

TÉLÉ RÉALITÉ.S?

Camille
Suzanne

1.

* *Introduction +* *

* *COMPRENDRE* *
* *LA TÉLÉRÉALITÉ* *

DNSEP 2026

Option Design

ESAD ORLEANS

École Supérieure d'Art et de Design d'Orléans
esadorleans.fr



TÉLÉ- RÉALITÉS ?

LIVRET 1

Camille Suzanne

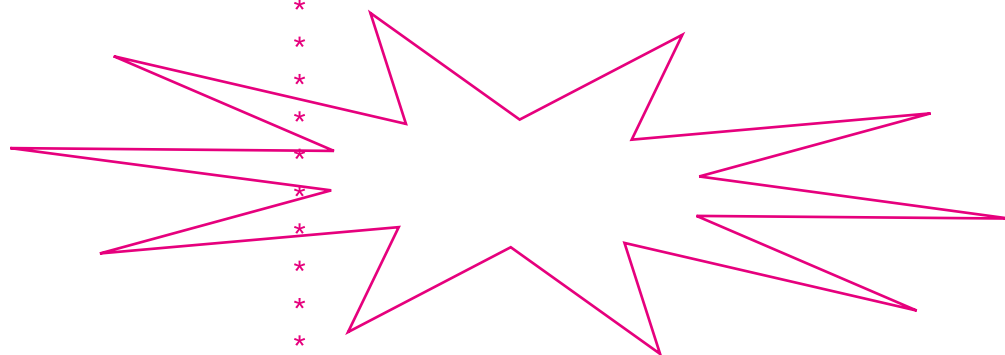
DNSEP 2026, Option Design
Mention Design des Médias
ESAD Orléans
esadorleans.fr

Tutrice théorique : Ambre Charpier
Tuteur plastique : Julien Levesque

RÉSUMÉ

FR

Ce mémoire explore la culture visuelle de la télé réalité française et interroge la manière dont ses représentations influencent, depuis plus d'une vingtaine d'années, la société contemporaine ainsi que nos processus de construction individuelle.



Après avoir introduit le contexte historique et médiatique ayant façonné l'émergence de ce genre télévisuel singulier et évolutif, nous observerons les hybridation de formats et d'esthétiques de ces programmes. À partir d'une observation des programmes diffusés dans le Paysage Audiovisuel Français, cet écrit proposera une typologie des émissions visant à comprendre les structures narratives mais aussi les techniques qui constituent visuellement ce genre.

Objet de débats et de controverses, fréquemment qualifiée de « télé-poubelle » ou Trash TV, ce mémoire questionne ce mépris, révélateur d'une disqualification des cultures de masse, populaires, féminines ou dites trash dans laquelle elle s'inscrit, la plaçant ainsi comme un objet symbolique de hiérarchies sociales sous-jacentes. Ce mémoire analyse ainsi l'imaginaire classiste et patriarcal que la télé réalité véhicule et renforce à travers des représentations stéréotypées, fondées sur une grammaire visuelle héritée du male gaze. Toutefois, en représentant des personnes invisibilisées et marginalisées, ce médium ouvre aussi la possibilité d'une réappropriation esthétique et politique, plaçant la télé réalité comme un potentiel outil d'émancipation et de revendication, notamment à travers des figures comme celle de la bimbo.

Au-delà des dynamiques sociétales collectives qu'elle révèle, la télé réalité participe à des transformations individuelles, notamment dans notre rapport à la diffusion de l'image de soi, et de son intimité. Héritière de pratiques artistiques et du lifecasting par webcam, elle contribue, par ses dispositifs et son esthétique, à la normalisation de l'exposition d'une forme de vulnérabilité et au développement de pratiques automédiales fondées sur la construction de personas médiatiques. Ces mécanismes annoncent les usages contemporains des réseaux sociaux et interrogent l'authenticité de ces formes de monstration. Parallèlement, de part cette banalisation de la mise en visibilité de la vie privée, nous supposons que la télé réalité contribue en parallèle, à instaurer une forme de contrôle par l'image, devenant ainsi une instance de diffusion de la société de surveillance contemporaine évoquée par Foucault.

Par une analyse critique et esthétique, ce mémoire interroge donc les enjeux sociaux, culturels et médiatiques soulevés par la télé réalité, tout en examinant la manière dont ils sont réappropriés dans le paysage artistique contemporain. Cette étude propose finalement des outils conceptuels pour comprendre l'influence latente et durable de ses images.

ABSTRACT

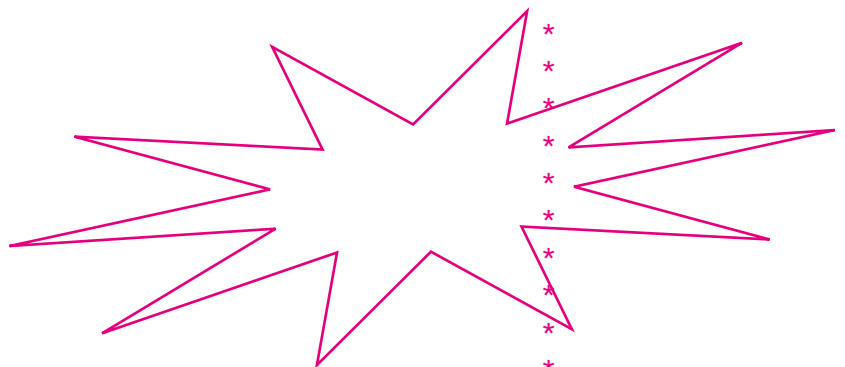
EN

This thesis explores the theme of reality TV and examines how its representations and visual strategies have influenced contemporary society and processes of individual self-construction over the past two decades. Through an aesthetic and visual lens, it investigates the social, cultural, media, and artistic issues raised by reality TV and seeks to provide analytical tools for understanding the latent and ongoing impact of its imagery.

The research begins with an analysis of the historical and media contexts that shaped the emergence of this unique and evolving television genre, which arose from a hybridization of formats and aesthetics. Focusing on programmes broadcast within the French audiovisual landscape, the study aims to define a typology of shows and analyze the narrative structures of their episodes.

Often labelled as “trash TV,” this research interrogates the pejorative connotations of the term, which reveal implicit hierarchies of images, media, and culture. Within the realm of popular and mass entertainment, such stigmatization may, in fact, reflect deeper social hierarchies. This thesis, therefore, examines how reality TV reinforces classist and patriarchal imagery through stereotypical and archetypal representations, such as the “bimbo”, employing a visual grammar inherited from the male gaze.

At the same time, by showcasing ordinary, stigmatized, or marginalized individuals, reality TV can function as a platform for representation, authenticity, and self-expression through the sharing of personal images. This research analyzes reality TV as a prism of automediality, normalizing the display of the “authentic” self and the performance of intimacy. Yet, by making the exposure of private life commonplace, reality TV may simultaneously contribute to new forms of control through images, fostering a Foucauldian culture of surveillance.



