il y a ici deux choses. D'abord, il me semble que des « histoires fortes » ne peuvent tenir sans « personnages forts » (qui ne sont pas évoqués ici par Jules), qui peuvent signifier des émotions intenses et sur le long terme, ce qui correspond à nouveau à une « sur-performance de soi », qui est celle des “héros du quotidien” (Jost, 2002, p.97). Ensuite, il paraît ici une forme d'aliénation des candidat.e.s à leur propre vécu, sur lesquels la production émet une « graduation » en fonction de sa propre échelle. Cette aliénation est double : l'aliénation du ou de la candidat.e au fruit de son travail (ce n'est pas ellui qui décide si son histoire est « forte » ou non), et aliénation à ses propres affects, dont le fruit de son travail est directement issu (*i.e* non pas avoir des ressentis propres à soi, mais ceux qui vont être « forts »).

Ainsi, les candidat.e.s se doivent d'être filmé.e.s si iels veulent « exister dans le programme ». Cette sélection du quotidien se fait selon plusieurs modalités, notamment celle d'avoir des histoires « fortes ». Cependant, au-delà des « histoires » fortes, qui sortent de l'ordinaire, la télé-réalité engage pour les candidat.e.s toute une forme de travail sous-jacent de mise en forme de soi. On s'intéressera ici à ce travail plus implicite, avec d'abord le travail de l'apparence, et ensuite le travail émotionnel.

II) Un travail de mise en forme de soi : une certaine performance.

Ici, nous partons du principe que, même une fois sélectionnée pour un certain type de « physique et de personnalité », ces derniers ne sont pas *ad hoc*, et sont soumis à une socialisation professionnelle dû à un travail spécifique demandé dans le cadre de leur participation à un programme. Travail de l'apparence et travail émotionnels sont ici distingués de façon quelque peu impropre, puisque les deux sont extrêmement liés dans la mesure où le travail esthétique est le moyen d'agir sur la perception de l'autre, donc de réaliser un travail émotionnel sur la perception de l'autre par soi (Skeggs, 2015), sans mentionner que la distinction entre corps et esprit reste dans une économie masculine de la signification (Delphy, 2001). L'arbitraire de cette distinction est donc à garder en tête, et s'est fondée ici sur des éléments où le travail est à « première vue » esthétique ou émotionnel, tout en en nuancant la visée tout du long.

A) Par le travail de l'apparence.

Par « travail de l'apparence », on entend toutes activités visant à modifier l'apparence, ce qui passe par l'apprentissage d'un ensemble de pratiques (coiffure, maquillage, habillement, sport, posture, etc), plus ou moins valorisées selon les contextes et les positions statutaires (race, classe, genre, âge, etc) (Mardon, 2010). On reprend ici la distinction de Camille Couvry (2020), entre travail du corps ou travail corporel *i.e* “les actes qui visent à travailler le corps dans sa gestuelle, ses techniques, la présentation de soi”, et travail de la beauté ou travail esthétique réservé aux “pratiques d'embellissements (maquillage, coiffure, habillement)”.

Le travail de la beauté.

La mise en forme de soi, c'est d'abord la mise en forme d'apparence physique de soi. Cette mise en forme physique s'exerce par un ensemble de pratiques visant à adapter le corps, à le travailler pour le rendre adéquat au programme. C'est ainsi qu'Alice me décrit se mettre en « mode packaging » :

Moi : est-ce que tu t'étais préparée avant d'entrer, autant mentalement que physiquement ?

Alice : Ah oui oui oui, moi j'avais tout fait, j'avais fait des extensions de cheveux, en fait tu te mets dans un mode packaging tu vois, parce que forcément t'as de l'enjeu tu vois, c'est ta première télé, la production va te faire croire que ça va devenir ton métier, que tu vas signer dans les agences après tout ce qui est Shauna, Wesley⁴³ etc, donc bah en fait tu te mets dans le packaging de la bimbo, donc les extensions de cheveux, les extensions de cils, choses que je fais plus maintenant, mais sur le moment c'est vrai qu'on le fait.

Le travail esthétique accompli passe par un ensemble de pratiques (extensions de cil, de cheveux), qui visent à la faire entrer dans le type de la « bimbo » (figure type de la télé-réalité), afin d'optimiser sa participation au programme en en retirant le maximum de succès pour que cela devienne son métier. Ce travail esthétique est spécifique à la télé-réalité, elle le fait « sur le moment », et ne le refera plus après. L'utilisation du terme de « packaging », renvoyant à l'univers de la publicité, fait de la personne une marchandise totale, traduisant une forme d'aliénation à soi. Ce travail spécifique et cette aliénation sont des éléments que j'ai expérimentés lors de ma première phase de casting. En effet, la première phase a consisté en l'envoi de photos et la réponse à un questionnaire. Après avoir tenté d'effectuer le questionnaire

⁴³ Shauna Events et Wesley Events, deux agences connues pour représenter en majeure partie des candidat.e.s de télé-réalité.

une première fois, je me suis rendu compte que ce dernier allait me demander plus de temps que prévu, et que j’y consacre du temps et une préparation spécifique.

Je me suis : lavée les cheveux, fait les ongles la veille, maquillée (maquillée les yeux : crayon, mascara ; le teint : correcteur, anticerne, blush, highlighter ; la bouche : rouge à lèvres et gloss ; les sourcils), et habillée avec un crop-top⁴⁴ blanc moulant avec une inscription à strass, pantalon noir taille basse. J’ai rangé mon appartement pour que le fond sur les photos soit accordé (fleurs séchées, chaise léopard, appareil photo vintage, magazines de mode et de design). Prise des photos environ une heure (lumière, posture, cadre).

Extrait de mes notes du 7 décembre 2022.

Ici, on peut observer que ce casting m’a demandé une préparation spécifique, un travail de l’apparence que je ne mets pas en œuvre dans mon quotidien. D’une part car même si je réalise un travail esthétique dans mon temps personnel, je ne réalise généralement pas l’ensemble des pratiques en même temps (travail total que le « mode packaging » signifie) ; et de l’autre car il y a des pratiques que je n’effectue pas dans mon quotidien (le maquillage des yeux). La dimension spécifique de ce travail me semble également mis en valeur par les réactions auprès de mes pairs que celui-ci a provoqué. En effet, après ma passation de questionnaire, je suis allée ensuite en cours rejoindre des amis, pour qui mon niveau d’apprêtement a suscité une forte surprise, confirmant par-là que ce travail de ma part n’est pas familier, et qu’il a été fait « sur le moment » pour me rendre adéquate au type de personnes recherchées. En outre, il faut signaler que je me suis longuement posée la question de montrer ou non ces photos (dans des journées d’études, ou en annexe de ce mémoire) afin d’exemplifier le travail de l’apparence réalisé. Néanmoins, le profond malaise qu’elles enjoignent chez moi, de par l’inadéquation entre le « moi » qu’elles représentent et le « moi » que je présente au quotidien, me sont la conséquence, d’abord de la « sur-performance » de moi réalisée, ensuite de l’aliénation à soi que ce travail intime sur le corps peut produire.

Le travail du corps.

Ce travail de l’apparence, c’est également un travail du corps, qui passe par l’application de techniques du corps en la valorisation d’un capital esthétique, définit comme l’ensemble des qualités suivantes : « beauté, attractivité sexuelle, grâce et charme, capacités sociales dans l’interaction (entregent), énergie et forme physique, humour, présentation de soi, compétence

⁴⁴ T-shirt court.

sexuelle ou imagination érotique et, selon la culture de référence, fertilité » (Hakim, 2011, citée par Lavigne et Piazzesi, 2019). Il y a ici, plus que l'apparence en soi, la valorisation d'un ethos enjoué, séducteur, qui se joue au travers d'un corps désirable de par sa « présentation », son « énergie » et son « charme ». Cet ethos enjoué et séducteur auquel j'ai moi-même essayé d'avoir recours dans mon casting sans y parvenir, est décrit assez directement par Esther comme un « travail de séduction ». Les candidat.e.s recherchés sont ceux qui exercent déjà ce travail, qui ont déjà cet ethos dans leur vie quotidienne :

Moi : tu disais, ils sont engagés pour ce qu'ils fournissent, tu peux expliciter ?

Casteuse : [...]

Je te dis une connerie, je rencontre un mec, je vais en boîte de nuit pour caster, les gens ne savent pas que j'y vais pour caster tu vois, et je vois un serveur ou même un chef de rang ou quoi, qui entre deux plateaux drague une meuf, puis une autre, puis est très tactile, et au moment de servir les verres met la main dans le dos, sur l'épaule, il taquine, fais deux trois petits pas de danse avant de revenir, cherche des connexions de regard avec un peu tout le monde, je me dis LUI j'ai envie de l'approcher, savoir si il est disponible, ce qu'il pense de la télé-réalité, et est-ce que ça lui ferait plaisir de... bah de partir tout simplement tu vois.

Ce que le potentiel candidat « fournit » ici, est bien un ethos enjoué, et séducteur, à mettre à profit dans le cadre de la télé-réalité comme un « travail de séduction ». La recherche de profils ayant un ethos adéquat à l'exigence professionnelle s'explique ici, au delà de la compétence pour ce travail, par l'impératif d'authenticité très fort dans la télé-réalité : si iel met en œuvre cet ethos hors-travail, iel aura plus de chances de le mettre en œuvre sous les caméras. C'est ici la « démonstration publique » (Barbier, Chang, Gallot, 2020) de ce travail corporel dans le cadre d'une activité de service qui conduit le candidat à être sélectionné, et rémunéré uniquement pour ce travail corporel (et non pas pour la réalisation d'un service supplémentaire comme ici amener des verres aux client.e.s). Toutefois ce travail, est accompagné d'une forme de discipline du corps induite par la caméra car les candidat.e.s savaient qu'elles allaient être soumises au regard « de la France entière » (pour citer Alice). Bien se tenir, rentrer le ventre, sont alors autant de techniques du corps pour apparaître devant la caméra de la bonne façon, *i.e* de la façon qui mettra en valeur leur capital esthétique. La casteuse avec laquelle je me suis entretenue me décrivait ainsi :

Moi : et tu répondrais quoi justement aux gens qui disent qu'ils sont payés à rien foutre ?

