Corps Discriminations Harcèlement/ Cybersexisme Masculinités Sexualités Violences

TÉLÉ-RÉALITÉ



MÉTHODE



Vous trouverez sur YouTube des extraits, des compilations, des bandes-annonces de nombreuses émissions.

Intention pédagogique

Déconstruire la fabrication de la télé-réalité, particulièrement les émissions en univers clos et/ou de séduction ; questionner les représentations des femmes et des hommes, leurs valeurs, leurs centres d'intérêt, leurs relations.

Pistes d'exploitation

La séance sur la télé-réalité peut commencer par la distribution d'un questionnaire, anonyme (*voir ci-dessous ; il peut être distribué préalablement à la séance)* dont les réponses seront commentées par l'ensemble des élèves ; certains des éléments proposés dans l'analyse, l'annotation et les ressources permettront de développer la partie concernant la production et la réalisation ainsi que les représentations en fonction des sexes.

Questionnaire

- Regardez-vous des émissions de télé-réalité ?
- Si non : pourquoi ? (et fin du questionnaire)
- Si oui : lesquelles ?
- Lesquelles préférez-vous ? Pourquoi ?

Concernant spécifiquement les émissions de type "jeunes entre eux" (Secret Story, Princes de l'amour, Villa des cœurs brisés, Ch'tis, Les Marseillais, Les Anges, etc.)

- Qu'appréciez-vous dans ces émissions ?
- Qu'est-ce que vous n'aimez pas ?
- Comment sont les femmes ? (en général ou en particulier pour une émission)
- Comment sont les hommes ? (en général ou en particulier pour une émission)
- Que pouvez-vous dire des relations des femmes entre elles ? Des hommes entre eux ? Des femmes et des hommes ?

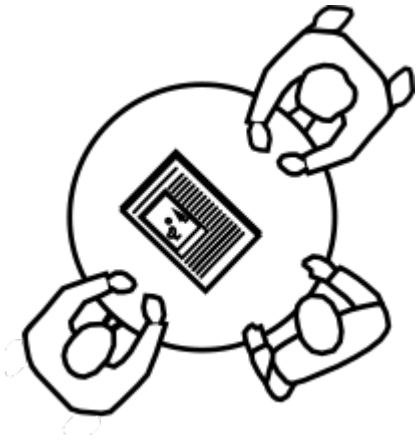
Concernant la production et la réalisation des émissions
- La réalité : réelle ou manipulée ? Justifier (par exemple, le montage témoigne d'une fabrication)
- Les participants : acteurs/actrices ou non ? Justifier.
- Le développement de l'émission : scénarisé ou non ? Justifier.
- Pourquoi participer à ce genre d'émission ? Avantages ? Inconvénients ?

Note : tout ce qui concerne l'impact éventuel de ces émissions sur les enfants et adolescents, tant au niveau de leur construction identitaire et psychologique que de leurs interactions sociales et amoureuses, n'est pas traité ici ; les ressources proposées dans les PROLONGEMENTS vous permettront d'aborder cet aspect.

À voir

Valérie Rey-Robert, essayiste féministe, à propos de son livre *Télé-réalité: la fabrique du sexisme*
et aussi une intervention de Aziliz Kondracki autrice de “Forever Love. Quand la télé-réalité s’empare de l’amour” (écrit avec Anaïs Schenké) qui se pose la question : La téléréalité est-elle éthique ?
En réalité, derrière ses aspects trash et provocateur, la téléréalité réactive des thématiques télévisuelles bien ancrées : patriarcat, conservatisme, injonctions hétéronormées. Dès lors, quoi d'étonnant si la téléréalité ressemble aux feuilletons, aux reportages, aux séries qui tous ressemblent à la téléréalité ?

ANALYSE



Rappel : focus sur les émissions d'enfermement et de séduction.
Depuis la rédaction de cette fiche, de nombreuses autres émissions ont été diffusées. Des élements de cette fiche pourront toutefois toujours vous donner des élements pour aborder la téléréalité.
Chaque rubrique peut donner lieu à une discussion collective ou par petits groupes ; les éléments proposés ci-dessous, rédigés en majorité à partir de la documentation réunie dans les PROLONGEMENTS, vous permettront d'alimenter la discussion.

FABRICATION

Le casting

D'abord sélectionnés via les réseaux sociaux, les discothèques, la rue, les candidats sont soumis à un casting. On voit aussi de nombreux participants passer d'une émission à l'autre.
Le casting (sélection) est effectué par des professionnels qui travaillent pour la production exactement comme pour un film ou une série télé.
La personne chargée du casting sélectionne les profils qui correspondent à la demande de la production en vue d'un scénario pré-déterminé.
Sont recherchées des personnes qui correspondent à un rôle qui leur sera attribué, étant entendu que la réussite du casting détermine en grande partie la réussite de l'émission. L'apparence est primordiale. Il ne s'agit ni de compétences ni de talent (ce qui n'est pas le cas dans des émissions comme Nouvelle star ou The Voice où on demande aux candidats de savoir chanter).
Il est important que différents types de personnalités soient représentés afin de faciliter des interactions attractives pour le public (amour, rivalité, domination etc.) et tout particulièrement des clashs.

Grâce au buzz généré par ces clashs, l'émissions gagne en notoriété donc en recettes publicitaires.
Dans " Les princes et les princesses de l'amour" les participants servent d'appât pour le casting, via des vidéos.
Voir les candidats de la saison 4 : https://www.youtube.com/watch?v=CgK4V0ggiwI
Voir aussi : *Comment sont choisies les candidates du Bachelor US?*
http://www.slate.fr/story/163391/casting-candidates-bachelor-etats-unis

Acteurs ou non ?

Les participants sont rémunérés et signent un contrat de travail, en ce sens ils peuvent être considérés comme des acteurs, leur marge d'improvisation étant plus ou moins importante selon les productions.
Voir la requalification en contrat de travail des conventions qui lient les participants aux producteurs de l'émission de télé-réalité "L'île de la tentation" sur TF1:
https://www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2009/06/22/c-est-la-fin-de-la-tele-realite-illicite_1209197_3236.html

Droit du travail

« Quel employeur peut confisquer les passeports de ses salariés ? Quel employeur peut interdire à ses salariés de communiquer avec des tiers en dehors des heures de travail ? Quel employeur peut vous priver de votre liberté d'aller et venir en dehors des heures de travail ? Quel employeur vous impose, de manière insidieuse, de boire une dose d'alcool à laquelle vous n'êtes pas habitué ? Encore, quel employeur peut vous priver de toute indication temporelle ? Contre La Grosse Équipe, j'ai gagné tous mes procès. Pareil pour les autres boîtes de production d'émissions de télé-réalité… Dès 2011, les producteurs ont été condamnés pour la violation des libertés fondamentales des participants, qui sont leurs salariés. » (Julien Assous, avocat)
https://www.mediapart.fr/journal/france/260421/les-anges-de-la-tele-realite-un-enfer-de-sexisme-0?page_article=2
En **2026**, suite à la diffusion de "Love is blind" trois candidats français dénoncent des « *traitements inhumains ou dégradants* » pendant le tournage et portent plainte : isolement, enfermement, contrôle avec des conséquences sur leur santé mentale et leur

réputation.
Source : Article du Monde.

Confessionnal/Miroir

Fausse sincérité, fausses confidences, ces "confessions" sont utilisées pour influencer le spectateur et faire monter la tension entre les participants. Souvent filmées très tard, les participants fatigués, voire au bout du rouleau, craquent facilement. Les moments clés tournent sur les réseaux sociaux. Ce dispositif cruel crée l'illusion de l'intimité (le confessionnal est un lieu où une personne parle et une seule écoute) alors que la multitude des spectateurs se repaît des erreurs, pleurs, jalousies, etc. des confessés. Le public a une position de juge alors que le confessé est exposé. Ce dispositif renforce la position de "voyeur" des spectateurs.

Le vote

Il permet à la société de production de générer des revenus supplémentaires (les appels sont payants). Le public est en position de supériorité puisqu'il peut décider, juger, virer qui bon lui chante (même si sa subjectivité est fortement influencée par les buzz qui précèdent le vote).
D'après plusieurs témoignages, le vote serait souvent truqué par la production qui a décidé qui elle voulait garder.