SOM- MAIRE

INTRO DUCTION

p. 10



I. COM- PRENDRE LA TÉLÉ- RÉALITÉ

p. 14



A. La nouvelle vague télé- visuelle

p. 16

→ 1935-1980 :

Démocratisation de la
télévision et premières
expériences audiovi-
suelles à la recherche
du réel

→ 1973-2001 :

Les prémices
de la télé réalité

→ 2001 à nos jours :

Les trois générations de
la télé réalité française

B. Typologie des émissions, structure des épisodes

p. 21

→ Différentes typologies
de programmes :

Observation du Paysage
Audiovisuel Français

→ Structure narrative
des épisodes

LIVRET 1

II. L'ENFANT DES «SOUS CULTURES»

(p. 30)



A. Culture de masse et populaire (p. 32)

- Une légitimité débattue
- Le paradoxe :
socialement dévalorisé,
massivement regardé
- Mépris de classe ?

B. Culture féminine (p. 37)

- Culture féminine
et stéréotypes
- Archétypes : la bimbo
se repent en mère
- La bimbo, femme libre,
icône féministe ?

C. Culture Trash (p. 45)

- Affirmation
de la culture trash
- Démocratisation
du trash et de son
esthétisme dans les
productions
audiovisuelles :
de Pink Flamingo, au
Jerry Springer Show

LIVRET 2

III. SOURIEZ VOUS ÊTES FILMÉS!

(p. 56)



A. Une esthétique de l'intime (p. 58)

- Histoire médiatique
et artistique des
pratiques de monstration
de l'intimité : De Jenni-
Cam au Confessional
- Une intimité
authentique ?

B. Télé- surveillance : le contrôle par l'image (p. 64)

- De la société
du spectacle à la société
de surveillance
- Les dispositifs
panoptiques employés
par la télé réalité
- Hella World,
de Martine Syms
- Selfveillance,
Sousveillance

CONCLU- SION

(p. 72)



LIVRET 3

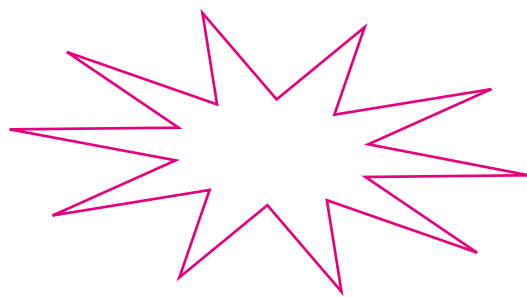
BIBLIO- GRAPHIE

(p. 76)



- Ouvrages
- Chapitres d'ouvrages
- Articles théoriques
- Articles de périodique
- Sites internet
- Rapports d'enquêtes
- Catalogue d'exposition
- Podcasts
- Vidéos
- Films

INTRO- DUCTION



J'ai regardé la télévision toute ma vie. Biberonnée aux dessins animés, j'ai grandi avec les émissions jeunesse, les sitcoms américaines, puis eu de nombreux débats houleux d'adolescente avec mon père devant le journal télévisé de 20h. Parmi tous ces programmes visionnés, ceux qui m'ont suivie au long de mon parcours de téléspectatrice sont les émissions de divertissement qualifiées de mauvaises. *Super Nanny*, *KohLanta*, *Les Reines du shopping*, *Pascal le grand-frère*, ou encore *Les Anges de la téléréalité* ont rythmé mon quotidien pendant des années, jusqu'à aujourd'hui, en tant que jeune adulte.

Ces émissions partagent une caractéristique commune : toutes sont des programmes de télé-réalité. Au début, je les regardais, comme beaucoup de monde, avec un œil moqueur puis par une attitude distante, telle une observation sociologique, et j'ai finalement commencé à le diffuser en continu pour passer le temps. Cette présence, réconfortante, qui crée un fond visuel et sonore aux codes répétitifs, m'apaise. Aujourd'hui, j'assume enfin d'aimer réellement ces programmes de télé-réalité, et plus que ça, je crois qu'ils me passionnent.

Cette présence quotidienne dans ma vie m'a poussé à consacrer cette recherche de mémoire à ce sujet : d'une réflexion initialement personnelle, je souhaite comprendre un phénomène global. Née en 2001, en même temps que la télé-réalité en France, je me demande comment cette vingtaine d'années en tant que téléspectatrice a influencé ma construction identitaire, et plus globalement comment, depuis cette vingtaine d'années d'existence, ce genre a influencé nos représentations sociales et nos expériences esthétiques en tant que spectateurs.

Le terme télé-réalité ou télé-réalité¹ est composé étymologiquement de *télé*, néologisme de *télévision*, et de *réalité*. La télévision est, en tant que média de masse, un « moyen, technique et support de diffusion massive de l'information² ». Elle diffuse un certain imaginaire collectif constitué de normes morales et participe à la création d'une culture visuelle³ commune. Cette esthétique est transmise par un langage éditorial fait de temporalités codifiées et de codes visuels propres qui viennent se décliner en fonction du programme et de l'émission diffusée.

La télé-réalité est généralement définie comme un « genre de divertissement télévisé qui consiste à filmer des personnes, préalablement sélectionnées, dans leur quotidien ou dans des conditions de vie données⁴ ». Plusieurs composantes viennent différencier ses programmes. Les candidats peuvent être inconnus, dotés d'un talent ou être des célébrités, et leur quotidien peut être filmé dans leur lieu de vie (appartement, restaurant...) ou dans des conditions artificielles (villa ou encore île déserte). Les programmes peuvent être diffusés en live ou en différé, filmés par des caméramans mobiles ou des caméras de surveillance. Enfin leur déroulement peut se faire sur la dynamique du jeu avec des éliminations par la production, les participants ou les votes du public. Les émissions sont souvent divisées en épisodes et en saisons à la manière d'un feuilleton diffusé quotidiennement ou de manière hebdomadaire sur une période de 3 à 4 mois. Autant de composantes multiples qui permettent de créer un genre riche et une grande diversité d'émissions.

L'étude théorique de la télé-réalité a été initiée aux États-Unis au début des années 2000 par les media, cultural et gender studies, notamment avec l'étude de la star de télé-réalité Kim Kardashian, aussi nommée "*Kardashian studies*".

1. «Téléralité», *La langue Française*, [En ligne], <https://www.lalanguefrancaise.com/dictionnaire/definition/telerealite>, consulté le 27/09/2025.

2. «Média», *Le Robert* [En ligne], <https://dictionnaire.lerobert.com/definition/media>, consulté le 29/09/2025.

3. Beatriz García Rodríguez, Maritza, « Culture visuelle », *Design in translation*, [En ligne], <https://dit.dampress.org/glossary/culture-visuelle>, consulté le 22/11/2025.

4. «Téléralité», *Dictionnaire de l'Académie Française*, [En ligne], <https://www.dictionnaire-academie.fr/article/A9T0591>, consulté le 29/09/2025.



Keeping Up With The Kardashians, photo par Backgrid UK, Closer.



Loft Story, télé-réalité, Endemol, M6, France, 2001-2002. (Les candidats à la sortie du Loft, photo par : Steph / Visual Press Agency, Voici).