Casteuse : bah je leur dirai euh, est-ce que si on mettait une caméra sur toi t'aurais quelque chose à proposer ? Est-ce que on s'ennuierait pas tu vois ? Si on s'ennuie parce que t'as une vie lambda ou parce que t'as une personnalité qui est pas forcément atypique, bah

reconnais le « talent » entre guillemets d'autres personnes. Est-ce que si tu as une caméra sur toi pendant 10 heures de la journée, tu trouverais ça facile tu vois, moi je tiens pas 30 secondes. J'ai tout le temps les jambes écartées, « on s'assoie pas comme ça » et moi je m'oublie tu vois. Puis y a des moments je te cale des wesh à toutes les phrases si on prend ce bout là de moi de phrases de 30 secondes « non mais wesh frère t'abuses » et que tu le montes t'auras l'impression que oui elle parle que en wesh, que en plus elle s'assoie comme un mec et elle parle tout le temps avec ses mains, et elle fronce ses sourcils dès que y a un truc qui lui plait pas, elle est conne. En fait non je suis pas comme tu vois.

Ainsi, au-delà d'avoir une « personnalité atypique », avoir une caméra sur soi enjoint un travail de l'apparence permanent par une discipline du corps, une « anatomie politique du détail » (Foucault, 1975, chap.1), une attention à soi de tous les instants (qui ne laisse pas la possibilité de « s'oublier ») afin de se tenir de la bonne façon (*i.e* pas les « jambes écartées », pas « comme un mec »). Cette discipline du corps s'effectue par auto-contrainte, là où la présence de caméras rappelle en permanence le regard extérieur sur leur quotidien. Ce travail du corps s'établit en continuité avec leurs précédents emplois, car comme je l'ai déjà évoqué, tous les emplois que mes enquêtées occupaient avaient un rapport aux techniques du corps : influenceuse (habitude de s'exposer et d'être prise en photo), photographe et mannequin (habituée au travail sur le corps des autres par leur mise en valeur dans un objectif de monstration), et hôtesse de caisse à "l'aisance orale et la "féminité décente et libérée"" (Schutz, 2018 citée par Couvry, 2020). À l'image de ce que Camille Couvry propose dans son analyse des élections de Miss, ce sont bien des qualités professionnelles des métiers de services, qui sont réinvesties dans les métiers de l'image et le travail de l'apparence, qualités professionnelles par ailleurs délégitimées car naturalisées . Ce sont donc des compétences professionnelles développées dans des métiers de l'image et/ou de service, qui reposent sur des qualités personnelles réinvesties dans le champ professionnel, qui sont ici investies à nouveau dans le cadre de leur activité en tant que candidat.e.s.

Un travail publicisé comme tel.

Ce travail de l'apparence n'est cependant pas passé sous silence par les candidat.e.s, qui n'hésitent pas à exposer le fait que leur corps est le résultat de différents processus. Il faut alors différencier spontanéité et authenticité : en assumant justement que leur corps n'est pas « spontané », *i.e* qu'il est travaillé, les candidat.e.s gagnent justement en authenticité. Or, ce corps est pour elles le signifiant du travail esthétique accompli :

Pour tous ceux qui me disent "oui t'en as pas marre de montrer tes fesses en story", non alors pas du tout au contraire, parce que en fait je vais à la salle tous les jours avec des

séances de bâtard, euh en fait j'ai galéré à avoir ces fesses là, et je suis hyper fière de les exhiber genre je vous montre mon travail, en fait c'est pas je vous montre mes fesses, je vous montre mon travail c'est ça, derrière y a eu un travail qui est acharné.

Victoria Mehault, story Instagram, 14/03/2023

Exposer les processus de travail de l'apparence comme un « travail acharné » permet deux choses. D'une part, cela permet de légitimer leurs activités en les affiliant à un travail légitimé car exercé dans la difficulté. De l'autre, cela leur permet de se constituer comme l'image réussie des marques avec lesquelles elles travaillent en produisant du contenu sponsorisé. L'immense majorité de ces marques proposent en effet des produits destinés à modifier l'apparence⁴⁵, à y réaliser un travail. Leur corps, en exposant les processus de modifications, sont alors à même de signifier le travail accompli, réussi, grâce aux produits dont elles vantent les mérites en ligne. Ainsi, les candidat.e.s travaillent et disciplinent leur corps (que ce soit dans l'apparence extérieure, ou dans leur hexis corporelle), afin de pouvoir en retirer une rémunération (dans leur collaboration économique avec des marques). La partition entre espace public (travail) et espace privé (le corps) est ici encore questionnée par les travailleur.euse.s. À l'image de ce que raconte la casteuse dans le dernier extrait (voir page précédente), travail émotionnel et travail esthétique sont toutefois très liés, notamment car le corps est un média affectif, qui signifie des émotions.

B) Par le travail émotionnel.

En « travail émotionnel », on entend ici « l'acte par lequel on essaie de changer le degré ou la qualité d'une émotion ou d'un sentiment » (Hochschild, 2003), mais aussi la façon dont ces sentiments sont exprimés. Il s'agit alors à la fois d'un « jeu en profondeur », mais j'inclus également ici un « jeu de surface », sur la façon dont un même sentiment sera signifié. Le corps est alors ce que j'appelle un « média affectif » (en référence au « corps affectif » comme média dont parle Fabienne Martin-Juchat, 2008), qui médie, transmet, signifie les affects.

Des émotions appréhensibles.

Ce travail émotionnel commence par montrer ses émotions de la bonne façon, et cette bonne façon commence par l'exposition de son ressenti. Les candidat.e.s se doivent donc d'être démonstratif.ve.s.

⁴⁵ Liste non-exhaustive : SoShape (marque d'alimentations pour régimes), Panda Tea (Thés aminçissants), Oceans Apart (vêtements de sport); Jylor (produits de soin du visage), CelluBlue (produits de soin pour le visage),

Moi : tu disais « inventer des choses », du coup t'avais l'impression de faire de l'acting ou du moins d'exagérer ou de mettre en scène tes émotions ?

Alice : cette question elle est dure parce que c'est oui et non. J pense que c'est une bonne thérapie pour les gens qui montrent rien qui sont pas du tout démonstratifs, parce que quand t'as une caméra qui est sur toi, tu te rends compte que t'es obligée d'exprimer, même pendant les itv [interviews] ça dure jusqu'à deux heures le soir, t'es obligée de dire ce que tu pensais, y a pas de place pour l'ego quoi donc euh...

Les candidat.e.s sont donc « obligé.e.s » à être démonstratif.ve.s, que ce soit par la pression implicite de la caméra, ou celle plus explicite des producteur.ice.s par le biais des questions des journalistes lors des interviews. Cette obligation à la démonstration des sentiments ne laisse pas de place à l'intimité, et est vécu comme une contrainte (la subornation) à la démonstration des sentiments (l'activité), ressentie comme un envahissement qui ne laisse « pas de place à l'ego » : l'envahissement de l'intimité est similaire à celui des institutions disciplinaires comme le panoptique qui “ne laisse pas de place à l'ego”. Cette démonstration des sentiments doit se faire de façon typifiée, appréhensible facilement par les téléspectateur.ice.s :

Moi : Et du coup comment vous développez vos images au montage ?

Jules : Bah c'est à partir de la matière qu'on a. On se rend compte que bah euh par exemple sur telle séquence tel personnage a dit, a eu telle réaction et clache de telle manière, on se rend compte qu'en interview il apporte à cette séquence, en donnant un second relief et un second point de vue à cette séquence et du coup on va dire que oh bah tiens on va plutôt essayer de développer ce côté-là qu'on pensait pas avoir vu au départ. Tu vois donc euh on fait avec la matière qu'on a et ce qu'il s'est passé, et ce qu'on a tourné pour mieux agencer les choses pour qu'eux aussi, que ce soit accessible au public et que les gens comprennent l'histoire. Si tu veux c'est des émissions qui sont regardées au... tu regardes pas une émission de télé-réalité comme tu regardes un film, t'as pas le même niveau de concentration forcément euh souvent tu le fais t'es en train de ranger tes courses, t'es en train de parler avec ton copain, voilà t'as pas le même niveau de concentration sur la télé-réalité que sur certains autres formats, donc on essaie aussi parfois de simplifier les histoires, de les rendre accessible pour que les gens comprennent vite ce qu'il se passe, qu'ils comprennent vite l'enjeu.

Ici il y a un double travail de typification émotionnelle qui se joue. D'une part, le travail des candidat.e.s qui se doivent d'avoir des réactions plutôt appréhensibles et cohérentes avec le récit du programme pour faire une bonne « matière ». Ensuite, le travail des monteur.euse.s qui doivent saisir l'émotion, et la modeler, la « simplifier » grâce au montage afin de la rendre mieux appréhensible, « accessible », à un.e téléspectateur.ice que l'on s'imagine distrait. Rendre leur vécu compréhensible passe alors d'abord par le fait d'avoir un discours facilement

compréhensible et soigné, comme me l'expliquait la casteuse avec laquelle je me suis entretenue :

Faut aller en interview et faut aller bosser, expliquer ce qu'il s'est passé, et il va falloir faire une narration, se concentrer, avoir une certaine élocution, alors on te demande pas de grandes phrases élaborées quoi mais t'es en face cam[éra] quoi.

« Aller bosser », c'est être capable de produire un discours sur soi qui soit cohérent avec la narration. Cette compétence professionnelle est celle de savoir se raconter en des mots simples, et sans parasiter son discours. Cette compétence est particulièrement visible dans mes entretiens avec les candidates (notamment les deux dernières, Alice et Eva, ayant participé à des programmes plus récemment et plus longuement qu'Esther), qui sont celles à avoir utilisé le moins d'interjections (« tu vois », « genre », « euh », « du coup », « voilà » ou autre), et qui font beaucoup moins de digressions interminables que les autres enquêté.e.s (dont moi-même lors de mon casting), produisant un discours beaucoup plus clair, plus fluide, et plus direct. Le travail émotionnel de la télé-réalité, c'est donc d'abord l'expression de ses sentiments, la production d'un discours sur soi qui soit clair, fluide, et simplement appréhensible.

Suivre le rythme du dispositif télévisuel.