La voix off

Elle commente, elle juge, elle sait : la voix se place au-dessus des protagonistes et influence la perception des spectateurs.

Interventions de l'animateur/animatrice

Censées faire monter le suspens, ces interventions, placées avant ou après l'interruption publicitaire, inscrivent, comme la voix off, l'émission de télé-réalité dans un processus de fiction scénarisée. Elles nous disent quoi penser, à quoi attacher de l'importance, posent des questions dont la suite est censée nous donner la réponse (réussira-t-il/elle à ... ? sera-t-il/elle assez ...?,

etc).

Procédés de fidélisation

Ils sont nombreux : résumés télévisés, réseaux sociaux, sites officiels, blogs, presse people,...
Parmi ceux-ci, particulièrement cruels, les bourdes des candidat.e.s qui sont extraites des émissions et tournent en boucle sur les réseaux sociaux ou youtube; ils/elles sont alors moqués, ridiculisés, humiliés, offerts en pâture au public alors que leur manque de culture générale est justement un des critères de sélection. Le public peut alors se sentir supérieur. (sur youtube par exemple, les perles de la téléréalité : https://www.youtube.com/watch?v=DeoQWPNkPFU)

Fiction ou non ?

Toutes les émissions ont une trame fixée par la production et les participants ne sont pas là pour faire ce qui leur plait mais pour exécuter les consignes qui leurs sont données. Le casting induit un certain nombre de relations et de situations -type et certains sujets de conversation sont interdits (religion et politique notamment). Notons au passage qu'il semble que toute conversation à minima intelligente et cultivée soit considérée comme repousse-public, d'où le choix des candidats.

> Selon Jérémie Assous (avocat des candidats de télé-réalité), la télé-réalité est une sorte de fiction : "*Prenez "Loft Story", les treize participants étaient filmés en moyenne 22 heures par jour, par **45 caméras**, soit un total de 990 heures d'images tournées par jour, pour une demi heure de diffusion chaque soir. **Chaque diffusion quotidienne utilisait donc seulement 0.05% du total des images disponibles, soit 0.004% par candidat.** De plus, les participants devaient exécuter toutes les consignes de la production, respecter un emploi du temps prévoyant des activités différentes toutes les 15 minutes. Les scènes sont répétées, les costumes et sujets de discussion imposés. Cela permet de fabriquer n'importe quelle histoire, de créer du suspens, d'éxagérer l'importance de quelques minutes*."

> Un ancien candidat de Secret Story 4 , Robin, a affirmé durant l'émission de Jean Marc Morandini que « ***l'émission est scénarisée et truquée à 100%*** *». D'après lui, la production sait d'avance qui sera le gagnant de l'émission et organise tout afin de parvenir à ses fins. Un exemple concret : Le candidat qui gagnait la carte joker obtenait directement une place en finale. « Le quizz a été bidonné, la production n'a pas montré les images et tous les candidats en sont témoins. C'est la production qui choisit tout. ».* Robin dit par la suite qu'il n'avait aucune preuve de ce qu'il avançait, juste sa parole. Il reste à se demander si les votes des téléspectateurs sont aussi truqués lors des éliminations de candidats."
> Source: http://tele-realite-tpe.e-monsite.com/pages/quels-sont-les-moyens-et-les-techniques-utilisees-par-les-producteurs-d-emissions-de-telerealite-afin-de-developper-ce-type-d-emissions.html
> *(ce lien ne fonctionne plus , nous le gardons juste pour sourcer cet extrait)*

Le montage

Même si les candidats sont filmés en continu par **plusieurs** caméras, le choix de montrer telle ou telle personne, d'insister sur un geste, une mimique (dans l'unique but un but d'influencer le regard du spectateur), de mettre en avant une situation précise se décide au montage. En ce sens, l'émission de télé-réalité est bien "réalisée" (au sens de mise en scène).

> "Quelle est l'importance du montage dans la télé-réalité ?
> Réponse d'un cadreur et d'un assistant vidéo :
> "*Le montage est une partie cruciale de la télé-réalité et c'est là où va se faire une très grosse partie de la scénarisation. Car c'est à ce moment là qu'on va définir vraiment l'angle, c'est-à-dire choisir ce qui va être montrer. Pour un épisode de SuperNanny, il y a 9 jours de tournage pour un total environ d'une vingtaine d'heures de rushs. Lors du tournage le journaliste va donc guider le cadreur sur les éléments importants à filmer en multipliant les pistes (problème dans la nutrition, trop de télé, parents trop stricts etc...). Au montage, suivant comment s'est déroulé le tournage dans sa totalité, le journaliste va indiquer quels éléments l'intéressent au monteur et quels*

éléments laisser tomber (car moins intéressants selon lui)".
Réponse d'une monteuse
"*Le montage est crucial dans la télé-réalité. C'est à dire que c'est à ce moment là que se décide l'histoire qui va être racontée. Face à la montagne de rushes (et du coup de situations différentes) à laquelle les productions sont confrontées, tout ne peut pas être « joué » en diffusion. Du coup* ***c'est au montage que certaines situations sont mise en avant au détriment d'autres. Et c'est ensuite ces situations qui constituent l'histoire que la production a choisi de raconter****. Après le travail du monteur consiste à créer une continuité entre ces situations choisies, et du coup à créer des enjeux là où il n'y en a pas forcément (en repassant les images plusieurs fois, en les « teasant » pendant plusieurs épisodes avant que ça n'arrive vraiment de manière à ce que le téléspectateur revienne, ou en utilisant des interviews où le personnage dit qu'il se sent perdu qu'il ne sait pas quoi faire par exemple.* "
Source:http://tpe-telerealite-lascases.blogspot.com/2015/01/les-professionnels-nous-parlent-de-la.html

L'ASPECT ECONOMIQUE

La publicité

Plus l'audience est forte plus l'écran publicitaire se vend cher, d'où la nécessité de générer un maximum d'audience en utilisant les réseaux sociaux, la presse people, etc. L'audience dépend du concept mais surtout de la personnalité des participants qui sont voués à surenchérir, provoquer des clashs, se démarquer.
Le coût de l'émission est bien évidemment à consider pour évaluer sa rentabilité.

Les produits dérivés

Vêtements, accessoires, vaisselle, jeux , autant de revenus supplémentaires pour les chaînes et les productions.
https://tpetelerealite2014.wordpress.com/la-tele-realite-illusion-et-supercherie/

Les placements de produits

"Outre les prestations en boîte de nuit et les séances de dédicaces dans les centres commerciaux, la tendance est au placement de produit. Et ça, les agents des candidats et les marques l'ont bien compris. « Les candidats de téléréalité sont très critiqués, méprisés même. Mais aujourd'hui, ce sont de vraies machines à business », explique Wesley, jeune patron de l'agence de célébrité Wevent. À seulement 22 ans, il a créé sa propre agence pour mettre en relations des marques avec ses «influenceurs». **Ces derniers utilisent leurs réseaux sociaux pour donner leurs avis sur des produits à leurs communautés. Une façon déguisée de faire de la pub et au passage, d'empocher de l'argent**".http://www.leparisien.fr/culture-loisirs/le-placement-de-produits-nouveau-business-pour-les-candidats-de-tele-realite-22-02-2017-6702363.php
"Si elle n'est pas innocente, cette publicité qui ne dit pas son nom s'avère surtout lucrative. Participer à une émission de télé-réalité, créer du buzz et gagner en followers, permet d'être en position de force pour négocier les montants des posts. Ceux-ci prennent de la valeur proportionnellement au nombre d'abonnés. Rien qu'avec le placement de produits, certains candidats réussissent à percevoir des revenus supérieurs à ceux d'une participation dans un programme de TV réalité, à tel point que pour pouvoir facturer leurs prestations, ils ont dû créer des sociétés... Pourtant, **ces candidats sont considérés comme des machines commerciales grassement lucratives**. Si c'est l'idéal pour un lancement de produit ou de nouvelle marque, le côté glamour en prend un coup. On verra rarement des produits de marques célèbres chez ce type d'influenceur. De plus, ces ambassadeurs sont parfois instables et en cas de dérapage c'est la marque qui en pâtit. L'étiquette « candidats de télé-réalité » leur colle à la peau et ce gain d'argent « facile » peut être mal perçu.".
https://espub.org/14718/