En France, la télé-réalité suscitera un fort intérêt médiatique en 2001 avec le scandale de *Loft Story*⁵, mais c'est en 2008 que s'amorcera une réflexion théorique sur le sujet. La publication de l'ouvrage *Télé-réalité*⁶ par François Jost fait date puisqu'il analyse ce que ces programmes, jusqu'alors principalement dépréciés, révèlent des transformations de la société française du début des années 2000. Il s'impose alors comme l'un des premiers auteurs à structurer un champ de recherche sur cet objet en France. Parallèlement, des travaux portant sur les réactions du public et des journalistes face à ce nouveau genre télévisuel sont publiés à la même période, notamment par Gabriel Segré et Elodie Kredens.

Le sujet fut par la suite longtemps délaissé, aussi bien par les journalistes que par les études académiques françaises. Considérée comme triviale, abêtissante et peu digne d'intérêt, la télé-réalité devient un « angle mort médiatique ⁷ » car « s'y intéresser reviendrait à alimenter cette culture du néant ⁸ ». Ce n'est qu'à partir de 2020 qu'un retour de la télé-réalité sur la scène médiatique et théorique française s'observe avec de nombreux articles, émissions, productions culturelles et écrits académiques consacrés au sujet. En effet, après plus de vingt ans d'existence, le genre bénéficie désormais d'un recul suffisant pour permettre une analyse distanciée de son influence sociale et culturelle. Ainsi, depuis 2020, la télé-réalité est devenue un objet d'étude légitime étudié sous le prisme sociologique par Nathalie Nadaud-Albertini, médiatique par des théoriciens comme Virginie Spies et François Jost et sous l'angle de l'étude des genres par Constance Vilanova et Valérie Rey-Robert. Leurs réflexions militantes et féministes apparaissent d'autant plus pertinentes face au constat que la majorité des écrits consacrés au sujet sont rédigés par des femmes.

Selon Emmanuelle Fantin, autrice de *Nostalgies contemporaines*⁹, ce regain d'intérêt s'explique également en partie par des « grandes vagues de nostalgie qui s'incarnent dans les productions culturelles et médiatiques ¹⁰ » correspondant à des cycles sociologiques de 20 ans. Particulièrement dans ce contexte d'incertitude et de perte de repères post-Covid, marqué par les crises économiques, géopolitiques et les bouleversements générés par l'intelligence artificielle, les productions du début des années 2000 deviendraient une réminiscence d'un temps paraissant plus simple et stable, ce faisant, la télé-réalité deviendrait ainsi un *comfort show*¹¹. Elle alimente ainsi diverses productions audiovisuelles récentes comme la série *Culte*¹² en 2024, consacrée au lancement et à la répercussion médiatique de *Loft Story*, ou encore avec la sortie du film *Diamant Brut*¹³ la même année, relatant l'histoire d'une jeune femme candidatant à un de ces programmes.

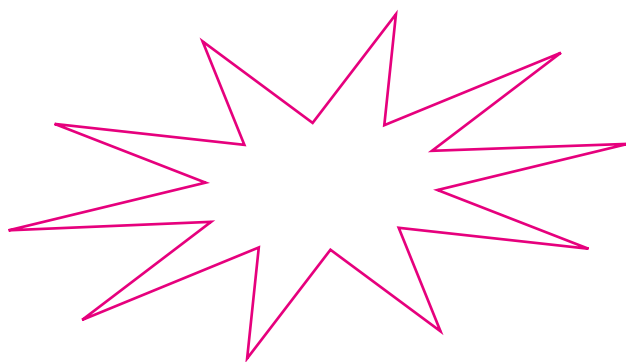
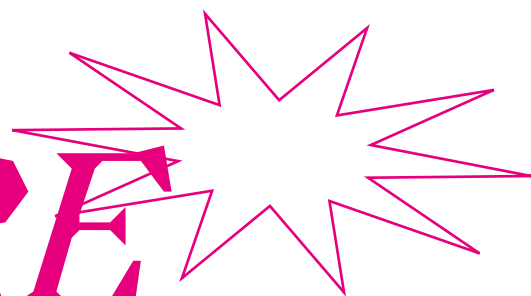
Malgré ces productions et ouvrages théoriques, la télé-réalité française n'a jamais été étudiée spécifiquement sous le prisme esthétique et aucun écrit n'analyse précisément ses structures narratives, codes visuels et réappropriations artis-

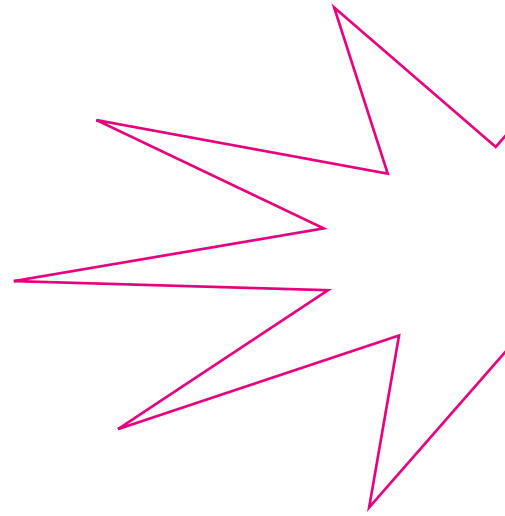
tiques. Ainsi dans ce mémoire, nous tenterons de déployer une analyse du genre de la télé réalité, articulée autour des questions suivantes : Comment la télé réalité est-elle le reflet d'enjeux et de mutations sociales, médiatiques et culturelles par ses images et les réactions polarisées qu'elle suscite ? En quoi la singularité de ses représentations, dispositifs et codes visuels la place comme un objet esthétique d'influence ?

Ainsi, dans une première partie, nous analyserons le contexte historique et médiatique d'apparition du genre afin de comprendre ses typologies, structures éditoriales et l'esthétique singulière des émissions de télé réalité contemporaine. Nous analyserons, ensuite, les enjeux médiatiques, sociaux et militants qu'elle soulève et plus particulièrement comment elle met en lumière une hiérarchie des images, de classe et de genre, grâce à des œuvres mettant en tension ces images. Enfin, nous examinerons son influence sur notre construction individuelle, et plus particulièrement sur notre rapport à notre propre image à travers l'exposition médiatique de l'intime, puis nous explorerons la manière dont cela peut banaliser une nouvelle forme de contrôle par l'image, favorisant ainsi la culture de la surveillance.



I. COM- PRENDRE LA TÉLÉ- RÉALITÉ





*UNE
NOUVELLE
VAGUE
TÉLÉVISUELLE*



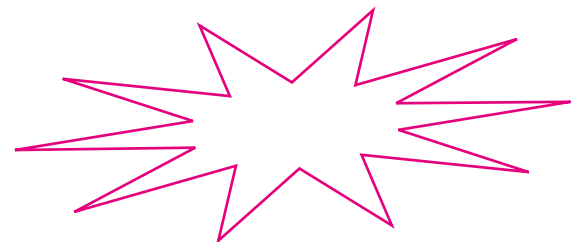
*TYPOLOGIE
DES
ÉMISSIONS,
STRUCTURE
DES ÉPISODES*

A. UNE NOUVELLE VAGUE TÉLÉVISUELLE:

*1935-1980: Démocratisation de la télévision
et premières expériences audiovisuelles
à la recherche du réel*

L'émergence de la télé réalité s'inscrit dans un contexte géographique, historique et médiatique complexe, à la croisée du cinéma, de la télévision et d'internet. Elle constitue une véritable hybridation d'une « collection de genres ¹⁴ », et est à la fois héritage du documentaire, feuilleton, témoignage et jeu télévisé.