Produire un discours sur soi nécessite d'avoir quelque chose à dire, tout en gardant la cohérence du récit télévisuel. Ce récit demande à ce qu'il y ait des choses qui se passent, et il est alors nécessaire de créer de l'émotion, de la réaction.

Moi : Et toi est-ce que tu vis ça comme un travail ?

Eva : Ah ouais, j'pensais pas que c'était comme ça ! Bah en fait je pensais que c'était des gens dans une baraque qui font leur vie et en fait pas du tout ! C'est vraiment du travail en fait, je pensais pas... je pensais pas du tout... là en fait on peut pas aller à la piscine si il fait chaud. Si on crève de chaud faut aller dire à la production, faut faire une scène à la piscine. Faut en fait toujours chercher à ce que la production elle gagne du contenu pour raconter un épisode. Donc en fait tout ce qu'on fait ça doit être propice à être filmé.

Moi : Et ouais comment ça influence ta journée ?

Eva : Ah mais en fait faut constamment réfléchir à comment avoir la caméra sur soi, sinon t'es exclu du programme parce que tu sers à rien.

Afin de « servir » à quelque chose, les candidat.e.s doivent chercher à créer des situations qui les placent dans des contextes de réaction (ici la piscine qui, en les découvrant, peut être propice au rapprochement physique entre des candidat.e.s). Le vécu personnel (« crever de chaud ») est

alors supplanté par l'obligation professionnelle (créer « du contenu pour raconter un épisode »). Il y a ici une forte idéologie gestionnaire dans le travail où chacun.e doit “maximiser ses utilités” (Gaulejac, 2009 cité par Jehel, 2018), pour ne pas “servir à rien”, quand bien même ce qui leur est demandé de façon explicite est de vivre leur quotidien sous les caméras. C'est alors une « utilisation exhaustive » de soi qui est promue (Foucault, 1975, p.155) : tout dans la personne doit être propice à créer du contenu médiatique. Cependant de façon plus implicite, pour citer Jules, les téléspectateur.ice.s cherchent des gens « qui vivent des choses, et pas qui sont là passifs à regarder les journées passer en buvant des cocktails au bord de la piscine ». « Vivre des choses » est alors un travail d'invention de soi et d'activité qui doit se faire en autonomie pour des candidat.e.s qui ne reçoivent pas vraiment de directives de travail. Le corps est alors discipliné dans son emploi là où le « bon emploi du corps est un bon emploi du temps, rien ne doit rester oisif ou inutile » (Foucault, 1975, p.154) : les candidat.e.s sont soumis à un emploi du temps qui discipline les heures de la journée et le « bon emploi du corps ». Cette création spontanée de la réaction est alors un vrai impératif de travail émotionnel sur les affects qui doivent être rentabilisés :

Casteuse : Pour moi le candidat de télé-réalité qui va bien marcher, c'est celui qui est spontané et qui fait tout tout seul. Donc toi quand tu commences à capter que la meuf elle est déjà un peu trop formée pour reprendre les termes, eh ben tu la fuis parce que c'est quelqu'un qui va attendre des directives qui s'est prise une fausse idée du programme de télé-réalité en pensant qu'elle va arriver quelque part et qu'on va lui dire « Bah écoute j'aimerais que tu sortes avec untel crée une idylle avec lui » et puis après « t'iras te disputer avec.. » alors que c'est pas du tout ça ! Sur le set on a tous des casques, on est tous dans notre truc et si t'as une candidate qui attend tes instructions tu perds du temps. Tu fais un effort de cast pour avoir des gens qui y vont tout seul.

Ainsi, il n'y a pas d'objectifs professionnels clairs : les candidat.e.s doivent créer du contenu, mais « tout seul », sans attendre de directives, ce qui entretient des attentes implicites de la part des producteur.ice.s. Les candidat.e.s sont alors sélectionné.e.s selon leur capacité à faire « tout seul » ce que la production attend d'eux comme travail, à savoir « vivre des choses ».

Toutefois, « vivre des choses » doit s'exprimer, et ceci de façon typifiée pour être appréhensible, ce que les candidat.e.s appellent des « séquences ». Ces séquences sont une suite de fractions autonomes du réel, qui « séquent » le vécu des candidat.e.s en unités mieux appréhensibles. Ce séquençage est double, avec d'abord le séquençage des journées, et ensuite le séquençage des interactions.

Moi : Est-ce que tu pourrais me raconter une de tes journées type ?

Eva : On se faisait réveiller à 7 heure il me semble par les nounous. Moi je me douchais rapidement en vif, je me préparais un peu quoi, je m'habillais ensuite on va au p'tit déjeuner. Le petit déjeuner faut que ce soit un moment où c'est filmé, donc on débrief ce qu'il s'est passé la veille, si y a eu des clachs les gens ils prennent position, ils disent « Ouais vous pensez que nanana » voilà ou si y a une activité dans la journée « Olalah va y avoir machin qui va aller en activité avec machin ALALAH vous pensez que ça va être un rapprochement OH OE c'est sûr que va y avoir rapprochement », en fait voilà faut parler, faut meubler pour la caméra.

Ensuite faut une fin, « bon bah faut aller se préparer hein », aller hop comme ça c'est bon coupez. Bon là la suite c'est que machin va partir en activité avec machin et machin truc, ok, donc là en fait la prod[uction] t'orientes, vous allez vous mettre au salon et vous allez en parler un peu avec lui parce que justement ils rentrent de l'activité demande lui comment ça s'est passé et il va vous raconter. Donc là hop on s'assoie et ils parlent, ok bon bah trop bien, le but c'est d'avoir des réactions, euh ensuite il dit « et vous pendant notre activité vous avez fait quoi ? » bon bah on a fait un action vérité à la piscine, mais en vrai on avait chaud, on voulait aller à la piscine absolument on a dit à la prod[uction] bah on fait un action vérité à la piscine comme ça au moins on peut aller à la piscine et vous vous avez du contenu pour votre émission. Donc voilà ils font des dossiers comme ça, et tout est tout le temps filmé, faut réfléchir à quoi faire c'est vraiment du boulot, après se préparer, on a très peu le temps de manger hein finalement.

Moi : Et le soir, vous vous couchez à quelle heure ?

Eva : Des fois en fait on va en « soirée » entre guillemets, on va genre à la guinguette en soirée et tout nanana donc on part, et ils font des prises, faut que y ait des histoires, faut que y ait des rapprochements, des clachs, des gens qui parlent les uns sur les autres, et faut qu'ils ont des prises aussi où on danse. Des fois ils sont là « aller dansez s'il vous plaît là un peu au moins pendant 5min aller » tsais ils font ça, après nous on est là aller vasy, alors qu'on en peut plus, après ils disent « c'est bon on rentre » ok cool. Là on rentre, y a la prise où on rentre dans la villa aussi, où on fait des faux couchers, donc en fait on se met sur le lit, « Olala t'as kiffé la soirée jsuis choquée de ce qu'il s'est passé entre X et Y par exemple, ah mais jsuis trop choquée nanana machin » tu fais des petits débriefs, « tu crois que demain y aura une bonne ambiance du coup ou... ? ah non mais là j pense que c'est foutu elle s'est grave embrouillée avec machin, je sais pas comment ça va se passer demain mais j'appréhende. Bon aller les filles on va pas se torturer 100 ans, on va aller dormir on verra demain, bisous bonne nuit aller ciao ». On se couche, ils éteignent la lumière hop et ensuite on se relève et on va manger.

Le séquençage des journées (à un niveau plus macro), se fait selon des moments rituels, qui sont ceux du petit déjeuner et du coucher, dont Alice disait qu'ils étaient « cruciaux », car ils servent à marquer le début et la fin de chaque journée dans le flot des épisodes. Ensuite, à un niveau plus micro, chaque « séquence », donc chaque évènement, est rythmé par un début, un milieu, et une fin, à l'image de ce qu'Eva décrit lors de la séquence du coucher : elles se mettent sur le lit (initient l'interaction), font un « débrief » où elles réagissent aux évènements de la soirée, puis signifient la fin de l'interaction « Bon aller on va pas se torturer cent ans », pour

enfin aller se coucher avec extinction des feux (autre signe visuel du coucher). Il y a ici une forme d' « hyper-ritualisation » (Goffman, 1977) de l'interaction, qui séquence le réel en unités au déroulé linéaire, autonome du reste de la journée, adaptant alors le vécu réel aux exigences professionnelles de la monstration (notamment la facilité du montage).

Enfin, le travail émotionnel est un travail de remémoration, mais surtout de resignification des émotions passées.

Casteuse : Et ce qui va vraiment ponctuer l'émission ça va être les interviews tu vois les moments face caméra tu reviens sur TOUTE ton aventure et sur toute ta journée, et rien qu'être assis devant une caméra, et te remémorer, parfois on les fait euuuh de manière rétrospective tu vois, donc on peut être mardi 9 novembre et je vais te dire bah écoute Rachel là parle-moi de ce qui s'est passé samedi 22. Donc déjà c'est compliqué, mais va falloir que tu me parles de ce qu'il s'est passé samedi 22 avec les émotions de samedi 22 tu vois. Donc là t'es en train de te disputer avec ton mec tu vas pas me dire « ouais je me suis disputée avec mon mec » il faut que tu fasses cet effort de remémoration où tu te remets dedans où tu dois donc... oui, ouais c'est un taff. Et y a autant d'interviews que y a de moments de réalité.

Les candidat.e.s doivent donc faire un “effort de remémoration” total, où on recrée les émotions “de manière rétrospective”, avec tous les signifiants extérieurs, physiques, qui vont avec. Le corps est alors bien comme un média affectif puisqu'il ne « suffit pas de le dire », montrant bien par là encore le lien inhérent entre travail du corps et travail émotionnel.

Une mise en forme collective : émotions et réactions.

Même si je n'ai parlé des candidat.e.s que de façon individuelle jusqu'à présent, un élément essentiel de l'activité des candidat.e.s est qu'elle est collective, que ce soit entre les candidat.e.s comme entre candidat.e.s et membres de la production.

Entre les candidat.e.s ce travail collectif peut d'abord être en coopération, c'est-à-dire que les candidat.e.s doivent interagir entre eux, ce qui commence d'ailleurs dès la phase de sélection.