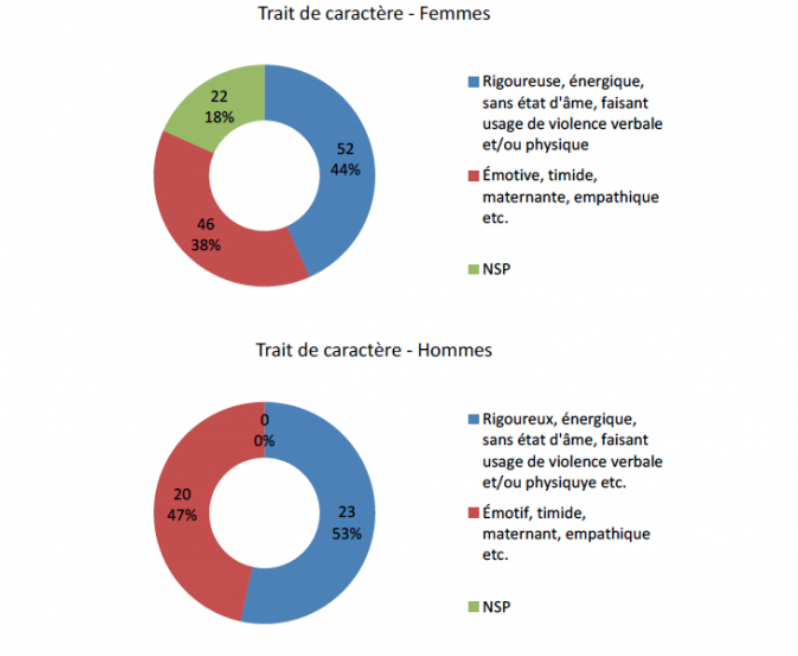
Intérêt économique à participer à ces émissions

Outre la célébrité (souvent éphémère) qu'apporte la participation à une émission, les gains financiers sont loin d'être négligeables , d'autant que les acteurs/actrices participent souvent à plusieurs émissions.
https://www.lemonde.fr/televisions-radio/article/2017/06/10/star-de-la-tele-realite-un-metier-en-or_5141947_1655027.html

LES PARTICIPANT.E.S

Physique
Les participants, hommes et femmes, sont beaux (ils/elles correspondent aux normes), jeunes, en très grande majorité blancs et hétérosexuels ; ils apparaissent régulièrement dénudés (le maillot de bain est un élément incontournable) et se doivent à tous moments et en toutes situations de continuer à jouer le jeu de la séduction (ne pas oublier qu'il faut la plupart du temps séduire un.e des participant.e.s de l'émission mais aussi le public).
Parce qu'ils adoptent un comportement ultra stéréotypé, quelques participants sont immédiatement identifiés comme homosexuels.
La séduction semble la qualité première des femmes, mais c'est aussi le cas des hommes, seuls les critères définissant la séduction sont différents. C'est aussi le moteur de leur principale, voire unique, interaction.
Pour les femmes : les talons hauts, la démarche chaloupée (style mannequin), les positions déhanchées, la grosse poitrine , les cheveux longs et le maillot de bain: pour les garçons la barbe de qques jours bien entretenue, les muscles, les tatouages.
Bimbos et machos en vase clos.
Quelques exceptions (fille ronde, garçon frêle, personnes considérées comme moches ou peu attirantes) ne sont là que pour renforcer l'attrait que les autres exercent sur le public et les uns sur les autres. Ainsi dans l'émission "La belle et ses princes" la belle doit choisir entre des "prétendants" moches et des séducteurs, et elle choisit évidemment un séducteur. Elle a elle-même été sélectionnée pour sa plastique.

Caractère
(source étude du CSA)



> *La jalousie, la rivalité, sont considérées comme naturelles entre filles, comme la vénalité est une caractéristique féminine (voir la tête des concurrentes quand elles découvrent que Greg le soi-disant millionnaire ne l'est pas).*

> *Mais plus généralement, les émissions de téléréalité valorisent d'un côté « l'hyperféminité » des candidates et de l'autre « l'ultra-masculinité » des candidats. De cette dichotomie découle une vision des rapports entre femmes et hommes stéréotypée et inégalitaire. Les candidats sont considérés comme des Dom Juan dominateurs et les candidates comme des séductrices.*(Rapport Haut conseil à l'égalité 2019)

Cadre

La villa, la piscine, la mer, le soleil, ce cadre favorise la tenue favorite des concepteurs d'émissions : le maillot de bain.

Valeurs

Les émissions de séduction qui utilisent la sélection et l'élimination favorisent la concurrence entre personnes du même sexe et limitent les échanges entre eux/elles. L'alliance avec d'autres n'est utile que pour se liguer contre quelqu'un en particulier ou l'exclure.

La culture de la virilité :

> *Nathalie NADAUD-ALBERTINI, docteure en sociologie, utilise les notions d'« idéal de virilité symbolique » et de « culture de la virilité » comme facteurs d'environnement de la téléréalité, propices aux propos haineux et à la culture du clash entre candidat.es. Il faut garder à l'esprit, en effet, que ce type de programme repose sur une vaste compétition pour la visibilité, où il faut se démarquer des autres et s'imposer. Tout dans l'émission devient champ de bataille et, pour gagner, il faut être un.e guerrier.e et vaincre les autres. Cet idéal de virilité symbolique passe par la prise de pouvoir sur l'autre, notamment...*
> *... Par exemple, dans « Les Marseillais », lors de la dernière saison, on présente les hommes par leur capacité à se battre, leurs muscles, leur détermination, leur agressivité par rapport aux adversaires, tous éléments susceptibles de constituer des armes contre l'équipe adverse. En revanche, les femmes sont considérées comme susceptibles de plaire aux adversaires et donc de créer des rivalités masculines au sein de l'équipe adverse. Les candidat.es l'expliquent de façon totalement décomplexée et œuvrent en ce sens. On a donc une instrumentalisation stratégique de l'apparence des femmes au profit des hommes et au profit de cette culture de la virilité.*
> *... Le célibat est complètement discrédité et le couple hétérosexuel est un marqueur de popularité : les candidat.es en couple sont plus montré.es à l'écran, et, par extension, plus suivi.es sur les réseaux sociaux. L'importance des couples est telle que, au début de la saison 6 des « Marseillais », le désintérêt de Jessie pour la question la met de facto au ban du groupe.2*
> (Rapport annuel sur l'état du sexisme en France en 2019, p97)

Dans le groupe, il faut donc "*s'imposer, dominer, tout faire pour s'intégrer, avoir une position de force au sein du groupe ... L'instinct de survie et loi du plus fort dominent*".*(*voir le mémoire de C.Arévalo cité dans les Prolongements*)*
L'égocentrisme, l'individualisme sont valorisés.
Les sujets de conversation (certains sont interdits par la production) tournent essentiellement autour de procédés de séduction, de potins, jalousies, commérages etc. Certaines

séances de "culture générale" ne sont organisées que pour ridiculiser les participant.e.s.
Les couples s'injurient, se jettent des objets à la tête, s'humilient publiquement, faisant des violences morales et physiques un ressort *normal* de la vie en couple.