* 14. Dupont Luc, *Télé réalité*,
▲ Montréal, Presses de l'Université de Montréal, 2007, p. 20,
* URL: <https://doi.org/10.4000/books.pum.10229>, consulté
* le 18/11/2025.



*
*
*
*
*
*
*
*
*
*
*
*
*

*
*
*
*
*
*
*
*
*
*
*
*
*

- * 15. **36 chandelles**, émission
* ♥ de variétés, ORTF, France,
* 1952-1958.
*
- * 16. **Télématch**, émission de jeux,
* ♥ ORTF, France, 1960-1964.
*
- * 17. **Intervilles**, émission de jeux,
* ♥ France 2 / France 3, France,
* 1962-2009.
*
- * 18. **La Caméra invisible**, émis-
* ♥ sion de caméra cachée,
* ORTF Antenne 2, France,
* 1964-1971.
*

* 19. *

The DVD cover for 'AN AMERICAN FAMILY' features a black and white photograph of the Dinkins family. The title 'AN AMERICAN FAMILY' is prominently displayed in large, bold, red letters. Above the title, smaller text reads 'AN UTMOST DOCUMENTARY OF SEVEN MONTHS ON THE REAL LIFE OF...'. A blue award ribbon graphic in the top right corner states 'WINNER BEST DOCUMENTARY FILM 1989 ACADEMY AWARDS'. The cover is framed by a decorative border of pink stars and hearts.

* *An American Family*, série documentaire, PBS, États-Unis, 1973, 12 épisodes. *

* 20. Ehrenberg Alain, L'individu *
 * ▲ incertain, Paris, Hachette *
 * 1995, dans Asselin Olivier, *
 * Big Mother : la webcam *
 * comme terminal relationnel, *
 * Esse, n°58, [En ligne], [https://](https://esse.ca/en/big-mother-la-web-cam-comme-terminal-relationnel/) *
 * [esse.ca/en/big-mother-la-web-](https://esse.ca/en/big-mother-la-web-cam-comme-terminal-relationnel/) *
 * [cam-comme-terminal-relation-](https://esse.ca/en/big-mother-la-web-cam-comme-terminal-relationnel/) *
 * [nel/](https://esse.ca/en/big-mother-la-web-cam-comme-terminal-relationnel/), consulté le 11/10/2025. *

* 21. **Strip-Tease**, émission de ♥ télévétité, RTBF / France 3, Belgique/France, 1985-2012. *

* 22. Ibid. *

* ♥ *

* 15

Par ailleurs, en France, cette période sera également marquée par l'émergence d'une critique générale sur la dégradation des programmes, liée à la libéralisation et à la privatisation de la télévision, donnant naissance à l'expression de télé-poubelle. Aux États-Unis, le terme de *TrashTV* se développera dans les années 90 avec la création des tabloid talkshow comme le *Jerry Springer Show*²³. Ces termes péjoratifs, qualifiant des programmes sensationnalistes, vulgaires et provocants, seront plus tard associés à la télé réalité.

La démocratisation d'internet en 1991, associée au développement de nouveaux dispositifs techniques comme la webcam, donne enfin à tous la liberté de pouvoir diffuser sa vie sans être dépendant du médium de la télévision. La pratique du lifecasting va démocratiser la monstration de son intimité, introduisant également la notion de diffusion live, en temps réel. Cette nouvelle pratique et l'esthétique webcamienne vont être réappropriées par la télévision et injectées dans deux nouvelles émissions : *Nummer 28*²⁴ au Pays-Bas et *The Real World*²⁵ diffusés sur MTV aux États-Unis qui vont introduire pour la première fois le concept de « confessionnal ». Dans ce lieu fixe au fond épuré, les candidats viennent se confier et réagir sur les moments qu'ils vivent, à l'instar des webcams. De plus, pour la première fois, un groupe de jeunes personnes sélectionnées sera filmé en train de cohabiter au quotidien, dans des conditions artificielles.

Quelques années plus tard, en 1999, l'émission *Big Brother*²⁶ achèvera de tracer les codes de la télé réalité d'enfermement. Conceptualisée par John de Mol, le créateur d'Endemol, l'émission est diffusée pour la première fois en direct sur internet et introduit la logique de jeu avec une récompense monétaire à la clé et une victoire dépendante du vote du public. Avec des candidats enfermés et totalement isolés du monde extérieur, l'émission assume des dispositifs et une esthétique de surveillance, notamment par son nom, référence explicite à l'ouvrage dystopique de George Orwell, *1984*²⁷. Deux ans plus tard, *Big Brother* donnera naissance à sa petite sœur française, *Loft Story*²⁸, qui polarisera la scène médiatique entre vives critiques et succès massif, révélant les tensions propres à une véritable mutation médiatique. D'abord perçue comme un phénomène éphémère, cette émission laissera une empreinte structurelle et durable sur les formes du divertissement télévisuel en France.

* 23. *The Jerry Springer Show*,
* ♥ talk-show, NBC, USA Net-
* work, États-Unis, 1991-2018.



* *Nummer 28*, télé réalité,
* KRO, Pays-Bas, 1991. (Joris
* dans le Confessionnal le 24
* novembre 1991)



* *The Real World*, télé réalité,
* MTV, États-Unis, 1992-2021.
* (Le confessionnal de 1993)



* *Big Brother*, télé réalité,
* Endemol, diffusée sur diver-
* ses chaînes selon les
* pays, Pays-Bas/internatio-
* nal, 1999-présent. (Capture
* d'écran de la 1^{ère} saison)

* 27. *Orwell George, 1984*,
* ▲ Londres, Secker & Warburg,
* 1949.

* 28. *Loft Story*, télé réalité,
* ♥ Endemol, M6, France,
* 2001-2002.

2001 à nos jours: Les trois générations de la télé-réalité française

Ce mémoire se concentrera particulièrement sur cette télé-réalité moderne, en France, initiée en 2001. À partir de l’observation des mutations du genre et de ses programmes, nous distinguerons trois générations de télé-réalité, correspondant approximativement à des cycles d’une décennie.

La première génération, de 2001 à 2011, marque l’ancrage durable des codes de la télé-réalité d’enfermement, renommée ultérieurement de vie collective. Leur succès est tel qu’elles reconfigurent l’ensemble du Paysage Audiovisuel Français (PAF) dont les programmes de divertissement intègrent progressivement ces nouvelles logiques narratives et visuelles. C’est à cette période que les programmes se multiplient, avec de nouveaux concepts comme *Pop Star*²⁹, *On a échangé nos mamans*³⁰ ou encore *L’amour est dans le Pré*³¹, créant de nouveaux sous-genres et élargissant ainsi sa définition.