Moi : Tu pourrais me décrire un casting du coup ?

Casteuse : [...]

Mais euh y a ce premier contact où on va échanger au téléphone et par texto. Ensuite ce qu'il se passe c'est qu'on se fait en général un visio pour voir comment tu t'exprimes, si t'es avenant envers une personne que tu ne connais pas. Parce que au final si la personne est hyper froide et qu'elle a besoin de connaître pour être elle-même et se détendre c'est pas forcément un bon candidat de télé-réalité parce que tu vas te retrouver dans une maison avec des gens que tu connais pas. Donc ce moment de confiance de mise en

confiance et d'adaptation on a pas forcément le temps. Ça t'arrives à le capter euh dès les premières visio fin euh voilà. Et après vous vous rencontrez, et en général quand t'organises des sessions de casting t'es toujours dans des hôtels, et dans des hôtels t'as des grandes salles de conférence et en fait ça te permet de toi aussi avoir un pied à terre donc t'es à l'hôtel et tu peux louer la salle de conférence et faire passer le casting à cet endroit là. Donc en gros tu leur dit que le casting aura lieu à tel endroit, mais ça tu peux te le permettes que quand t'as casté assez de personnes tu vois tu vas pas aller prendre une salle euh de conférence alors qu'en réalité t'as trouvé que 10 personnes à rencontrer. Donc tu vas passer euh le casting, en général ce que tu fais c'est que tu leur demandes 2 tenues, t'as envie de les voir en tenue de soirée t'essaies de te projeter au max, même si y a les photos sur instagram même si y a tout ça. Euuh tu vas essayer vraiment de..., de voir dans différentes atmosphères, alors tu vas mettre une musique, tu vas voir un peu comment ils sont si ils sont du genre à danser tous ensemble ou si ils sont un peu timides chacun dans leur coin.... Ça se passera comme ça. Et quand ils font, quand ils font un casting et que euh que tu les vois discuter entre eux, parce que c'est ça aussi, on veut voir comment tu te comportes avec d'autres personnes.

Le travail émotionnel collectif commence donc dès la sélection, afin de voir comment iels arrivent à former un groupe, à interagir « tous ensembles », avec là encore, l'importance d'être avenant.e avec autrui, à l'aise dans des interactions plutôt intimes avec des inconnu.e.s. Cette coopération que j'appelle « positive » est celle qui consiste en « se mêler des histoires des autres » comme l'a dit Eva, c'est-à-dire à réagir de façon positive aux histoires des un.e.s et des autres, en donnant son avis, en conseillant quelqu'un.e d'autre, ou en le.a réconfortant. Il y a également ce que je qualifie comme une forme de coopération « négative » qui consiste en une concurrence à l'écran, qui est en réalité une coopération dans le cadre du travail puisque cela permet aux candidat.e.s des différents partis du « clash » ou de « l'embrouille » d'obtenir davantage de temps d'écran. Ces « clashes » sont l'occasion d'un travail de mise en forme de soi supplémentaire, afin de ne pas perdre la face dans ces disputes :

Eva : Et puis faut être à l'aise devant la caméra, un truc tout bête quand tu te mêles d'un clash euuh méfie toi hein tu peux te faire terminer par quelqu'un qui va dire des trucs de ouf sur toi, qui va être trop drôle et toi tu vas passer pour un boloss. Faut constamment savoir que tu vas avoir de la répartie.

« Avoir de la répartie » afin de ne pas passer pour la figure repoussoir du « boloss », se « faire terminer » et perdre la face, c'est encore une fois être constamment sur ses gardes et dans un impératif de produire du discours drôle, de la « répartie ». On a donc bien ici, que ce soit dans la coopération dite « négative » ou « positive », des formes de travail émotionnel portant sur autrui, afin de se faire ressortir soi. Ainsi, de par la nature sélective de la télé-réalité (tout ne peut pas être filmé et montré), la concurrence réelle se traduit beaucoup plus par une

indifférence face à autrui, une non-réaction, qui permet d'effacer cet individu lorsqu'un « clash » le.a ferait « exister dans le programme » (pour reprendre les dires précédents d'Eva) :

Moi : Et comment le fait d'avoir une caméra sur toi au quotidien ça influence tes réactions ?

Eva : J pense que ça dépend des gens, ya des gens qui font tout le temps des regards caméra etc, eux à mon avis ils sont très soucieux de leur image et ils font très attention. Moi je l'avais pas tout le temps sur moi, 'fin on l'avait pas tout le temps h24 sur nous, on l'a que quand on la veut en fait quand on est en séquence. Elle est pas cachée dans la maison et on fait notre vie. En fait t'as 5 caméramans qui peuvent filmer que deux scènes en même temps donc si t'as les filles qui ont une discussion, et que t'as les garçons qui ont une autre discussion, ou quelqu'un qui fait une activité ailleurs eh beh on peut pas faire plus en fait. Donc t'as, t'es sur le côté et tu parles pas, et tu fais rien parce que t'as pas le droit de faire de off donc tu ne parles pas. Et ça c'est horrible hein, moi y avait des journées où je me sentais tellement.... J'avais la bouche sèche tellement j'avais parlé à personne.... Parce que en in on m'incluait pas dans les séquences, parce que les gens veulent pas que tu perces, donc on t'inclue pas dans les séquences, mais du coup tu parles à personne quoi.

La concurrence professionnelle se fait par l'empêchement de quelqu'un.e d'accéder à la première étape de la notoriété, à savoir être filmé.e, donc « incluse dans les séquences ». La dimension collective du travail se voit bien ici, puisque en situation de concurrence réelle, on isole la personne plutôt que de réagir à sa présence de façon négative ce qui lui donnerait du temps d'écran et quelque chose de quoi réagir... donc du travail.

Enfin, la dimension collective du travail émotionnel se fait au niveau de la coopération entre les candidat.e.s et l'équipe de tournage. Cette dernière guide et rassure les candidat.e.s, afin de créer une fausse proximité et surtout de la confiance, condition assurant aux candidat.e.s un cadre bienveillant dans lequel iels seront à même d'être plus expressifs :

Jules : Donc effectivement c'est des gens... je suis pas le seul à le faire hein, y a des corps de métier qui sont aussi dédiés exclusivement aux candidats. Sur les tournages on a par exemple ce qu'on appelle des « coordinateurs candidats », ou parfois même des « nounous » qui sont là pour les encadrer, pour répondre à leurs besoins, à leurs doutes, pour les écouter, pour être un peu avec eux au quotidien et tout, voilà une personne de la production mais qui est dédiée pour les accompagner dans cette aventure là. Et plus effectivement un encadrement d'ensemble, pour les préparer avant à l'expérience qui les attend, et à, au projet qu'on va faire ensemble.

La fonction de « nounou », même si à mi-chemin entre le *care* (« écouter », « accompagner ») et la surveillance (« encadrer »), réalise tout un travail émotionnel sur les candidat.e.s, qui consiste à les mettre en confiance, à les rassurer, afin qu'iels livrent le meilleur travail

émotionnel possible, la meilleure performance d'eux-mêmes dans le « projet » collectif qu'est la réalisation d'une émission de télé-réalité. Cette confiance se construit sur le temps long, et permet notamment à des candidat.e.s de s'engager sur de différents « projets », en misant justement sur la « confiance » qu'ils accordent à un.e membre de la production comme l'a fait Eva :

Moi : Est-ce que tu pourrais me présenter ton parcours dans la télé-réalité ?

Eva : J'ai d'abord fait une première télé qui était pas de la télé-réalité, c'était une télé tout ce qui a de plus.. fin c'était pas une télé-réalité, et j'ai adoré l'expérience. J'avais déjà une première expérience télé donc j'avais pas forcément peur de ça. Ensuite suite à ma rupture, je connaissais le rédacteur en chef de la villa qui était journaliste sur ma première émission, donc du coup j'étais en confiance avec lui, on a parlé pour que je fasse la villa, j'ai passé un casting et j'ai été prise. Donc voilà c'est comme ça que je me suis retrouvée dedans.

On voit bien ici que c'est la « confiance » nouée entre une personne de la production et un.e candidat.e, ici Eva, qui provoque l'entrée dans la télé-réalité.

Ainsi, le travail émotionnel s'exerce à différents niveaux (individuels et collectifs), et sous différentes modalités de mise en forme et de création d'émotions. Ce travail, bien réel, doit cependant demeurer invisible afin que le programme ne faillisse pas à son impératif de (télé) réalité.

III) Un travail qui doit tendre vers invisible : l'impératif du naturel.

On établira d'abord de quelle manière l'authenticité est constituée comme un enjeu professionnel central de la télé-réalité, tout autant par les candidat.e.s que par les membres des sociétés de productions, menant à des stratégies différentes afin de garantir l'authenticité des interactions. Néanmoins, il est également possible de rompre l'authenticité, ce qui relève de stratégies différenciées selon la place des individus dans le processus de production.

A) L'authenticité au centre.

Un impératif professionnel.

L'authenticité est d'abord un enjeu fort au sein d'un nouveau modèle capitaliste, dont la télé-réalité fait partie, comme j'ai pu déjà l'évoquer. En effet, le travail de la télé-réalité a pour impératif d'être authentique car c'est ce qui constitue sa spécificité au sein du paysage audiovisuel (Jost, 2022, 2007). Le manque (réel ou supposé) d'authenticité des candidat.e.s et

des programmes a, dès le début de la télé-réalité, été constituée en controverse, ce qui a mené à l'adaptation des programmes (Nadaud-Albertini, 2013). Cependant, cet impératif d'authenticité n'est pas propre à la télé-réalité au sein du PAF, mais n'est que l'aboutissement de la "néotélévision" (Eco, 1985), qui place au centre la normalité, ou de ce que Dominique Mehl a appelé la "télévision de l'intimité" (1996) qui, par l'intervention d'individus lambdas à la télévision se rapproche du quotidien et de l'intime des téléspectateur.ice.ss. Ce qui est alors produit et regardé n'est pas tant l'avis d'expert.e.s, mais celui de "héros du quotidien". Cette importance de l'intime, de sa publicisation à sa marchandisation s'inscrit plus largement dans le "nouvel esprit du capitalisme" décrit par E. Chiapello et L. Boltanski, que Fabienne Martin-Juchat (2015) qualifie elle de "capitalisme affectif" dans lequel la valeur ajoutée est faite d'émotions: c'est "un mouvement d'objectivation des affects comme bien socio-économique". Or, pour que cette émotion ait une valeur, il est nécessaire qu'elle soit authentique, que l'on croit qu'elle est vraie (qu'elle le soit réellement ou non d'ailleurs), il faut "affirmer la véridicité de l'émotion" (*ibid*). Cette place centrale de la "véridicité", que je nomme plutôt "authenticité" car c'est l'expression utilisée par mes enquêté.e.s, de l'émotion prend son sens dans des programmes pour lesquels l'affect occupe une place centrale, comme c'est par exemple le cas dans la pornographie (Trachman, 2015, chap. 2), ou dans notre cas, la télé-réalité.