> *Dans les émissions de téléréalité, la violence verbale et les clashs, sont inhérents à la vie de couple. Ces relations éphémères et médiatisées véhiculent des clichés amoureux oscillant entre le très « trash » et le très enfantin. Parfois, les couples de candidat.es jouent à action ou vérité, la séquence suivante il et elle s'insultent et se menacent physiquement*.
> (Rapport HCE)

Stéréoptypes

> *... le générique des « Anges » reprend également des codes stéréotypés en présentant les candidates dans un univers rose avec les objets qui caractérisent leur choix de projet professionnel et les candidats dans un univers bleu.198 Cette distinction de couleurs par sexe relève du sexisme ordinaire et accentue le conditionnement aux stéréotypes de sexe. L'étude du CSA montre que « [les femmes] sont essentiellement représentées dans la catégorie socioprofessionnelle des employées (23 %) ou des personnes sans activité professionnelles (15 %). Les métiers les plus exposés sont ceux de danseuse et serveuse »199. Les femmes de pouvoir, ayant fait de longues études, les cadres, les chercheuses — toutes celles qui bousculent de près ou de loin les clichés — ne sont jamais représentées dans ces programmes...*
> *... Dans ce modèle hétérosexuel de relations entre les femmes et les hommes, les modes de séduction sont fondés sur la rivalité et une focalisation forte sur les hommes qui sont les maîtres du jeu.*
> (Rapport Haut conseil à l'égalité)

> "*Rien n'a changé depuis des années, si bien que le sexisme y est plus que présent. "La réussite du couple est montrée comme tenant tout entière dans les mains des femmes, c'est-à-dire qu'elles doivent supporter le comportement des hommes. Elles*

> *doivent consommer des produits comme des vêtements, du maquillage, pour faire envie aux hommes, pour se mettre en couple avec eux, pour qu'ils restent avec elles. Il est considéré que l'homme n'a pas beaucoup d'efforts à faire pour rester en couple, c'est à la femme tout entière de faire ces efforts-là". Le racisme, l'homophobie ou encore la grossophobie sont malheureusement aussi visibles à l'écran...*" (Valérie Rey-Robert)

Suites

Ceux et celles qui ont participé à ces émissions ont connu la célébrité (si on la mesure au nombre de photos, posts, vidéos, etc. dont ils.elles sont l'objet) parfois pour de mauvaises raisons (le ridicule) . Sorti.e.s de la bulle de l'émission le retour à la réalité peut être très dur, voire très violent. De nombreux candidats se sont suicidés. Si certains tirent leur épingle du jeu (animation d'émissions TV ou de chaînes youtube, lancement de marques, etc.) la majorité retombe finalement dans l'anonymat.

Sexisme, Harcèlement

De nombreuses candidates se sont plaintes de violences sexistes de la part de candidats soutenus par les productions : https://www.mediapart.fr/journal/france/260421/les-anges-de-la-tele-realite-un-enfer-de-sexisme-0?page_article=1
Extraits

> *« La limite entre le clash et le harcèlement est très mince, notamment dans l'esprit des candidats qui harcèlent,* explique Valérie Rey-Robert, écrivaine et militante féministe. *Le harcèlement c'est un dénigrement systématique, un groupe qui se met contre une seule personne, avec des menaces verbales physiques... Tous les éléments sont là, on a bien dépassé le cadre du clash pour la télé. »*
> *« La production favorise le harcèlement, le clash et ferme les yeux sur le sexisme »,* affirme sans détour Amélie*, ancienne stagiaire puis salariée de La Grosse Équipe, sous couvert d'anonymat. Même constat pour Élise Goldfarb, ancienne stagiaire de la production qui s'est exprimée sur Instagram en estimant que : *« Ils font de la télé des années 90, croient que le racisme,*

le sexisme, le harcèlement et l'homophobie sont hilarants…
« La production fait exprès de mettre des gens qui ne s'entendent pas dans la même aventure, pour qu'il y ait du clash. Et si ça ne suffit pas, la production va organiser des activités pour nous rapprocher de ceux avec lesquels on a le moins d'affinités, pour qu'il y ait de la violence.
À chaque émission, une personne de la production serait même dédiée à cette tâche : le « stimuli », dont le rôle serait, tour à tour, de faire naître les amours et les clashs.
De son côté, Valérie Rey-Robert milite pour un changement de ces émissions : « Sur Twitter, beaucoup de gens m'expliquent que le sexisme, le racisme, l'homophobie font partie de l'essence de ces émissions et que leurs candidats sont débiles. Ils se disent que plutôt que d'assainir la télé-réalité, il vaudrait mieux la supprimer, en mettant la tête sous le sable, sans voir les millions et les audiences que ça draine… C'est illusoire. Puisque la suppression n'arrivera pas, faudrait plutôt penser le changement. » Un travail de Sisyphe que les productions ne semblent pas déterminées à mener pour l'instant.

Paul Sanfourche: «Le sexisme est utile à la téléréalité»
https://www.mediapart.fr/journal/culture-idees/240421/paul-sanfourche-le-sexisme-est-utile-la-telerealite?page_article=1
Extrait

Dans ce cadre-là, le sexisme, c'est un ingrédient du récit. Ce n'est pas que propre à la téléréalité, mais les stéréotypes de genre y sont présents. La téléréalité applique les vieilles recettes : il faut une tension amoureuse, une opposition entre deux mâles pour s'attirer les faveurs d'une femme, il faut qu'un homme accuse une femme de quelque chose, qu'elle soit vue comme une séductrice, une chose fragile ou comme quelqu'un de manipulateur. Tout ça va fournir une matière première pour les productions. Le sexisme est utile à la téléréalité.

Voir aussi
#BoycottLesAnges : tout comprendre sur la polémique autour de

l'émission de téléréalité
L'étrange salariat des candidats de télé-réalité

Pour analyser les programmes de téléréalité

Une grille d'analyse pour les émissions de téléréalité, pages 140 et 141 et Les indicateurs relatifs aux programmes dits de téléréalité page 142

- Rapport sur l’état du sexisme en France en 2023

En 2023, une émission fait polémique : Frenchie Shore



Frenchie Shore

Avec le programme de télé-réalité « Frenchie Shore », la sexualité spectacle fait polémique

Le Monde, novembre 2023

Extraits

> "... dix jeunes gens âgés de 20 à 30 ans, autoproclamés *« plus grands fêtards de France »*, sont enfermés dans une villa du Cap-d’Agde, avec pour objectif de prendre du bon temps. L’alcool est bien entendu le carburant de cette odyssée immobile...
> ... Face caméra, Tristan, l’un des candidats les plus en vue, détaille ce qu’il est venu chercher dans ce panoptique avec piscine où traînent partout des rouleaux d’essuie-tout : *« Mes objectifs dans l’aventure, c’est de toutes les baiser, de faire un carnage, de leur matrixer le cerveau. »*
> « Frenchie Shore » n’est donc pas un épiphonème de la télé-réalité, mais bien son aboutissement

quintessentiel, contribuant à diffuser le modèle de ce que le sociologue canadien Michel Dorais nomme *La Sexualité spectacle* (titre d'un ouvrage paru chez H & O, en 2013). L'exhibition du plus intime devient marchandise, monnaie d'échange, source de valorisation. *« Alors que la sexualité bourgeoise se limitait à l'intimité de la chambre à coucher, la sexualité est aujourd'hui une caractéristique visible du soi, régulée par un régime scopique de consommation »*, résume la sociologue Eva Illouz dans *La Fin de l'amour. Enquête sur un désarroi contemporain* (Seuil, 2020).

«Frenchie Shore», téléréalité plus bête que la bêtise elle-même
Slate, janvier 2024

Autres propositions pédagogiques

Organiser un débat : un groupe défend les émissions de télé-réalité, un autre propose de les supprimer (ou une en émission en particulier).

Les candidats "Les princes" : https://www.youtube.com/watch?v=CgK4V0ggiwI
Lister les priorités des candidats qui cherchent une fille, les adjectifs utilisés pour se décrire. Quels types d'hommes et de femmes se dessinent ? (idem pour les candidates).

Comptes Instagram des candidat.e.s : photos, textes, qu'est-ce qui est mis en valeur ?

Utiliser la grille d'analyse et les indicateurs cités à la fin de la partie ANALYSE pour analyser une émission en cours de diffusion.