La deuxième génération de télé-réalité se caractérise par la professionnalisation des candidats et son hybridation avec les réseaux sociaux. Elle débute en 2011 avec *Les Anges de la télé-réalité*³², qui réunit d’anciens candidats emblématiques et installe une circulation continue de ces figures médiatiques d’une émission à l’autre. Leur présence est prolongée et amplifiée par les réseaux sociaux, qui deviennent une « prothèse³³ » du domaine télévisuel. Comme l’analyse Nathalie Nadaud-Albertini, « on ne suit plus un programme, on suit un candidat à travers différentes émissions et sur Internet.³⁴ » Ce basculement fragilise la promesse de réalité des formats d’enfermement : les participants ne sont plus des anonymes, mais des figures récurrentes jouant leur propre rôle, générant une crise de l’authenticité et une lassitude du public. À cela s’ajoute la concurrence des plateformes de streaming, l’inadaptation aux formats courts, la polémique des influ-voleurs³⁵ ou encore de nombreux scandales et accusations d’agressions sexuelles. Entre 2020 et 2022, *Les Anges de la télé-réalité* et *Les Marseillais*³⁶ annoncent leur arrêt, puis le 28 février 2025 la chaîne emblématique de ces formats, NRJ12, cesse d’émettre sur la TNT, symbolisant une fin de cette deuxième génération.

Nous considérerons ici que la 3ème génération de télé-réalité a été amorcée après la crise du Covid, autour de 2022-2023, néanmoins elle reste difficile à définir faute de recul historique. Les bouleversements sociaux et économiques de la pandémie associés à une évolution des mentalités avec des mouvements comme #metoo semblent avoir engendré un double mouvement : l’atténuation du trash des télé-réalités d’enfermement au profit de programmes plus contrôlés, consensuels et familiaux. On observe également une tendance au recyclage des programmes emblématiques des débuts de la télé-réalité, avec le retour de la *Star Academy*³⁷ en 2022, de *Secret Story*³⁸ et de *l’Île de la tentation*³⁹ en 2024, ainsi qu’un retour possible de *Loft Story*.

*

29. *Popstars*, télé-réalité musicale, ALJ Productions, M6, France, 2001-2007 ; 2013 ; 2024-présent.

*

*

30. *On a échangé nos mamans*, télé-réalité, Shine France, M6, France, depuis 2009.

*

*

31. *L’Amour est dans le pré*, télé-réalité, adaptée du format britannique *Farmer Wants a Wife*, FremantleMedia France, M6, France, depuis 2006.

*

*

32. *Les Anges de la télé-réalité*, télé-réalité, La Grosse Équipe, NRJ12, France, 2011-2021.

*

*

33. Bolz Lisa, Grison Thibault, « « La réinvention de la télé-réalité sur TikTok : entre nouveaux formats numériques et l’émergence des "créateurs-vedettes" », *Télévision*, n°14, vol.1, 91-111, [En ligne] URL : <https://doi.org/10.3917/telev.014.0091>, consulté le 27/11/2025.

*

*

34. Nadaud-Albertini Nathalie, « «La télé-réalité, ce grand feuilleton transmédia» », *La revue des médias*, INA, 1 février 2017,[En ligne], <https://larevuedesmedias.ina.fr/la-tele-realite-ce-grand-feuilleton-transmedia>, consulté le 08/06/2025.

*

*

35. **Le scandale des influ-voleurs** (néologisme de « influenceur » et « voleur ») est un terme créé en 2021 par le rappeur Booba, qui désigne les arnaques et pratiques abusives de placements de produits de la parts d’influenceurs.

*

*

36. *Les Marseillais*, télé-réalité, Banijay Productions France, W9, France, 2012-2022.

*

*

37. *Star Academy*, concours musical et télé-réalité, Endemol, TF1, France, 2001-2008 ; 2022-présent.

*

*

38. *Secret Story*, télé-réalité, Endemol, TF1, France, 2007-2017 ; 2024-présent.

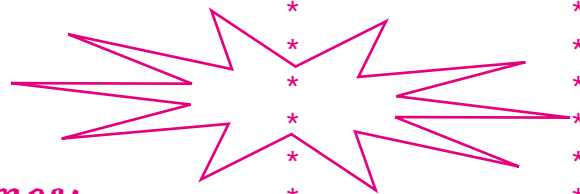
*

*

39. *L’Île de la tentation*, télé-réalité, Endemol, diffusée sur TF1 puis W9, France, 2002-2019 ; 2024-présent.

*

B. TYPOLOGIES DES ÉMISSIONS, STRUCTURE DES ÉPISODES



*Différentes typologies de programmes:
Observation du Paysage Audiovisuel Français*

Selon le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), la télé-réalité représentait en 2019 15,23 %⁴⁰ du volume d'heures diffusées sur les chaînes de la TNT et constitue ainsi l'une des six grandes catégories de programmes du paysage audiovisuel français, aux côtés de l'information, du cinéma, du sport, du documentaire et de la fiction (dont une part relève de la « fiction du réel », à l'image de *Petits secrets entre voisins*⁴¹ qui reprend les codes de la télé-réalité).

⁴⁰. Conseil Supérieur de l'Audio-Visuel, *La télé-réalité a 20 ans : évolution et influence*, publication du 29 janvier 2021, [En ligne], <https://www.csa.fr/informer/Collections-du-CSA/Focus-Toutes-les-etudes-et-les-comptes-rendus-synthetiques-proposant-un-zoom-sur-un-sujet-d-actualite/La-telerealite-a-20-ans-evolution-et-influence>, consulté le 03/06/2025.

⁴¹. *Petits secrets entre voisins*, fiction du réel, TF1, France, 2012-présent.

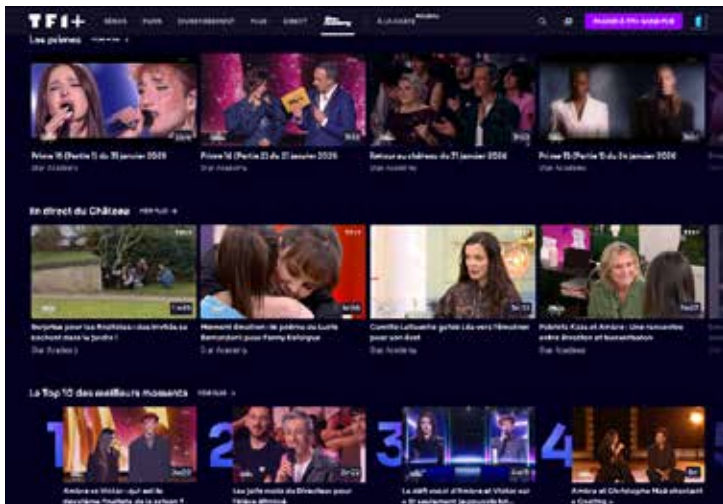
Ce rapport distingue onze grands thèmes de télé réalité, parmi lesquels les émissions de vie collective, les concours ou *talent shows*, les programmes de coaching, de rencontres amoureuses, les *dynasty shows* ou encore les émissions de rénovation.

Les programmes télévisuels se divisent en deux catégories influençant la construction narrative et leur fréquence de diffusion : les programmes de flux, destinés à être diffusés une fois uniquement, et les programmes de stock, régulièrement rediffusés pour remplir la grille des programmes. Nous observons que ces deux typologies s'appliquent également à la télé réalité et orientent la construction des programmes. Les télé réalités de flux constituent le format originel, avec les codes visuels et narratifs les plus reconnaissables. Elles sont souvent diffusées sur de longues périodes de 3 à 4 mois, à fréquence quotidienne (pour les émissions de vie collective), ou à fréquence hebdomadaire avec les programmes phares des chaînes (*Koh-Lanta*, *The Voice*, *L'amour est dans le pré*). Les télé réalités de stock sont quant à elles des programmes de divertissement issus des télé réalités originelles, qui reprennent ses codes et son esthétique. Elles peuvent avoir une durée hebdomadaire avec des compétitions courtes du lundi au vendredi (*Un dîner presque parfait*, *Les Reines du shopping*) ou ponctuelles, avec une narration centrée sur une problématique spécifique, souvent résolue par le présentateur durant l'épisode (*Super Nanny*, *Cauchemar en Cuisine*).