Moi : Et selon toi c'est quoi une bonne candidate et un bon candidat ?

Jules : Honnêtement comme je t'ai dit tout à l'heure ça dépend de l'émission. Parce que y a pas de bon candidat type. Quelqu'un qui fait Les Marseillais sera pas un bon candidat pour une autre émission, et quelqu'un qui fait Top Chef sera pas un bon candidat pour faire euh voilà.. donc ça dépend, mais le principe de base c'est toujours le même, faut des gens qui savent s'exprimer, qui ont pas peur de s'exprimer, qui ont pas peur d'être euh voilà, de s'exposer c'est à dire de se montrer tels qu'ils sont et de vivre une aventure sans se poser de questions, sans avoir la peur du qu'en dira-t-on et des gens qui euh voilà, qui ont quelque soit à raconter, quelque soit le programme on en revient toujours là.

L'authenticité apparaît alors comme un impératif professionnel central dans la télé-réalité, comme une prescription de la part des membres de la production : pour être un.e bon.ne candidat.e il faut être capable de vivre « sans se poser de questions », et se montrer « tel que l'on est ». Ici, l'impératif professionnel semble confondre authenticité et spontanéité, prenant donc l'authenticité à un niveau élargi, et ce pour l'ensemble des programmes de télé-réalité, de vie collective (Les Marseillais), comme de compétition (TopChef).

Un enjeu de lutte.

Toutefois, l'authenticité des programmes est un enjeu de lutte professionnelle, en ce qu'elle est également un impératif des publics (Nadaud-Albertini, 2013) : l'intérêt de la télé-réalité, c'est de voir l'intime de « vraies personnes ». L'authenticité est mise en valeur par les personnels des sociétés de production, et les candidat.e.s.

Moi : et ouais comment ça influence ta journée d'être en tournage ?

Eva : Ah mais en fait faut constamment réfléchir à comment avoir la caméra sur soi, sinon t'es exclu du programme parce que tu sers à rien. Donc en fait faut constamment se mêler des histoires des autres pour être dedans, pour un peu avoir le temps d'écran, soit faire des histoires sur soi, et c'est bien pour ça que y a de gens qui en abusent et qui font des faux couples ou des fausses histoires. Ça c'est bête, je trouve que ça.... nique toute l'authenticité du programme, mais maintenant y en aura plus aucun authentique pour moi, pour moi c'est fini, les gens ont compris comment exister dans un programme, comment être la star d'un programme.

L'authenticité des candidat.e.s est perçue comme un enjeu fort pour la réussite d'un programme, mais qui est néanmoins devenu hors d'atteinte. D'une part, car l'authenticité est mise en péril par l'auto-contrainte des candidat.e.s, qui savent comment « faire carrière », et donc se plient aux exigences des productions (Esther me parlait à ce propos « d'acting sans texte ».) De l'autre, les candidat.e.s font tout de même état d'un fort contrôle des productions, qui mettent à mal la spontanéité (confondue dans les exigences professionnelles d'authenticité comme évoqué plus haut) des candidat.e.s. Ces discours contradictoires sur la qualité authentique de la télé-réalité, et surtout des candidat.e.s, qui est pourtant l'une des composantes essentielles des programmes, en fait un enjeu important de conflit dans le champ professionnel de la télé-réalité.

Une invisibilisation de compétences spécifiques.

Cette injonction à « ne pas calculer » participe alors d'une invisibilisation totale du travail émotionnel et esthétique des candidat.e.s. En d'autres termes, l'injonction à l'authenticité (qui se confond avec celle de spontanéité) ne permet pas d'établir le travail des candidat.e.s comme requérant un ensemble de compétences professionnelles, et donc une profession à part entière. Cela implique alors que ceux qui ne prennent pas la télé-réalité comme un travail sont ceux qui seront les meilleur.e.s candidat.e.s selon la production :

Moi : Et comment tu vois qu'elles ont pas froid aux yeux dans le casting genre tu leur poses la question ?

Casteuse : Non parce que de toutes façons si tu leur poses la question, la réponse sera oui parce que elles comprennent ce qui est attendu, elles connaissent les programmes auxquels elles candidatent, et elles le voient comme quelque chose qui va changer leur

vie dans l'idée c'est ça. Donc si je pose cette question, elles comprennent ce que j'attends et elles vont me dire oui. Et c'est pas forcément le truc le plus honnête tu vois, ça revient à demander à quelqu'un qui passe un entretien « est-ce que tu es motivé », donc la réponse sera oui. Moi je le vois à l'attitude, une certaine désinvolture, un recul à l'avis de la personne en face...

[...]

Moi : C'est quoi une bonne candidate et une mauvaise candidate ?

Casteuse : [...]

Une personne qui voit le programme comme euuuh une opportunité de changer sa vie ça va pas marcher non plus parce que derrière ya plus cette légèreté qui va avec l'authenticité et la spontanéité, y a tout un truc qui est calculé et malheureusement ça on le sent tu vois.

[...]

Moi : Du coup y en a quand même qui captent pas qu'ils sont dans un environnement de travail ou quoi ?

Casteuse : Non bah justement c'est ce que nous aussi on cherche tu vois. Y en a qui captent pas qu'ils sont au boulot et c'est bien parce que ça veut dire que c'est tellement naturel... et que c'est tellement naturel et que c'est tellement ta personnalité que tu ne te forces en rien, t'as juste une caméra qui te suit, tu vois, c'est LE truc. Et après t'as créé cette bulle qui fait que tu l'oublies la caméra et tu vis avec. C'est comme quand tu rentres dans un magasin et que y a les caméras de surveillance et tu te dis pas « Ah putain je suis épiée ». C'est quelque chose qui est devenu normal et ton comportement, si t'as envie de mettre ton doigt dans ton pif, tu mets ton doigts dans ton pif fin tu vois ce que je veux dire *rires*. Tu te sens plus du tout observée, et eux pr le coup c'est pareil, et c'est encore mieux quand il sent pas qu'il est au taff ça veut dire qu'il est dans de bonnes conditions. Quand ça commence à peser et que ça devient des obligations euuuuuh je sais pas euuuh quand t'es fatigué et que t'as deux heures d'interviews, fin tu vois moi aussi y a des choses que j'ai pas envie de faire... Quand tu sens que tu commences à entrer dans la contrainte et que euh là tu lui rappelles qu'il est au boulot c'est que ça commence à le faire un tout petit peu chier. Donc en vrai quandd ils sentent pas qu'ils sont au travail, et ça arrive y en a pleins, y en a plein qui ont pas l'impression d'être au boulot, et je pense que ça arrive encore plus aux nouveaux candidats de télé-réalité parce que je t'emmène dans une destination de rêve, et je te paie tout et t'as une meuf que t'adore et puis elle aussi elle te kiffe et demain tu vas faire du jet ski et après demain tu vas faire du bateau et puis tiens on t'as organisé un shooting et un voyage 'fin, évidemment que t'as plus l'impression d'être au travail tu vois.

Toute la phase de casting, de sélection, consiste donc en la recherche de profils désinvoltes, qui ne sont pas dans une perspective de changement de profession sur le long terme (« opportunité de changer sa vie »). Sur le tournage, cet impératif de non-travail se poursuit, puisque les candidat.e.s ne doivent pas vivre les journées comme des contraintes, et doivent « oublier les caméras ». Oublier les caméras semble alors ne pas tant être le consentement à la domination dans une institution disciplinaire de surveillance (en ce sens la comparaison avec les caméras de surveillance est particulièrement parlante), que l'imperméabilité à celle-ci, une habitude, un oubli car les candidat.e.s sont dans leur « bulle ». Cependant, loin d'être un oubli dû à

l'omniprésence de l'institution disciplinaire, être dans une "bulle" me paraît plutôt être un "travail sur les représentations" (Hochschild, 1983), qui modifie la perception d'une situation, à l'image de la "stratégie de la première fois" dont évoquée par Diane Desprat (2015) au sujet des coiffeur.euse.s. Les bon.ne.s candidat.e.s sont alors ceux qui ne considèrent pas leur activité comme un travail, ou qui mettent en scène le fait de ne pas le considérer, notamment par le lien avec la composante contraignante de l'activité, et seront donc également à mon sens ceux qui seront le moins à même de formuler des revendications professionnelles. Ainsi, ce sont donc ceux qui prennent le moins au sérieux cette activité qui seront les meilleur.e.s candidat.e.s, d'où une nécessaire déconsidération de ce travail qui, pour avoir de la valeur se doit de ne pas en sembler un. La réussite de l'activité se doit donc de reposer visiblement seulement sur des « talents », des qualités personnelles naturalisées, ce qui produit une déconsidération de ce travail semblable à celle du travail reproductif, qui reposerait sur des qualités dites "naturelles" et qui n'engagerait donc pas un "vrai" travail (Oakley, 1974). De plus, cela implique également que plus le champ est structuré, professionnalisé, plus l'activité est considérée comme un travail (avec des carrières), et plus l'authenticité se perd, donc plus le public est mécontent. Un ensemble de stratégies est alors mis en place afin de garantir cette authenticité.

B) Garantir l'authenticité du programme : plusieurs niveaux et plusieurs stratégies.

Instaurer une « fausse proximité » avec les publics.