Une proposition du CLEMI
Déconstruire les stéréotypes dans les émissions de téléréalité

Documentation

Top 8 des émissions de téléréalité les plus sexistes
http://www.topito.com/top-telerealites-sexistes-merci-pour-limage-de-la-femme

Articles

Constance Vilanova, journaliste : « Téléspectateur ou non, tout le monde a subi l'influence de la télé-réalité » (2024)

Peut-on être féministe et aimer la Télé-réalité ? (2022)

La téléréalité, du divertissement à l'abrutissement
http://www.slate.fr/story/160213/television-tele-realite-anges-marseillais-chtis-influence-jeu

nes-divertissement-valeurs-stereotypes-intimite

Extraits

> ... un phénomène de société véhiculant et diffusant des croyances normatives puissantes. Il y a bien sûr le désir de célébrité qui anime toutes les candidates et tous les candidats, mais également l'individualisme, la compétitivité et le renoncement à toute forme d'intimité. Et dans cet environnement de concurrence poussée à l'extrême, tout le monde est jeune, tout le monde se ressemble à s'y méprendre, jamais personne ne lit ni ne se cultive, jamais rien ne dépasse, ni par le physique, ni par les opinions ou le langage.
> Dans ces univers artificiels créés de toutes pièces qu'on fait passer pour des réalités, les hommes sont incultes, insensibles, infidèles, débrouillards et comiques. Les femmes sont incultes, intrusives, bavardes et soumises.
> Les émissions mettant en scène des célibataires en mal d'amour comme «Bachelor, le gentleman célibataire» (NT1), «Qui veut épouser mon fils?» (TF1) ou «L'amour est dans le pré» (M6) se fonderaient *«sur l'assujetissement d'un groupe de femmes à la sélection drastique d'un jeune célibataire les jugeant sur des critères mêlant esthétisme et docilité*».
> Tels sont les standards véhiculés par ces émissions qui séduisent tant les jeunes: l'ignorance est normalisée, la culture est rendue chose étrange et la réussite mesurable au pognon que l'on ramasse. L'égalité femmes-hommes est bafouée jusqu'à l'indécence, et le droit à l'intimité est nié.
> Les études scientifiques mentionnées précédemment démontrent toutes les effets néfastes que peuvent avoir ces programmes sur les adolescents et adolescentes de façon générale, mais aucune de ces études, à mon grand regret, ne cherche à savoir quel est le profil le plus menacé par l'influence de la télé-réalité.
> Là-dessus, j'ai ma petite hypothèse personnelle, basée sur mes propres observations: «Les Anges», «Les Marseillais», ou «Les Ch'tis» ne sauraient jamais déstabiliser l'éducation des enfants bien nés, baignant dans la culture et sensibilisés à l'art de prendre du recul. Quand bien même ils attireraient leur attention, ce ne serait que pour provoquer leurs moqueries.
> Non, je crois fermement que la télé-réalité embrouille l'esprit de celles et ceux qui subissent déjà les affres des inégalités sociales et scolaires. Elle est cette abominable brute qui détecte la faiblesse d'autrui, s'en nourrit et s'en amuse. Chez celles et ceux qui n'ont pas de repères ni d'accès à la culture, elle instille des normes sociales misogynes, superficielles et individualistes qui demandent tant d'efforts pour être déconstruites...

La terrible conception de l'amour vendue par la télé-réalité française
http://www.slate.fr/story/134900/tele-realite-visage-terrible-amour

Extraits

> Ces émissions véhiculent ainsi, par leurs propos ou leur concept, la même idée: la femme est un objet à disposition de l'homme, qu'il peut juger et utiliser selon son bon vouloir. Un homme qui couche à droite et à gauche est un héros, une fille qui

fait de même n'a aucun respect pour elle-même. Dans les émissions où l'amour est le cœur du concept, c'est souvent à la femme de séduire, de convaincre un homme qu'elle mérite son attention plus que les autres candidates. Le mâle peut alors se permettre d'embrasser une femme comme bon lui semble, de force ou par surprise , ou de la juger sur son physique et la critiquer si elle a le malheur de ne pas correspondre pas aux canons de beauté qu'imposent la société. Tout cela est d'autant plus préoccupant que le public qui reçoit ce message est majoritairement jeune, même s'il reste compliqué d'évaluer les effets de ce genre d'émissions.
(*à propos des Princes de l'amour*) : Leurs premières apparitions sont des séquences parmi les plus humiliantes, misogynes et grossophobes de la télévision. Les prétendantes descendent, tour à tour, les escaliers de la villa ibizienne sous les regards critiques des «Princes» et des autres prétendantes déjà sur place —certaines jouent le jeu en glissant une petite phrase assassine à peine présentées à leur rivale.Pour faire monter le suspens, et pour laisser aux téléspectateurs le loisir de juger son physique, une caméra découvre la jeune femme de bas en haut.Quand celles-ci ont le malheur d'afficher fièrement leurs formes généreuses ou un style hors-norme, l'équipe de tournage recueille les confessions face-caméra des «Princes» — quand ceux-ci n'ont pas déjà ouvertement formulé leurs moqueries pendant la rencontre.
Il est aussi intéressant de noter que les «interviews», ces moments de confession face caméra qu'on retrouve dans toutes les émissions de télé-réalité, sont souvent tournées tard la nuit, vers quatre heures du matin, parfois après des soirées bien arrosées. Et les membres de l'équipe de tournage ont des attentes particulières: plus un sentiment est exprimé de façon simple, basique, mieux c'est.

Téléréalité et idéologie
http://psychologieclinique.over-blog.com/2015/04/telerealite-et-ideologie.html

Extraits

"... J'ai fait récemment une revue de question sur les normes et valeurs véhiculées par la téléréalité, qui permet de ne pas en rester aux scandales médiatiques complaisants sur tel ou tel comportement (dans une piscine ou ailleurs). Selon les émissions, on peut voir valorisées des conduites diverses :
- le désir de célébrité qui jongle entre l'expression de soi et l'adaptation aux canons médiatiques et conduit une uniformisation des comportements et une remplaçabilité des acteurs ;
- l'individualisation et la compétitivité, qui peuvent également conduire au dévoiement du vote qui devient un gadget éliminatoire (« democratainment »), sans respect de l'intimité du vote et de son expression citoyenne ;
- le renoncement à l'intimité, justement, « quand on n'a rien à cacher » et qui conduit à la légitimation du contrôle et à l'acceptation de la vidéosurveillance ;
- le « do it yourself » qui conduit à la centration sur soi, au coaching personnel et à l'acceptation des valeurs de l'entreprise libérale ;
- mais aussi le renfermement sur soi-même, la peur de l'autre et l'acceptation de

> la police et de la justice expéditive sans présomption d'innocence.
> L'idée est donc de sortir la télé-réalité de son statut de simple divertissement, pour l'envisager comme véhiculant et diffusant des croyances normatives qui sont, on le verra, conformes aux valeurs libérales..."

La téléréalité, l'opium des jeunes ?
https://www.huffingtonpost.fr/agnes-chauveau/la-telerealite-lopium-des-jeunes_b_4147841.html

Extraits

> ...Les recettes de l'audience varient peu: du soleil et des corps bronzés, des filles sexy et des beaux mecs, de la passion et de la trahison, des amitiés et des disputes, des joies et des désillusions, le tout enrobé de rêve de conquêtes, de destin transfiguré. Mais, c'en est fini des longs épisodes à la *Loft Story* où il ne se passait rien. Il s'agit d'une télé-réalité qui flirte avec la fiction. Le genre est devenu délibérément "feuilletonnant" à tel point que l'on parle d'un nouveau concept de programme: la "scripted reality", que l'on pourrait traduire par "réalité scénarisée".
>
> ...Dix-huit suicides d'anciens candidats d'émission de téléréalité ont été recensés entre 1997 et 2012...

Les Anges 9 : la production dévoile sa politique salariale
http://tvmag.lefigaro.fr/programme-tv/les-anges-9-la-production-devoile-sa-politique-salariale_8a077124-e85d-11e6-9790-e668ca622fe5/

Extrait

> "La saison dernière, les candidats de la saion 8 (Les Anges de la Téléréalité) percevaient en moyenne 1500 euros brut par semaine de tournage et 250 euros brut par jour supplémentaire de tournage. En comparaison, les candidats des *Marseillais* sur W9, produit par Banijay, perçoivent entre 1.000 et 2.000 euros brut la semaine selon leur ancienneté. Ceux de *La Villa des cœurs brisés* sur NT1 ont touché jusqu'à 2.000 euros brut la semaine de tournage. Un business qui reste particulièrement attractif pour les candidats et très rentable pour les productions.

« Trouve-moi un beau Noir » : comment la téléréalité recrute
https://www.nouvelobs.com/rue89/rue89-nos-vies-connectees/20100310.RUE5444/trouve-moi-un-beau-noir-comment-la-telerealite-recrute.html

De Loft Story à Nabilla : ce que révèle la téléréalité de notre société. Entretien avec François Jost
http://www.lefigaro.fr/vox/medias/2014/08/01/31008-20140801ARTFIG00353-de-loft-story-

a-nabilla-ce-que-revele-la-telerealite-de-notre-societe.php

Extrait

> "...On est dans une autre période, où plus personne ne croit à sa réalité, mais où ceux qui la suivent la regardent comme un feuilleton. Et ceux qui y participent n'y voient qu'un marche-pied pour, pensent-ils, trouver du travail dans les médias grâce à leur notoriété. Si la télé-réalité ne choque plus, si Nabilla est un «produit», sûrement éphémère, c'est aussi que nous nous sommes habitués à considérer que la réalité la plus réelle est la vie privée. Ce n'est pas un hasard si la banalisation de la télé-réalité s'est accompagnée de la montée des journaux people et si les paparazzis, jadis honnis, se considèrent comme les journalistes d'aujourd'hui."