Il existe également des programmes hybrides, composés de plusieurs fréquences de diffusions et constructions temporelles, permises par une diffusion simultanée sur plusieurs plateformes médiatiques. Ce mode de narration a été expérimenté à la télévision pour la première fois à travers la télé réalité, avec *Big Brother* puis *Loft Story*, et est issu du concept de transmédia. Il est défini par le chercheur en théorie des médias Henry Jenkins comme « un processus dans lequel les éléments d'une fiction sont dispersés sur diverses plateformes médiatiques dans le but de créer une expérience de divertissement coordonnée et unifiée. Idéalement, chaque médium apporte sa propre contribution pour le développement de l'histoire.⁴² » La *Star Academy* est un des meilleurs exemples actuels de construction d'un récit transmédiatique. Diffusés hebdomadairement sous forme de primes, récapitulés tous les jours avec des quotidiennes, les images sont également diffusées en direct sur leur plateforme en ligne et application TF1+, qui propose en complément plus de 600 sous-émissions, compilations, fanbox ou autres contenus exclusifs. L'émission est également si partagée sur les réseaux sociaux par la chaîne et les fans qu'il est même possible de suivre l'émission sans regarder le support télévisuel⁴³.

⁴². Jenkins Henry, *La Culture de la convergence. Des médias au transmédia*, [2006], trad. de l'anglais par C. Jaquet, Paris, A. Colin/Ina Éd., coll. Médiacultures, 2013, p. 32.

⁴³. Rongba Karine, « Oui, les contenus de la Star Academy inondent les réseaux sociaux », Radio France, Mouv', 17 janvier 2025, [En ligne], <https://www.radiofrance.fr/mouv/oui-les-contenus-de-la-star-academy-inondent-les-reseaux-sociaux-2376942>, consulté le 22/10/2025.



- Présence médiatique de la Star Academy sur le site internet MyTf1+ et la page instagram @staracademytf1, le 03/02/2026

Structure narrative des épisodes

Les épisodes, quant à eux, reprennent une structure narrative assez similaire, issue de l'héritage de séquençages des feuilletons. Cette typologie réemployée permet de produire des émissions en masse et à faible coût afin de remplir facilement les grilles de programmations. C'est une des raisons qui explique le succès de ces formats auprès des chaînes et son influence sur l'industrie du divertissement télévisuel. La structure narrative des épisodes reprend un schéma traditionnel issu de la fiction composé d'une mise en place, d'un développement et d'un dénouement.

La mise en place constitue l'introduction de chaque épisode. Cette contextualisation accompagnée d'une voix off dure en moyenne de 3 à 5 minutes, et constitue le moment le plus intense visuellement afin d'attiser la curiosité du téléspectateur en agissant comme un cliffhanger. Les extraits les plus marquants de la saison s'y enchaînent à un rythme très rapide, accompagné d'un montage sursaturé en effets visuels et sonores. Elle se compose généralement de la présentation du concept de l'émission, d'un récapitulatif de la saison et de l'épisode d'avant, puis d'un générique avec le logo, souvent composé d'une animation en 3D. S'ajoute à cela une présentation des candidats avec leur nom, leur âge ou leur travail, accompagnée d'une description, souvent archétypique.

Le développement reprend les codes de la narration fictionnelle avec une alternance de moments calmes (discussions, réunions et moments de détente) et d'éléments perturbateurs comme des activités ou encore des disputes qui viennent créer une tension dramatique. Ce cœur d'épisode est entrecoupé

d'interludes et d'inserts, composés de plans aériens du paysage en plongée et traveling, alternant avec des plans rapprochés sur des éléments du décor. Ces pauses permettent de calmer l'intensité narrative, de prendre du recul sur le récit et de rappeler le contexte temporel ou géographique tout en ancrant l'identité de l'émission en y réinsérant le logo ou le *jingle*. Ces alternances de pauses et d'intensité très rythmées créent une diversité dans le récit et permettent de conserver l'attention du public. Le développement est également rythmé par des « interview-narratives⁴⁴ » ou communément appelées *confessionals*.

Cette valeur ajoutée au récit est inhérente au concept de télé réalité et dispose de deux fonctions : elles peuvent être de ressenti, où le candidat s'exprime sur ses émotions vis-à-vis d'une situation, ou être à portée narrative, pour faire avancer, donner du détail et raccrocher les éléments du récit. Ainsi, ces interviews narratives ont progressivement remplacé les voix off, qui étaient elles-mêmes l'évolution désincarnée du présentateur. Les candidats deviennent à la fois acteurs et incarnation multiple de l'animateur, créant alors ce que Virginie Spies nomme une « narration polyphonique⁴⁵ », créant un dynamisme et une impression de direct permanent.

Enfin le dénouement conclut l'épisode, parfois par le résultat de la compétition, la résolution de la problématique, ou un vote impliquant le public (avec la célèbre formule « votez 1 ou 2 au 73030 »). Cette fin d'épisode *tease* également des extraits de ce qu'il se passera dans l'épisode suivant avant de se conclure par un générique de fin et les crédits.

L'étude des formes, des typologies et des dispositifs narratifs de la télé réalité révèle un genre audiovisuel structuré, historiquement situé et profondément ancré dans les transformations médiatiques contemporaines. Pourtant, cette sophistication contraste fortement avec la dévalorisation persistante dont elle fait l'objet. Souvent qualifiée de « télé-poubelle », sa légitimité demeure sans cesse contestée. Massivement consommée mais socialement disqualifiée, la télé réalité cristallise une contradiction significative : que dit ce paradoxe de notre société et de ses hiérarchies culturelles ?

♥ **Structure narrative d'un épisode de Super Nanny**, télé réalité, M6, France, 2004–présent (@SuperNanny Officiel, Captures d'écran, « HD Super Nanny CATHY Karine Didier et leurs 10 enfants (2008) », YouTube, 7 août 2015, URL: <https://www.youtube.com/watch?v=QH6AwxuQf0Q>)



Mise en place



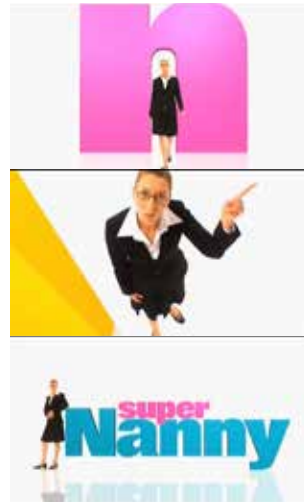
cliffhanger



récapitulatif de l'épisode



générique



présentation du lieu et des candidats



présentation du contexte détaillé



arrivée de la présentatrice



Développement



Dénouement



↓ résolution de la problématique ↓



↓ générique de fin ↓



TÉLÉ RÉALITÉS?