D'abord, pour les candidat.e.s à succès pour lesquelles « faire carrière » (donc plusieurs programmes) engage une perte d'authenticité (notamment par socialisation professionnelle), il s'agit de mettre en œuvre tout un travail émotionnel afin de continuer à garantir leur authenticité. Ce travail émotionnel est celui de créer une « fausse proximité » (des mots de la casteuse) avec leur public, notamment par l'utilisation des réseaux sociaux. En effet, l'authenticité est un impératif professionnel dans la mesure où les publics des candidat.e.s doivent pouvoir s'identifier à elleux (Mehl, 1996), malgré leur capital symbolique de notoriété. Les candidat.e.s mettent en œuvre ce travail émotionnel de « fausse proximité » sur les réseaux sociaux numériques, qu'ils investissent très fortement, avec notamment l'utilisation accrue de Snapchat. Snapchat est un réseau social centré autour de sa qualité éphémère, qui ne permet pas de posts permanents, et sur lequel il semble alors plus difficile de capitaliser. Cet aspect désintéressé (qui en réalité ne l'est pas car les stories des candidat.e.s sur Snapchat peuvent

également être sponsorisées) induit plus de spontanéité et d'authenticité, ce qui en fait un bon média à investir pour réaliser ce travail de "fausse proximité".

Pour les productions : modifier leurs critères de sélection.

En ce qui concerne les productions, celles-ci ont adapté leur sélection à des nouveaux critères supposés signifier l'authenticité. La stratégie garante d'authenticité s'incarne alors d'abord dans un embourgeoisement, au moins physique, des candidat.e.s

Moi : Tu pourrais me décrire ton métier, ce que tu fais ?

Casteuse : [...]

Quand je te dis que y a des choses qui vendaient avant et qui vendent plus maintenant, euuh tu sais euh la télé-réalité d'avant, je te parle par exemple de Secret Story de y a 10 ans y avait des propos euh, des manières de parler, des manières de se comporter qui étaient hyper trash et ça c'était hyper bankable. Aujourd'hui, euh je sais pas si les gens ont été conscientisés ou si c'est dû à tous les débats hystérisés sur les réseaux sociaux, mais hum moi-même dans ce que je vais proposer, dans ce que je vais choisir, je vais être un peu plus euh, je sais pas si le mot c'est prudente ou frileuse, mais... si tu veux, on va, ... on va... essayer en tout cas, d'avoir des filles un peu moins vulgaires (pause). Euuh ça t'essaies de le capter dès les premières conversations, dans leurs manières de parler, faut qu'elles restent authentiques aussi tu vois, mais pas vulgaires dans leur manières de parler, moins vulgaires dans leur manières de s'habiller, euh je sais pas si tu regarde de la télé-réalité, si tu regardes pas c'est pas grave, mais euh on a aussi le CSA qui est un peu à nos trousses donc euuh un truc tout con on leur demande maintenant en tout cas d'avoir toujours un petit paréo pour cacher les fesses, alors qu'avant on s'en foutait tu vois, avant plus le maillot de bain est échancré mieux c'est tu vois, et là plus du tout.

[...]

Moi : « elles savent ce qu'on attend d'elle » : y en a qui préparaient leur casting ?

Casteuse : [...]

Mais oui elles préparent leur entretien, elles préparent leur casting, et elles arrivent euh apprêtées. Elles savent s'apprêter, souvent avec des petits talons, mais faut que ça reste cohérent aussi parce qu'elles savent je pense avec le temps ce que la production aime. Ce sera difficile d'arriver en talons aiguilles et d'être sélectionnée très honnêtement parce que je pense que là maintenant en tout cas dans la télé française on essaie de se défaire d'une certaine image et puis ce qui plaisait y a... y a qu'à voir les tenues de Nabilla avant ! Nabilla c'est quand même LA candidate de télé réalité, euuh elle vient avec son minishort rouge et son bustier noir et ses talons Louboutin aucun casteur te dit « Ah elle je sens qu'elle a un truc à donner » là tt de suite en 2022. Pourtant la casteuse qui a casté Nabilla est très fière de dire « j'ai casté Nabilla » et elle se fait un nom dans l'univers de la télé parce que elle a casté Nabilla tu vois.

Lorsque la « vulgarité » semblait garante d'authenticité (« faut qu'elles restent authentiques aussi tu vois, mais pas vulgaires »), les sociétés de production veulent aujourd'hui sélectionner des candidat.e.s à la féminité plus discrète, plus polissée (du moins physiquement). Ce type de féminité a tout d'une féminité bourgeoise (Favier, 2021), qui est également qualifiée de plus

« naturelle ». Cette supposée naturalité est synonyme de spontanéité et de d'authenticité, rappelant alors que tout travail du corps est situé historiquement et socialement (Barbier, Chuang, Gallot, 2020). Ainsi, l'embourgeoisement physique des candidat.e.s, moins « vulgaires », est une stratégie qui permet de renouveler physiquement la signification d'authenticité.

Enfin, la dernière stratégie identifiée afin de garantir l'authenticité de l'activité est celle (paradoxale) de contrôler le lâcher-prise. En d'autres termes, les membres des sociétés de production contrôle que les candidat.e.s ne soient pas en train de contrôler leurs émotions

Moi : Et en off comment ça se passe ?

Eva : [...]

Mais après y a pas beaucoup de off, on a pas le droit de faire du off c'est très dur on est vraiment pistés par la production pour pas faire de off parce que par exemple tu vois si y a deux personnes qui se rapprochent mais en off bah c'est horrible parce que... parce que la production elle aura pas le premier bisou face cam[éra], et la prod elle veut quand même de l'authenticité mine de rien

Moi : Et comment il vous le disait qu'ils voulaient de l'authenticité ?

Eva : Bah en fait ils nous interdisaient de faire du off, on a un micro sur nous tout le temps pratiquement tu vois à part la nuit, donc dès qu'ils entendent qu'on parle, si on parle de trucs, de gens qui se mettent d'accord « viens demain on fait ça » nonononon, vous vous mettez d'accord sur rien, vous laissez faire les choses. Ils nous contrôlent quand même.

La production met donc en place une surveillance permanente des interactions, afin de garantir l'authenticité de ce qui est tourné. En d'autres termes, c'est en contrôlant les interactions en *off*, qui ne sont alors plus authentiques ou spontanées, que l'authenticité du *in* est préservée. Pour autant, la superposition totale des sphères intimes et professionnelles dans la télé-réalité crée au-delà même d'une continuité, une unité de ces sphères : en contrôlant le *off*, les productions contrôlent donc également le *in*. On ne peut pas alors vraiment estimer que cette stratégie garantisse l'authenticité des interactions qui se font face à la caméra, car elles sont en partie le résultat du contrôle des moments hors-caméras, et ne sont donc pas « spontanée » (alors même qu'ils confondent authenticité et spontanéité).

C) Rompre l'authenticité.

Au vu de l'enjeu majeur que constitue l'authenticité dans l'économie signifiante des télé-réalités de vie collective, que signifie le fait de la rompre ? On verra d'abord comment pour les candidat.e.s cela peut représenter une résistance à la subordination, lorsque pour les productions, cela pourrait représenter un renouvellement nécessaire.

Briser l'effet de réel (Barthes, 1968), c'est d'abord pour les candidat.e.s, une modalité de résistance au travail dans le cadre de conflictualités ordinaires (Bouffartigues, Giraud, 2019), c'est-à-dire qui ne s'incarne pas dans un mouvement social structuré mais dans des actions individuelles et épisodiques. En effet, sous couvert « d'expérience humaine » (expression employée par la casteuse et par Jules), nous avons pu constater que la télé-réalité était loin d'être exempte de conflits et de contrôles, pour lesquels l'impératif d'authenticité est au centre. En jouant des contraintes télé-visuelles pour les exposer, rompre l'authenticité permet aux candidat.e.s de sélectionner les passages dont iels souhaitent qu'ils soient gardés privés.

Alice : En fait c'est une scène toute bête où un mec de télé dit à tout le monde « Ah bah tu vis à Cannes bah t'es une michto⁴ » moi je me dis ok bon c'est ça la télé en fait ? J'attendais à des embrouilles un peu plus poussée quand même, et du coup bah t'as pas d'attaques contre ça parce que tu te dis merde, le niveau est vachement bas, et du coup moi j'ai réagi à ce moment là, ça faisait même pas 24h que j'étais arrivée, j'ai pris le micro je l'ai jeté et je savais qu'en faisant ça la scène allait pas passer à la télé, et je leur ai dit c'est bon je me casse, vous me cassez les couilles. Donc y a des termes, ouais quand t'enlèves ton micro, tu sais que ce sera pas diffusé, ou quand tu regardes la caméra, ça c'est un moyen que j'ai appris quand tu veux pas que ce soit diffusé, pour contrôler un peu. Y a aussi des choses que tout le monde faisait, tu dis des noms de marques, par exemple tu vas dire Gucci Gucci Hermès, et la scène elle est censurée parce que ça peut pas être passé à la télé.

Les contraintes télévisuelles s'incarnent ici de deux façons : d'une part celle de la diffusion (les programmes de télé-réalité ne peuvent pas exposer des marques sans devoir leur payer une taxe), de l'autre, celle de la fabrication des programmes dans leur aspect matériel (caméra, micro). Cette dernière modalité de résistance revient en quelque sorte à briser le quatrième mur de la télé-réalité, en exposant les marqueurs de la production qui sinon, tente autant que faire se peut d'être oubliée (et pour preuve, ces séquences ne sont pas diffusées). Ainsi, les candidat.e.s jouent des contraintes de la télé-réalité par des résistances ordinaires au travail, qui consistent ici en la rupture de l'illusion d'authenticité, qui est pourtant l'un des impératifs de leur activité.