La télé-réalité en questions
https://www.lemonde.fr/culture/article/2013/04/12/la-tele-realite-en-questions_3158903_3246.html

Extraits

> *- Tout de même, n'est-il pas pernicieux de voir la bêtise s'étaler à longueur d'émissions ?*
> Ces émissions semblent bêtes surtout lorsqu'on n'en regarde qu'un petit bout décontextualisé. Lorsqu'on s'intéresse plus avant au contenu de chaque émission, on s'aperçoit qu'il raconte une histoire susceptible de toucher. Par exemple, "Les Anges de la télé-réalité" semblent crouler sous la bêtise. Souvent, on réduit le programme au fameux "*Allô quoi ! ?* " de Nabilla.
> Si l'on regarde davantage, on s'aperçoit que les candidats tentent de réussir un parcours professionnel. Ils se rendent à des rendez-vous l'estomac noué, en ressortent déçus ou plein d'espoir. Ce sont des situations que la plupart des gens ont connues et qui sont donc susceptibles de toucher. Il en est de même pour les histoires d'amour, d'amitié ou d'inimitié.(Nathalie Nadaud Albertin, sociologue des médias)
> *- Les programmes de télé-réalité rencontrent un énorme succès auprès des jeunes. Et ce, dès le plus jeune âge. Quels sont les risques d'un tel engouement ?*
> La mort dramatique d'un candidat dans une émission de télé-réalité a brutalement rappelé aux adultes et aux enfants une réalité souvent refoulée, car gênante : les candidats qui participent à ces émissions endurent des souffrances physiques et psychologiques. Cette réalité niée peut amener certains enfants à croire que "faire mal" (harcèlement moral, bagarre...) ne fait, finalement, pas si mal. D'autre part, ces émissions renforcent un travers de l'enseignement français, et ce, à tous les échelons (écoles, collèges, lycées) : le culte de la performance et de l'individualisme. Le comble étant sans doute "Koh-Lanta", où les candidats, pour être vainqueurs, doivent trahir leurs coéquipiers. Or, ce culte de la performance individuelle va à l'encontre des qualités recherchées par les entreprises, qui veulent plutôt des salariés capables de changer régulièrement d'équipe et de travailler sur des projets différents. (Jacques Henno, journaliste)

Benjamin Castaldi dévoile les dessous truqués de la téléréalité
https://www.lexpress.fr/culture/tele/benjamin-castaldi-devoile-les-dessous-truques-de-la-telerealite_1731787.html

Extrait

> En 14 ans, les attentes des candidats ont considérablement évolué. Si au début des années 2000, ces derniers cherchaient simplement à s'amuser en participant à des émissions de téléréalité, ils sont aujourd'hui de véritables "professionnels" du secteur, "des employés du divertissement", selon les termes de l'animateur. Plus question désormais de passer outre la signature d'un contrat de travail en bonne et due forme. "Ils sont défrayés à la semaine, ce qui n'était pas le cas lors des premières saisons", rappelle Benjamin Castaldi. Les candidats, qui n'hésitent plus à poursuivre en justice les maisons de production, bénéficient notamment d'un jour de repos par semaine.

Télé-réalité : le bonheur à la carte
http://www.liberation.fr/evenements-libe/2013/04/04/tele-realite-le-bonheur-a-la-carte_893703

Extraits

> Les Français ont découvert la télé-réalité avec l'émission *Loft Story* en 2001. Aujourd'hui, ils en consomment encore de nombreuses copies, comme La Ferme des Célébrités ou Les Anges de la Télé Réalité. *«Ces émissions, c'est le Dîner de con version télé-réalité. Les candidats pensent qu'ils vont être aimés pour eux alors qu'on aime leur connerie»*, indique François Jost. Pour lui, ce qui rend heureux la majorité du public, c'est de regarder ces programmes pour se détendre, se moquer, mais aussi se comparer aux candidats, pour se rassurer soi-même. *«Cette assurance des candidats dans la bêtise, c'est drôle.*
> *il n'est pas étonnant de retrouver partout les mêmes profils de candidats, car ce sont les mêmes employés chargés de casting qui travaillent sur toutes les émissions de télé-réalité.*
> Les émissions de télé-réalité ne proposent pas toutes la même chose aux téléspectateurs. Elles sont aussi nombreuses à représenter l'amour comme une finalité. *«Ces émissions fonctionnent principalement sur l'amour qui rend heureux»*, résume François Jost. Que ce soit le Bachelor, l'Amour est dans le Pré ou encore Qui Veut Epouser Mon Fils, les candidats ne semblent aspirer qu'à une chose pour être heureux : trouver l'âme sœur.
> *«Sauf qu'on est dans la mise en scène d'un bonheur factice»*, souligne Damien Le Guay, philosophe et essayiste, auteur de *L'empire de la télé-réalité, ou comment accroître le temps de cerveau humain disponible*.*«La production bidonne tout, et elle le fait au détriment du public. On est dans du théâtre, où les gens qui sont censés s'aimer ne s'aiment pas».*

La télé-réalité, nouvelle école de l'amour.

Beaucoup de jeunes découvrent aujourd'hui le fonctionnement des relations amoureuses au travers d'émissions de coaching amoureux, à l'image de « La Villa des cœurs brisés ».
http://www.slate.fr/story/177483/television-tele-realite-villa-coeurs-brises-amour-relations-couple-jeunes-ados

Les stars de la télé-réalité ont-elles le droit de faire des placements de produits sur les réseaux sociaux ?
https://www.liberation.fr/checknews/2019/01/08/les-stars-de-tele-realite-ont-elles-le-droit-de-faire-des-placements-de-produits-sur-les-reseaux-soc_1700508

Magali Berdah transforme les stars de la téléréalité en "influenceurs"
http://www.leparisien.fr/culture-loisirs/tv/magali-berdah-transforme-les-stars-de-la-telerealite-en-influenceurs-10-06-2018-7763646.php

Des TPE

La téléréalité, illusion et supercherie ?
https://tpetelerealite2014.wordpress.com/la-tele-realite-illusion-et-supercherie/

La téléréalité
http://tpe-telerealite-lascases.blogspot.com/

Études

La télé-réalité, logiques de production et contenus, Claire Arevalo, Mémoire soutenu le 6 septembre 2006 à l'IEP de Lyon, Université Lumière Lyon 2
http://doc.sciencespo-lyon.fr/Ressources/Documents/Etudiants/Memoires/Cyberdocs/MFE2006/arevalo_c/pdf/arevalo_c.pdf

Les enfants de la téléréalité, François Jost
https://www.cairn.info/load_pdf.php?ID_ARTICLE=RES_147_0217

Étude sur les stéréotypes féminins pouvant être véhiculés dans les émissions de divertissement. CSA, 2014 (*télécharger en bas du document la partie consacrée aux émissions de divertissement*).
http://www.csa.fr/Etudes-et-publications/Les-etudes-thematiques-et-les-etudes-d-impact/Les-etudes-du-CSA/Etudes-sur-les-stereotypes-feminins-qui-peuvent-etre-vehicules-dans-les-series-de-fiction-les-emissions-de-divertissement-et-d-animation

Les usages de la télé-réalité chez les adolescents, Entretiens avec des adolescents de 3°, Germain Richard, Mémoire de DEA, 2004/2005, Université Panthéon -Sorbonne-Paris 1

Livres

Valérie Rey-Robert, *Téléréalité: La fabrique du sexisme*, Hachette pratique, avril 2022

"*Pas besoin de vous la présenter, la téléréalité est aujourd'hui partout. Si les programmes et les participants sont souvent méprisés, il n'empêche qu'ils sont devenus un élément incontournable du paysage télévisuel en France et que leur influence se propage dans toutes les couches de notre société. Nous sommes très nombreux à regarder de la téléréalité et participants bénéficient de cotes de popularité digne de celles de stars hollywoodiennes.*
Problème : les programmes sont empreints de sexisme, à la fois devant et derrière la caméra. Les situations sexistes et violentes envers les femmes sont légion et font l'objet de plus en plus de dénonciation de la part des acteurs du milieu.