Camille
Suzanne

2.

L'ENFANT DES «SOUS CULTURES»

DNSEP 2026

Option Design

ESAD ORLEANS

École Supérieure d'Art et de Design d'Orléans
esadorleans.fr



TÉLÉ- RÉALITÉS ?

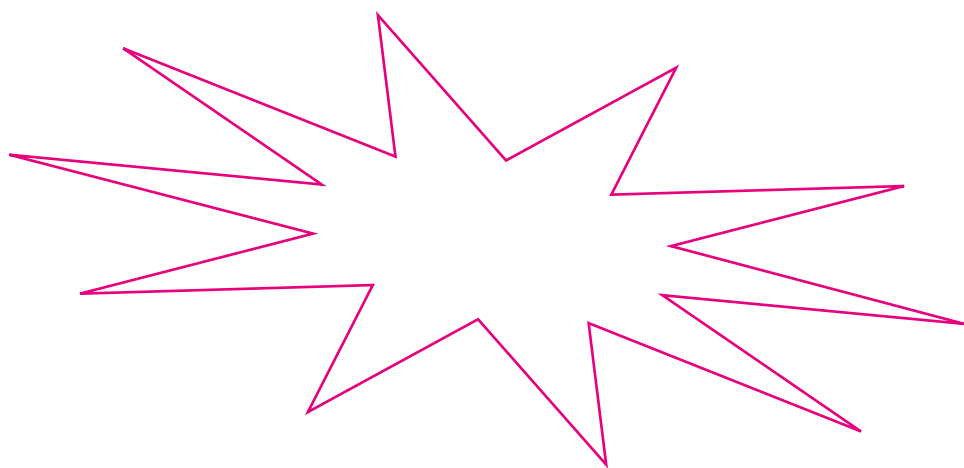
LIVRET 2

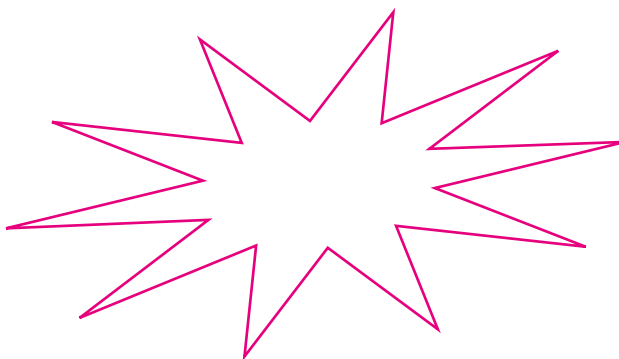
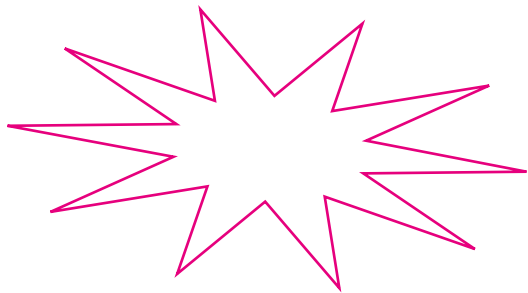
Camille Suzanne

DNSEP 2026, Option Design
Mention Design des Médias
ESAD Orléans
esadorleans.fr

Tutrice théorique : Ambre Charpier
Tuteur plastique : Julien Levesque

II. L'ENFANT DES «SOUS- CULTURES»





*CULTURE DE
MASSE ET
POPULAIRE*



*CULTURE
FÉMININE*



*CULTURE
TRASH*

A. CULTURE DE MASSE ET POPULAIRE

Une légitimité débattue

La disqualification persistante de la télé réalité révèle une hiérarchie dans la valeur accordée aux images, aux médias mais également aux cultures dans lesquelles elle s'inscrit. En effet, elle occupe une position singulière à l'intersection de cultures dont la légitimité est débattue, tant sur le plan intellectuel qu'artistique : la culture de masse, populaire, trash ou une forme de culture féminine.

Le mépris entourant la télé réalité cristallise ainsi des rapports de pouvoir symboliques et sociaux, tant à l'égard de ses publics que des candidats qu'elle donne à voir à l'écran. Ce mépris, la télé réalité ne se contente pas de le refléter : elle contribue également à le diffuser, à travers des représentations stéréotypées, notamment liées à la classe sociale et au genre.

Par essence, la télé réalité s'inscrit dans le média télévisuel, et donc dans une culture de masse dont la légitimité a été historiquement débattue. La culture de masse a commencé à se développer au milieu du XIX^e siècle avec l'essor des journaux à grande diffusion, puis a continué à se déployer grâce aux logiques industrielles de rationalisation. Les doctrines du fordisme et du taylorisme se sont ensuite progressivement étendues, de la sphère matérielle à la sphère culturelle, touchant ainsi les productions artistiques. Max Horkheimer et Theodor W. Adorno ont théorisé ce phénomène en 1947 en introduisant le concept d'« industrie culturelle¹ », désignant « la production industrielle des biens culturels résultant du prodigieux développement des médias de masse² ». Leur propos critique cette industrie qui ne répond pas au désir de masse mais intègre le consommateur comme objet et non comme sujet. En diffusant les normes de l'ordre social dominant, elle devient ainsi un outil de domination idéologique et favorise le conformisme au détriment de l'autonomie critique des individus. Selon Adorno, les médias de masse forment ainsi un outil d'aliénation et de manipulation des masses en privant les individus d'une information autonome, permettant d'avoir un jugement indépendant. Dans ce système de reproduction mécanique, les œuvres standardisées seraient pensées en fonction de leur consommation et s'inscriraient ainsi dans une logique de profit capitaliste, abolissant l'autonomie et l'unicité qui caractérisent une œuvre artistique : l'art n'est plus qu'un bien, une marchandise.

Cette catégorisation capitaliste de la culture de masse est néanmoins critiquée par des théoriciens comme Dieter Mersch ou Walter Benjamin, qui lui confèrent au contraire un caractère marxiste. En effet, avec cette diffusion massive par cette industrie, les productions culturelles et l'art deviendraient enfin « démocratiquement perceptible³ », accessibles de manière égalitaire et pourraient même devenir un espoir d'émancipation des peuples par l'accession à l'information. De plus, selon la maîtresse de conférence en art Julie Martin, cette pensée d'Adorno créerait une division classiste, entre des individus bien pensants « capables de se soustraire à l'ascendance des médias⁴ » et des « foules ignorantes et manipulables⁵ ». Cette division repose sur une hiérarchie culturelle implicite opposant une culture artistique légitimée, associée aux classes dominantes, à d'autres formes culturelles jugées moins nobles, parmi lesquelles la culture populaire et la culture de masse.