Pour les productions, l'impératif d'authenticité résulte en une invisibilisation totale de leur travail : l'activité des candidat.e.s, pour être authentique, ne doit pas sembler médiée par autrui. Cette invisibilisation s'observe dans les programmes, où ni les caméras, ni les micros, ni aucune personne de la production qui ne soit pas incluse dans le dispositif (comme les coachs par exemple) n'apparaît dans le champ. L'occultation de ce travail et des personnes qui l'exercent s'incarne d'ailleurs physiquement, puisque lors de mon casting, la casteuse était hors-

champ, mais surtout, elle était plongée dans le noir tandis que j'étais placée en pleine lumière. Cette occultation, qui a pour objectif de rendre le programme plus « authentique » est pour autant tout sauf naturelle, dans la mesure où l'on peut estimer que, depuis plus de vingt ans de télé-réalité, les publics la connaissent et savent qu'il y a des personnes qui travaillent derrière les caméras. Outre l'évolution temporelle, accompagnée par différents scandales et révélations sur le rôle de « la prod » dans les interactions des programmes, cela tient également à l'évolution du dispositif. En effet, là où des télé-réalités comme *Loft Story* (et plus tard *Secret Story*), ou *L'île de la Tentation* étaient filmées par des caméras fixes, avec des plans fixes, ce sont aujourd'hui des caméras à l'épaule (impliquant donc des personnes qui les tiennent) qui suivent les candidat.e.s. À cette dimension filmique qui inclue du personnel, s'ajoute également la distance que produit la diffusion ultérieure au tournage, là où auparavant la plupart des télé-réalités comportaient une partie de direct, qui a pour effet de rendre plus réel le programme (Jost, 2007). Ainsi, une perspective de renouvellement pour les productions serait de montrer leur travail, du moins cesser de le cacher, afin de renforcer l'authenticité (réelle ou supposée) des dispositifs télévisuels.

L'authenticité est donc un enjeu majeur de la télé-réalité, source de conflits, et de stratégies pour la maintenir. En tant qu'enjeu professionnel, rompre l'authenticité est pour les candidat.e.s une forme de résistance au travail, lorsque pour les membres de la production, briser ce quatrième mur de la télé-réalité pourrait représenter une modalité de renouvellement du dispositif télévisuel. Ainsi, quand bien même ces personnes sont sélectionnées pour représenter un certain type qu'ils sont « naturellement », faire de la télé-réalité représente une activité, donc un travail spécifique. Ce travail demande la mise à profit de qualités personnelles et professionnelles, acquis dans des métiers de l'image et du service, qui se doivent pourtant de rester invisible, car la télé-réalité ne doit pas montrer qu'un service ou une activité spécifique est réalisée, par impératif d'authenticité. Dans la majeure partie des sphères professionnelles, travail de l'apparence (corporel et esthétique) et travail émotionnel ne sont pas rémunérés en tant que tel, de façon explicite, ce qui confirme bien l'hypothèse selon laquelle la télé-réalité constitue une extension du domaine marchand : les candidat.e.s sont rémunérées pour des tâches qui leurs sont sinon extorquées implicitement, et surtout gratuitement.

Conclusion.

Pour conclure, faire de la télé-réalité en tant que candidat.e est bien un travail au sens du droit, un travail rémunéré donc en ce qu'il répond aux critères qui permettent d'établir un contrat de travail. D'abord la rémunération, financière certes, mais aussi symbolique en capital de visibilité. Ces deux type de contreparties à l'activité s'alimentent, le capital symbolique est convertible en capital financier, à la façon dont le capital culturel certifié peut être convertible en capital financier. Même si dans le droit, la rémunération n'est pas considérée comme une contrepartie à la cession de droits de la personnalités, sont sont tout de même des personnalités inconnues que l'on rémunère pour leur image, ce qui constitue une extension considérable du domaine marchand, là où avant le travail de soi en tant que personnage public était réservé aux personnes ayant déjà acquis un capital de visibilité. Ce sont néanmoins des types précis de personnalités qui sont rémunérées, puisque le travail de la télé-réalité est un travail contraignant. Le deuxième critère des contrats de travail (la subordination) est ici envisagé sous l'angle plus large de la contrainte, qui permet notamment d'inclure l'auto-contrainte. Cette subordination dans le travail s'exerce de façon diluée, ce qui a pour résultat des contraintes floues, résultat d'un *new-management*, et de l'aspect total de leur activité professionnelle (le candidat.e.s travaillent en permanence). Le capital de visibilité acquis peut alors être un stigmate, dans un contexte où participer à un programme reste une activité dévaluée et excluant de la norme, ce qui contraint les candidat.e.s dans le reste de leur carrière. En tournage, ce qui leur permet d'être sélectionné.e.s et diffusé.e.s c sont avant tout des logiques stéréotypale de différenciations en plusieurs performance typiques, impératif propre aux logiques des industries culturelles. Pourtant, même après avoir été sélectionné.e.s pour répondre à un certain type, les candidat.e.s doivent réaliser une activité (troisième critère des contrats de travail). Cette activité peut être spécifique à la télé-réalité, comme l'impératif de (dé)monstration de soi ; mais peut être aussi un travail qui s'exerce dans d'autres professions (le travail de l'apparence t le travail émotionnel) à la différence que, dans la télé-réalité, ce travail est la seule activité qui leur est demandée. En d'autres termes, leur travail émotionnel et de l'apparence seul ne pourrait pas leur garantir une rémunération dans le cadre d'un travail rémunéré. Comme ces formes de travail sont par ailleurs effectuées par tout en chacun dans sa vie quotidienne, cette profession est dévaluée, déconsidérée en la faisant reposer sur des qualités naturalisées, ce qui permet de le garder invisible afin de répondre à l'impératif d'authenticité d'un capitalisme affectif.

Il semble alors que cette extension du domaine marchand à la personnalité et à de nouvelles formes de travail produit plusieurs choses. D'abord, elle étend ce pour quoi ces

personne, souvent issues des classes populaires, peuvent être rémunérées : ces tâches sont pour la plupart du temps considérées comme des données d'un autre type de travail, ou comme du travail reproductif gratuit. La télé-réalité leur donne alors l'occasion de capitaliser sur le travail effectué gratuitement, rémunérer des tâches sinon invisibles : l'extension du domaine marchand, c'est l'extension de ce pour quoi on peut être payé.e.s. Cela se rapproche de ce qu'explique Mathieu Trachman (2015, chap. 4) : "De ce point de vue, présenter systématiquement le travail pornographique comme le modèle de l'exploitation sexuelle des femmes masque le fait que, s'il est imbriqué dans les inégalités de genre, il peut également en être une porte de sortie : parce que des femmes y négocient explicitement des services sexuels traditionnellement extorqués ou invisibilisés ". Cependant, le domaine marchand ne se limite pas seulement à la rémunération ou non d'une activité, mais passe aussi au sein du capitalisme par un ensemble de processus de contrôle et de domination. La télé-réalité, comme n'importe quel travail, est alors accompagné d'institutions disciplinaires, dans lequel l'individu se doit d'être rentable en permanence, et dans lequel il est aliéné au fruit de son travail, dissocié de sa personne et approprié par autrui. La différence ici, dans ce qui est un des aboutissements du capitalisme affectif et de la marchandisation des émotions, est que le produit de son travail est la mise en forme de soi en une version de soi amplifiée, une « sur-performance de soi ». L'aliénation produite est alors une aliénation de soi à soi, qui se poursuit dans toutes les sphères de la vie des individus, puisqu'être une personnalité publique est un emploi permanent, dans lesquelles les limites de l'activité sont diluées lorsque sphère intime et sphère professionnelles sont superposées.

Toutefois, il faut prendre en compte que les seules candidates avec lesquelles je me suis entretenue sont des candidates n'ayant pas réussi à parfaitement « s'insérer physiquement et psychologiquement » (des mots de Jules) dans l'expérience professionnelle de la télé-réalité. En effet parfaitement « s'insérer », être la meilleure candidat.e, n'est-ce peut-être pas justement ressentir la télé-réalité non pas comme un travail contraignant, mais comme le formulait Karl Marx « la pure expression de soi » ? Ainsi, sans considérer le travail de la télé-réalité comme un moteur du néo-libéralisme (mais plutôt comme une conséquence de celui-ci), mais sans non plus l'appréhender naïvement comme une niche révolutionnaire, l'hypothèse peut être dressée que, pour les candidat.e.s ayant une carrière réussie, la télé-réalité est un lieu de contre-pouvoir au sein du néolibéralisme qui leur permet de profiter de hautes rémunérations en effectuant un travail intime qu'ils réalisent déjà, sans subordination, dans leur vie privée. Reste à voir si cette hypothèse est vérifiée, mais aussi si réaliser ce travail « privé » sous le regard des caméras est une contrainte, quels sont les effets socialisateurs de ce travail (est-ce que la contrainte des

caméras s'estompe ?), quelles sont les socialisations et caractéristiques socio-démographiques des candidat.e.s qui « s'insèrent » le mieux dans cette expérience, et sûrement plein d'autres questionnements qui viendront s'y ajouter par la suite, dressant un programme de recherche tout à fait enthousiasmant.

Bibliographie.

Anderson, Chris. *The Long Tail: Why the Future of Business is Selling Less of More*. Hyperion, 2006.

Barbier, Pascal, Ya-Han Chuang, et Fanny Gallot. "Présentation." *Recherches sociologiques et anthropologiques*, vol. 51-2, 2020

Barthes Roland. L'effet de réel. In: *Communications*, 11, 1968. Recherches sémiologiques le vraisemblable. pp. 84-89.

Becker, Howard. *Les mondes de l'art*. Paris, Flammarion, 1988.

Biscarrat, Laetitia. « 20 ans de télé-réalité, 20 ans de sexisme: une approche computationnelle des inégalités de genre - Loft Story et Les Marseillais à Dubaï ». Séminaire Les voies de l'image, Villa Arson, Nice, 23 mars 2023.

Blandin, Claire, et al. « Présentation. Féminismes et médias: une longue histoire ». *Le Temps des médias*, vol. 29, no. 2, 2017, pp. 5-17.

Boltanski, Luc, et Ève Chiapello. *Le nouvel esprit du capitalisme*. Paris, Gallimard, 1999.

Bouffartigue, Paul, et Baptiste Giraud. "Conflictualités ordinaires au travail." *La nouvelle revue du travail*, vol. 15, 2019.

Bourdieu, Pierre. « Le champ scientifique ». *Actes de la recherche en sciences sociales*, vol. 2, no. 2-3, juin 1976, pp. 88-104.

Bourdieu, Pierre. *La Distinction, critique sociale du jugement*. Paris, Les Éditions de Minuit, 1979.

Bourdieu, Pierre. *Le sens pratique*. Éditions de Minuit, 1980.