Valérie Rey-Robert et à la fois militante féministe et spectatrice de téléréalité. C'est donc tout naturellement que lui est venue l'idée d'écrire ce livre et de mettre des mots sur ce sujet de société trop souvent mis sous le tapis car considéré comme insignifiant ou peu digne d'intérêt. Au fil des pages, elle démontre l'importance d'arrêter de détourner le regard de nos écrans qui sont tout à la fois le reflet et le modèle pour nos sociétés actuelles et qui influencent parfois plus que de raison nos comportements dans « la vraie vie ».

Philippe Bartherotte, *La Tentation d'une Ile. Derrière les caméras de la téléréalité,* Editions Jacob-Duvernet, 2009

"Philippe Bartherotte brise la loi du silence. Ce journaliste de téléréalité nous raconte son quotidien, aux côtés de candidats, exploités, trompés et manipulés par des producteurs de télévision qui ne reculent devant rien pour faire monter l'audimat. L'Ile de la Tentation, Star Academy, Pékin Express, une émission dantesque sur des chômeurs commandée par France 2... On suit son parcours à cent à l'heure, dans les méandres d'une gigantesque supercherie à laquelle il participe activement. En retournant les caméras de la téléréalité, Philippe Bartherotte tend à notre époque un miroir cruel".

Nathalie Nadaud-Albertini, *12 ans de téléréalité... au-delà des critiques morales*, Ina Editions, 2013

"Arrivée en avril 2001 sur nos écrans avec Loft Story, la téléréalité a été reçue par une levée de boucliers extrêmement vive. Pourtant, en 2013, ces programmes sont toujours à l'antenne, et surtout, ils figurent parmi les plus regardés. Comment a-t-on su banaliser des émissions si décriées ? Comment s'est-on efforcé de rendre éthique un genre polémique et anxiogène ? Comment a-t-on

jugulé une controverse née de l’incapacité à saisir la nouveauté autrement que par la crainte et la dénonciation ? Comment a-t-on instauré de la confiance entre les téléspectateurs et des programmes suscitant une méfiance intense ? Comment concilier la crainte de regarder au plaisir et l’amusement ? C’est à ces questions que cet ouvrage tente de répondre.
Soucieuse de ne pas entrer dans la ronde des critiques sans pour autant tomber dans l’apologie de la téléréalité, Nathalie Nadaud-Albertini a utilisé une sociologie pragmatiste pour décrire le processus dynamique d’interactions entre les producteurs, les contempteurs et les téléspectateurs-in- ternautes – au terme duquel la téléréalité s’est adaptée à ses critiques pour se constituer en un genre éthiquement acceptable".

Damien Le Guay, L'Empire de la télé-réalité. Ou comment accroître "le temps de cerveau humain disponible", Presses de la Renaissance, 2005

"Loft Story a ouvert la voie à un phénomène inédit en France : la télé-réalité. Des millions de télé-voyeurs peuvent désormais regarder des gens " ordinaires " manger, dormir, se disputer, se draguer ou plus... si affinités. Les acteurs de ce petit théâtre sont propulsés au rang de star du jour au lendemain, leur seul talent étant d'être passés à la télévision. Andy Warhol avait raison : tout le monde est à la recherche de son quart d'heure de gloire et prêt à tout pour y arriver. Mais malgré les critiques indignées, l'audience est là. Et les producteurs en profitent. Damien Le Guay, philosophe, décrypte le fonctionnement de cet " empire de la télé-réalité " qui n'est en rien la télévision du réel. Il révèle comment les candidats y sont des marionnettes calibrées, bichonnées puis souvent jetées ; comment l'homme devient un pur produit marchand. Un système bien huilé pour augmenter ce que Patrick Le Lay, dans un élan de sincérité, nomme le " temps de cerveau humain disponible ". Disponible aux sollicitations commerciales, aux échanges des biens et des personnes. Quelles conséquences cela a-t-il sur notre comportement et notre manière d'appréhender les rapports humains ?"

Serge Tisseron, L'Intimité surexposée, Hachettes Littérature, 2001

"Nous sommes de plus en plus nombreux à exposer une partie de notre intimité, au moyen de la photographie, de la vidéo ou de l'écriture, que la finalité soit ou non une création artistique. La société actuelle semble animée de ce que l'on pourrait appeler un désir d'" extimité " généralisé, dont les nouvelles technologies ont rendu l'expression aisée. Le succès rencontré par l'émission Loft Story - qui invitait le téléspectateur à s'immiscer dans l'intimité d'une dizaine de jeunes gens filmés en permanence - a révélé l'ampleur du phénomène, les inquiétudes qu'il suscite, mais aussi les nouvelles formes de relation à l'identité, à la célébrité, et même à l'héroïsme qui en découlent. Ainsi, le droit à une " extimité " est revendiqué comme naguère celui de préserver son intimité. Quelles attentes sous-tendent cette évolution ?"

Entretiens filmés

Téléréalité, une machine à créer du sexisme, Blast, 2022
https://www.youtube.com/watch?v=46VINaPAqHM

Le télé-réalité donne-t-elle une mauvaise image des femmes ?
Émission sur Europe 1 avec Cindy Lopez, ancienne candidate de Secret Story, Claire Serre-Combe de "Osez le féminisme"
https://www.youtube.com/watch?v=QnR4M2y-fs4
La téléréalité. Vincent Cespedes, philosophe, sur le plateau de "Ce soir ou jamais" (2011)
https://www.youtube.com/watch?v=3QVSAg0VgkE

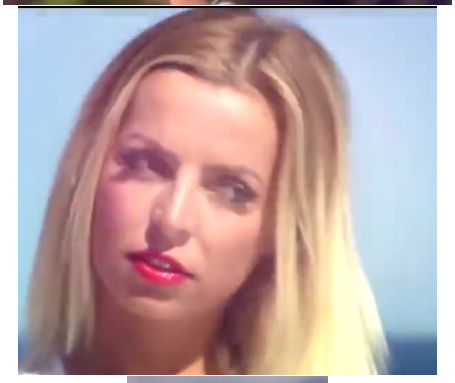
Arrêts sur image



Première princesse : cheveux longs châtain clair, yeux clairs, ongles vernis.



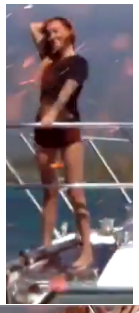
Deuxième princesse : cheveux longs, blonds, bouclés.



Troisième princesse : cheveux longs et blonds, rouge à lèvre rouge



Positions pour mettre en valeur certaines parties du corps : les épaules, la poitrine, les jambes.



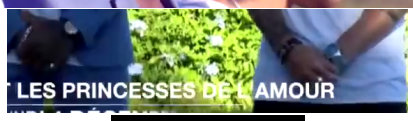
A la proue, détachée des deux autres une princesse tente d'empêcher ses cheveux de cacher son visage. L' enjeu semble être : comment rester attirante en tenant compte : 1. De la vitesse 2. Du vent 3. Des éclaboussures ?



Le yacht. A lui seul il symbolise un univers de luxe.



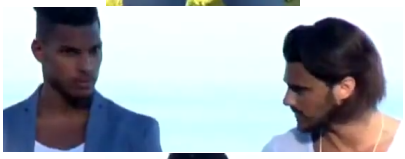
Les trois princes : à la différence des princesses, on les découvre "en bloc". Ils sont déjà connus pour leur participation à d'autres émissions de télé-réalité.



Mains nouées sur le sexe pour ces deux princes, une attitude qui peut évoquer un rien de vulnérabilité ? A vous de décrypter.
Remarquer aussi la montre et le bracelet, accessoires que l'on retrouve chez les deux garçons (qui seront par ailleurs souvent liés dans cette bande-annonce).



Chemise blanche ajustée, coupe classique, bien rasé, ce prince se différencie des autres autres par sa position et son côté "sage".