Bourdieu, Pierre. *Sur la télévision*. Liber-Raisons d'agir, Paris, 1996.

Butler, Judith. *Trouble dans le genre. Pour un féminisme de la subversion*. Traduit de l'américain par C. Kraus, Paris, Éd. La Découverte, 2005.

CARON Caroline « Vues mais non entendues, les adolescentes québécoises et l'hypersexualisation », *Presses de Laval*, 2014.

CCCS (Ed.). *Women Take Issue: Aspects of Women's Subordination*. 1st ed., Routledge, 1978.

Chambat-Houillon, Marie-France. « Pour une éthique élargie des médias : l'hypothèse de la sincérité ». *Télévision*, vol. 12, no. 1, 2021, pp. 51-67.

Charron, H., & Auclair, I. « Démarches méthodologiques et perspectives féministes ». *Recherches féministes*, 2016.

COULDRY N., REYNOLDS P. E., 2006, « La télé réalité ou le théâtre secret du néolibéralisme », *Hermès, La Revue*, 44 : 121-127.

Couvry, Camille. "Le travail corporel dans le contexte des élections de Miss." *Recherches sociologiques et anthropologiques*, vol. 51-2, 2020, mis en ligne le 01 juin 2021

Darmon, Muriel. « Le psychiatre, la sociologue et la boulangère : analyse d'un refus de terrain ». *Genèses*, vol. no 58, no. 1, 2005, pp. 98-112.

Delphy, Christine, « Penser le genre : problèmes et résistances », *L'Ennemi Principal*, vol 2 : *penser le genre*, Paris, Syllepse, 2001, p.243-260.

Desprat, Diane. « Une socialisation au travail émotionnel dans le métier de coiffeur ». *La nouvelle revue du travail*, vol. 6, 2015.

Eco, Umberto. *La Guerre du faux*. Éditions Grasset & Fasquelle, 1985.

Esquenazi, J.P. « Loft Story, une expérience de déliaison ». *Médiamorphoses*, n° 5, Paris, INA, 2002, pp. 4-13.

Favier, Elsa. « Se forger un corps « désirable dans le pouvoir ». L'apprentissage d'une féminité dirigeante à l'ENA », *Genèses*, vol. 123, no. 2, 2021, pp. 49-68.

Foucault, Michel. *Surveiller et punir: Naissance de la prison*. Gallimard, 1975.

Fricker, Miranda. « Testimonial Injustice ». *Epistemic Injustice: Power and the Ethics of Knowing*, Oxford University Press, 2007, pp. 9-19.

Gaulejac, V. (de). *La Société malade de la gestion. Idéologie gestionnaire, pouvoir managérial et harcèlement social*. Paris, Le Seuil, 2009.

Goffman Erving. La ritualisation de la féminité. In: *Actes de la recherche en sciences sociales*. Vol. 14, avril 1977. Présentation et représentation du corps. p. 34-50.

Goffman, Erving. *La mise en scène de la vie quotidienne*, t. 1, La présentation de soi, Paris, Minuit, 1973 a (1959).

Guénif-Souilamas, Nacira. "La fin de l'intégration, la preuve par les femmes." *Mouvements*, vol. no 39-40, no. 3, 2005, pp. 150-157.

Guillaumin, Colette. "Pratique du pouvoir et idée de Nature (1) L'appropriation des femmes." 1978.

Hakim, Catherine. *Erotic Capital: The Power of Attraction in the Boardroom and the Bedroom*. New York, Basic Books, 2011.

Hall, Stuart, Michèle Albaret, and Marie-Christine Gamberini. "Codage/décodage." *Réseaux*, volume 12, n°68, 1994, pp. 27-39.

Hartley, John. *A Short History of Cultural Studies*. Sage Publications, 2003

Hochschild, Arlie Russell. "Travail émotionnel, règles de sentiments et structure sociale." *Travailler*, vol. 9, no. 1, 2003, pp. 19-49.

Jacquemart, Alban, and Viviane Albenga. "Pour une approche microsociologique des idées politiques. Les appropriations ordinaires des idées féministes." *Politix*, vol. 109, no. 1, 2015, pp. 7-20.

Jacquot, Lionel et Ingrid Volery. "Le travail dans la peau. Les figures du corps dans la sociologie du travail contemporaine." *La nouvelle revue du travail [En ligne]*, vol. 14, 2019

Jehel, Sophie. « Le jeu de télé-réalité comme fabrique du consentement aux principes du travail néolibéral », *Travailler*, vol. 39, no. 1, 2018, pp. 81-100.

Jost, F. *L'empire du loft (la suite)*. Paris, La Dispute, 2007a.

Jost, F. *Le culte du banal. De Duchamp à la télé-réalité*. Paris, CNRS Editions, 2007b.

Kondracki, Aziliz. "Télé-réalité et hétérosexualité. Analyse de la production de l'émission Mariés au premier regard en Pologne." *Réseaux*, vol. 237, no. 1, 2023, pp. 67-91.

Kredens, Elodie. *La réception publique et "privée" de la télé-réalité : De la sphère médiatique aux "jeunes publics"*. Université de Lyon, 2008.

Lavigne, J. & Piazzesi, C. "Femmes et pouvoir érotique." *Recherches féministes*, vol. 32, no. 1, 2019, pp. 1–18.

Le Grignou, Brigitte, and Érik Neveu. *Sociologie de la télévision*. La Découverte, 2017.

- Al Majnouna. "Généalogie de la 'beurette', stop aux insultes sexistes et racistes." *LMSI*, 2020.
- Mardon, Aurélia. « Sociabilités et travail de l'apparence au collège », *Ethnologie française*, vol. 40, no. 1, 2010, pp. 39-48.
- Martin-Juchat, Fabienne. « Penser le corps affectif comme un média », *Corps*, vol. 4, no. 1, 2008, pp. 85-92.
- Martin-Juchat, F., 2015, « Le capitalisme affectif : enjeux des pratiques de communication des organisations », in S. Parini (Dir.), *Communications organisationnelles, management et numérique*, Paris, L'Harmattan : pp. 59-68.
- Martuccelli, Danilo. "Le travail et la subjectivité : continuités et inflexions." *Travail et subjectivité : Perspectives critiques*, dir. Daniel Mercure et Marie-Pierre Bourdages-Sylvain, Presses Universitaires de Laval, 2017, pp. [65].
- Mauss, Marcel. "Chapitre premier. Notion de technique du corps." *Sociologie et anthropologie*, sous la direction de Mauss, Marcel. Presses Universitaires de France, 2013, pp. 363-372.
- Mace, É. "Loft Story, un Big Brother à la française." *Médiamorphoses*, hors-série, Paris, PUF-INA, 2003, pp. 127-131.
- Madani, L. "Une lofteuse à Alger." *Médiamorphoses*, hors-série, Paris, PUF-INA, 2003, pp. 114-117.
- McRobbie, Angela. "Post-feminism and popular culture." *Feminist Media Studies*, vol. 4, 2004, pp. 255-264.
- Méda, Dominique. "Une histoire de la catégorie de travail." *Repenser le travail et ses régulations*, edited by Christophe Lavialle, Presses universitaires François-Rabelais, 2011, pp. 33-48.
- Mehl, Dominique. *La télévision de l'intimité*. Paris, Seuil, 1996.
- Mennesson, Christine, and Jean-Paul Clément. "Boxer comme un homme, être une femme." *Actes de la recherche en sciences sociales*, vol. 179, no. 4, 2009, pp. 76-91.
- Morin, E. *Les stars*. Paris, Seuil, 1972.
- Naudet, Jules. *Entrer dans l'élite. Parcours de réussite en France, aux États-Unis et en Inde*. Presses Universitaires de France, 2012.
- Oakley, Ann. *The Sociology of Housework (Reissue)*. 1st ed., Bristol University Press, 2018.

Pfeiffer, Alice. *Je ne suis pas une Parisienne*. Stock, 2019.

Pouillaude, Amélie. "Au-delà de l'apparence : les coulisses du travail sportif des pratiquantes de twirling bâton à travers le prisme de l'âge." *Agora débats/jeunesses*, vol. 90, no. 1, 2022, pp. 103-114.

Psalti, Aurelia. *Les enjeux juridiques des émissions de télé-réalité*. Université catholique de Louvain, 2014.

Quemener, Nelly. " 'Ma chérie, il faut révéler ta féminité !' Rhétorique du choix et de l'émancipation dans les émissions de relooking en France." *Raisons politiques*, vol. 62, no. 2, 2016, pp. 35-49.

Roussel, Violaine. "Une économie des émotions." *La nouvelle revue du travail*, vol. 6, 2015.

Schütz, G. *Jeunes, jolies et sous-traitées : les hôtes d'accueil*. Paris, La Dispute, 2018.

Segré, Gilles. "La fabrication télévisuelle de la star. Loft story sous le regard du sociologue." *Réseaux*, vol. no 137, no. 3, 2006.

Skeggs, Beverley, and Helen Wood. *Reacting to Reality Television: Performance, Audience and Value*. Routledge, 2012.

Sorignet, Pierre-Emmanuel. "Être danseuse contemporaine : une carrière 'corps et âme'." *Travail, genre et sociétés*, vol. 12, no. 2, 2004, pp. 33-53.

De Sousa Santos, Boaventura. "Epistémologies du Sud." *Etudes rurales*, vol. 1, no. 187

Spivak, Gayatri Chakravorty. *Can the Subaltern Speak?*. Macmillan, 1988.

Theviot, Anaïs. "Confinement et entretien à distance : quels enjeux méthodologiques ?" *Terminal*, no. 129, 2021, <http://journals.openedition.org/terminal/7193>.

Tourre-Malen, Catherine. "La figure marseillaise de la 'cagole' : hyperféminité assumée versus vulgarité stigmatisée?" *Recherches féministes*, vol. 34, no. 1, 2021, pp. 105-120.

Trachman, Mathieu. *Le travail pornographique. Enquête sur la production de fantasmes*. La Découverte, 2013.

Warhurst, C., & Nickson, D. *Looking Good, Sounding Right*. Industrial Society, 2001.

Wittig, Monique. *La Pensée straight*. Éditions Amsterdam, 2007.