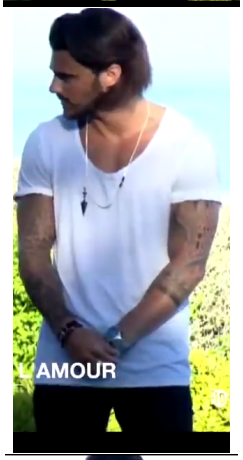
L'attitude corporelle dénote une proximité qui n'existe pas avec le 3°.



Beau gosse musclé, peau mate, sa veste de costume bleue + sa position centrale en font l'élément qui ressort et capte les regards.



Brun, cheveux plus longs, moustache, barbe naissance, teeshirt pour mettre en valeurs ses tatouages et ses muscles.



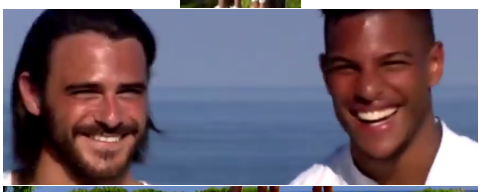
Barbe naissante, moustache, cheveux plus longs, brun et blanc, son tee shirt blanc (même couleur en haut pour les 3 princes) met en valeur ses muscles et ses tatouages.



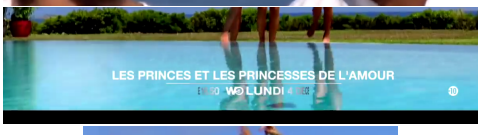
Peau mate, cheveux épais, tee shirt blanc et costume bleu, montre, bracelet, physique de mannequin.



A nouveau, les 3 princes sont groupés. Ils accueillent les princesses qui défilent l'une après l'autre. Comme si ils jaugeaient un animal avant un achat.



A nouveau Benjamin et Marvin sont ensemble, la mine réjouie en découvrant les 3 princesses (si on ajoutait une bulle correspondant à leurs pensées, ça donnerait quoi ? Imaginer).



La piscine est un lieu clé qui permet aux protagonistes de se montrer le plus dénudés possible.



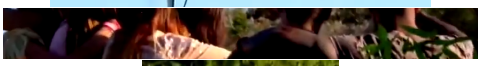
Sautiller en gloussant, genre "c'est trop bien, trop super, trop contentes" : il semble que ce soit une façon d'être en soi , réservée aux filles. On la retrouve aussi dans les jeux télévisés.



Gestuelle de meneuse de revue ; à nouveau ce besoin d'exagérer l'attitude (la voix fait de même).



L'hélicoptère a remplacé la citrouille... les prétendant.e.s tombent du ciel, largué.e.s dans la villa pour tenter de gagner le coeur d'un prince ou d'une princesse.



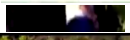
S'enlacer: ici c'est manifester une affection et une solidarité pourtant prêtes à voler en éclat à la première occasion (grâce notamment aux éléments perturbateurs apportés par l'hélico).



Inversion de la scène précédente : les trois princesses jaugent un prétendant (qui doit dire pour laquelle il vient).



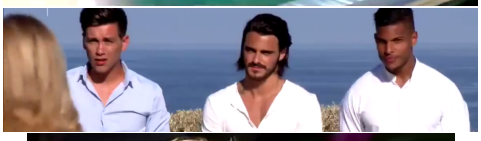
Les talons : aussi incontournables que la piscine et tellement conforables!



Même position des mains que précédemment. Ici on peut l'interpréter comme une protection devant le regard évaluateur des filles.



La villa (dans cette présentation on n'en voit que l'extérieur) : élément clé. Luxueuse, en bord de mer, avec piscine.



Situation inverse : les princes jaugent une prétendante (aux cheveux long blonds).



Une prétendante. Sur les même modèle que les princesses et les autres prétendantes : cheveux longs blonds, brushing, maquillage, décolleté, forte poitrine;



Décor bleu pailleté pour les princes... (il sera rose pour les princesses).



Même mine réjouie, yeux qui brillent, tout s'annonce bien (ne pas oublier que c'est une bande annonce censée donner envie de regarder le programme).



Beaucoup d'expressivité est nécessaire, visage, attitude, expression orale. Le décor rose scintillant est à la hauteur d'une princesse.



Mains croisées sur le sexe comme les deux garçons. Comparer avec l'attitude de la 3°, quelles différences d'interprétation faites-vous?



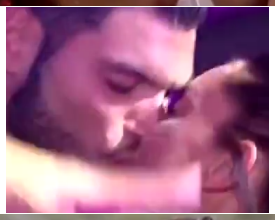
Le trio joue la comédie, il semble évident que la scène a été répétée.



Il semble que tee shirt n'aie d'autre fonction que de conduire l'oeil vers les seins.



Larmes et réconfort, obligatoirement au menu de ce type d'émission.



Comme les larmes, les baisers font partie du scénario.



Beaucoup de baisers...



"Le miroir de la vérité"



L'ambiance Hollywood chewgum...



Voilà pourquoi on tourne en Corse plutôt qu'à Courchevel! Chaque corps s'expose au regard de l'autre et des spectateurs des deux sexes qui peuvent facilement devenir des "mateurs". Les corps sont obligatoirement jeunes et beaux, musclés pour les garçons, fins pour les filles sauf la poitrine qui se doit d'être imposante.



Accessoire très prisé : le débardeur. Nettement mieux qu'un tee-shirt pour dévoiler des bras hyper musclés et tatoués.

Séquences

00:00:00 - 00:00:54	Présentation de l'émission sur le site de la chaîne (https://www.6play.fr/les-princes-et-les-princesses-de-lamour-p_3442) : LES PRINCES ET LES PRINCESSES DE L'AMOUR "Révolution en perspective cette saison dans Les Princes de l'Amour ! Les 3 princes seront accompagnés, pour la première fois, de 3 princesses, venues elles aussi chercher l'amour. Ils vont vivre ensemble dans une magnifique villa où se succéderont des prétendant(e)s venus pour les séduire. Les Princes et les Princesses de l'Amour, prochainement sur W9 !" QUESTIONS : Comment sont présentés les candidat.e.s ? Position des corps ? Regards? Interactions ? Quel est le cadre ? Les accessoires ? A quel univers sont-ils rattachés ? Texte off ? Phrases des participant.e.s ? Pourquoi celles-là précisément dans une sorte de bande-annonce ? Quel crédit apporter à la quête d'amour des participant.e.s alors que les spectateurs les ont déjà vus avec des partenaires différents dans leurs précédentes émissions et ensuite sur les réseaux sociaux, presse, etc? TRANSCRIPTION DE LA BANDE AUDIO Cette année avec 3 princesses et trois princes, rien ne sera plus jamais comme avant . « Avant, c'était les Princes de l'amour, et là, on est arrivées, bienvenue les princesses! » Deux fois plus de rencontres… « Bonjour à toutes les 3, je m'appelle Kefren » « Bonjour, moi c'est Zara » « J'ai chaud! » « Je suis venue pour toi Aurélie » « Oh, merci! » De coups de théâtre… « Toi Mélanie et toi ??? (pas compris) « Oh non! » « Carrément y'en a ils se sont crus au marché, on est venu pour vous 3, comment ça se passe ? » Deux fois plus de suspens… « La princesse que j'ai choisie, c'est toi » « C'est l'hôpital qui se fout de la charcuterie là! » De révélations… « Dans cette villa, je vois tout, il y a une vidéo que j'aimerais te montrer » « C'est une blague ou quoi ? » Deux fois plus de romance… « Potentiellement c'est peut-être l'amour qui arrive? » Les Princes et les Princesses de l'amour, cette année, tout va changer. MOTS CLÉS : "rencontres, coups de théâtre, suspens, révélations, romance". On les retrouve à l'identique dans la présentation d'une majorité de séries télévisées scénarisées. DES PHRASES: "C'est l'hôpital qui se fout de la charcuterie là!" Quel intérêt d'inclure cette phrase sinon de ridiculiser la personne qui la prononce ? (quelle est la bonne expression ?) "Dans cette villa, je vois tout, il y a une vidéo que j'aimerais te montrer " Le miroir espion est l'élément qui permet de faire rebondir les intrigues en favorisant révélations, trahisons, secrets, en manipulant les candidats. "Potentiellement c'est peut-être l'amour qui arrive? " Potentiellement + peut-être, Benjamin a l'air de beaucoup douter! Avec raison dans la mesure où il a déjà participé à ce genre d'émissions.