* * * * *

* 1. Horkheimer Max et W. *
 * ▲ Adorno Theodor, *La dialectique de la raison*, trad. de *
 * l'allemand par Kaufholz *
 * Éliane, Paris, Gallimard, coll. *
 * « Tel », 1974. *

* 2. Martin Julie, *Documenter le *
 * monde à l'ère des images *
 * fluides : stratégies artis- *
 * tiques*, Thèse en Art et *
 * histoire de l'art, Université *
 * Toulouse le Mirail - Toulouse *
 * II, 2019, p. 172, [En ligne], *
 * [https://theses.hal.science/](https://theses.hal.science/tel-02946582/) *
 * [tel-02946582/](https://theses.hal.science/tel-02946582/), consulté le *
 * 01/10/2025. *

* 3. Ibid. p. 176. *
 * ▲ *
 * 4. Ibid. p. 178. *
 * ▲ *
 * 5. Loc. cit. *
 * ▲ *

* * * * *

La télévision, en tant que média de masse, se trouve ainsi historiquement assignée à des usages populaires. Selon Olivier Masclet, ce média est en effet davantage consommé par les catégories disposant de moindres ressources économiques. Il avance que les personnes qui consomment le plus de contenus télévisuels sont celles qui ont « le moins de solutions de rechange, moins d'équipements audiovisuels concurrents du téléviseur et moins de possibilités de sorties⁶ ». Toutefois, Nathalie Nadaud-Albertini rappelle que réduire sa consommation exclusive aux classes populaires, du fait de sa dévalorisation culturelle relève avant tout d'un « discours de mépris de classe⁷ ».

Le paradoxe: socialement dévalorisé, massivement regardé

Ces débats et cette mésestime à l'égard des cultures et des médias populaires et de masse, ainsi que de leurs publics, se sont cristallisés de manière particulièrement visible autour de la télé réalité, et plus précisément lors du séisme médiatique provoqué par la diffusion de *Loft Story* en 2001. La critique intellectuelle dénonce alors la « nullité, l'insignifiance, la platitude⁸ » supposées des lofteurs et des téléspectateurs auxquels ils prêtent un manque de recul critique face aux images, réactivant ainsi la hiérarchie symbolique des publics de la culture de masse évoquée par Adorno. Le public de la télé réalité est largement infantilisé, et plus particulièrement la jeunesse, fréquemment décrite comme naïve ou influençable face à ce programme. Cette représentation fait écho aux analyses de Guy Debord lorsqu'il évoque « l'opposition spectaculaire principale entre la jeunesse et les adultes⁹ » qui naîtrait avec l'essor de *La Société du spectacle* et de la consommation.

Malgré la virulence de ces critiques, qualifiant l'émission de « règne du vide¹⁰ » ou de « lieu de la plus grande misère intellectuelle¹¹ », l'accusant de corrompre et d'abaisser la société, *Loft Story* rencontrera un succès massif qui, loin d'être un phénomène éphémère, marquera durablement le paysage audiovisuel. On observe ainsi un décalage notoire entre la déconsidération envers la télé réalité et la popularité et la consommation massive de ces émissions.

Néanmoins, ces critiques ont contribué à instaurer un certain stigmatisme autour de la télé réalité, poussant une partie du public à nier son intérêt pour ce type de programme. En effet, une enquête d'Elodie Kredens auprès d'étudiants consommateurs de télé réalité témoigne d'un décalage notable entre la consommation effective et les jugements formulés publiquement à son égard. Elle analyse et catégorise ainsi quatre types de réactions: le *mimétisme* du « discours du mépris¹² » des médias et de la sphère intellectuelle, la *relativisation* en minimisant leur intérêt pour ces programmes, le paradoxe d'un prétendu

6. Masclet Olivier, *L'Invité permanent. La Réception de la télévision dans les familles populaires*, Malakoff, Armand Colin, 2018, p. 42.

7. Nadaud-Albertini Nathalie à Vilanova Constance, op. cit., p. 45.

8. Jean Baudrillard, « L'élevage de poussière », *Libération*, 28 mai 2002, issu de Segré Gabriel, De *loft story* à *loft raider*. L'histoire d'un scandale, *Réseaux*, vol. 4, n°156, 2009, p. 224, 205-240. [En ligne], <https://doi.org/10.3917/res.156.0205.9>

9. Debord Guy, *La Société du spectacle*, Paris, Buchet-Chastel, 1967, p. 56.

10. David Dufresne, *Libération*, 1^{er} juin 2001, p. 34, issu de Segré Gabriel, op. cit., p. 226.

11. Guy Sorman, *Le Figaro*, 23 mai 2001, p. 15, issu de Segré Gabriel, op. cit., p. 227.

12. Elodie Kredens, « De la télé réalité, du péché et de la culpabilité... », *Quaderni*, n° 66, Printemps 2008, p. 89.

visionnage critique, moqueur ou analytique, et enfin le *mensonge*. Elle conclut ainsi que ces stratégies témoignent d'un sentiment de honte et de culpabilité chez les téléspectateurs qui regardent ces programmes.

Mépris de classe ?

Selon Nathalie Nadaud-Albertini, cette honte, nourrie par la virulence des discours intellectuels, peut également s'expliquer par une volonté de se distinguer des candidats issus de milieux populaires. Elle souligne qu'« en regardant la télé réalité, on se fournit un réservoir de ressources pour se présenter comme étant en dehors de la culture populaire, pour montrer qu'on fait partie des sachants. C'est une façon de se positionner comme ayant plus de légitimité culturelle¹³ ». La télé réalité cristallise ainsi une double dynamique : elle reflète une marginalisation des classes populaires, tout en contribuant à renforcer cette stigmatisation par des représentations stéréotypées et moqueuses à l'encontre des candidats.

En effet, les participants recherchés par les sociétés de production proviennent majoritairement de milieux défavorisés et, selon Constance Vilanova, trois facteurs expliquent cette surreprésentation : la recherche d'une nouvelle « Loana », candidate emblématique issue d'un milieu populaire correspondant à l'archétype médiatisé de la *bimbo* ; la facilité pour des personnes exerçant des métiers précaires, intérimaires ou nocturnes de quitter leur emploi pour participer à l'émission ; et enfin, le fait que ces candidats permettent au spectateur de se rassurer sur sa propre condition sociale, en se sentant supérieur ou plus intelligent. Elle évoque que cette distanciation à l'égard des candidats, érigés par les productions en « contre-modèles¹⁴ », s'opère grâce au montage et à la mise en scène, à l'instar de séquences de tests de culture générale, qui exhibent certaines des lacunes culturelles des participants. Cette stigmatisation et ce mépris seront clairement exprimés par Alexia Laroche-Joubert, productrice emblématique de la télé réalité et présidente de Banijay, qui déclara à la sortie du nouveau concept des *Ch'tis* : « [Les candidats] ont été castés pour leur accent forts [...] Enfermer des gogo danseuses, DJ et barmen de cités minières dans une villa à Ibiza ? [...] On s'est dit que ce serait marrant qu'il y ait un décalage. [...] J'en avais marre de caster des gens du Sud, il n'y a que des bimbos¹⁵. » Cette vision classiste ne serait néanmoins pas réservée aux télé réalités d'enfermement. Valérie Rey-Robert dénonce également les émissions de coaching ou de relooking comme *Les Reines du Shopping*¹⁶, où la présentatrice « transmet son capital culturel, les bons codes de la féminité blanche et bourgeoise pour que [les candidates] s'améliorent. Mais c'est un jeu de dupes qui ne tient pas compte des inégalités systémiques¹⁷. »

* * * * *

13. Vilanova Constance, op. cit.,
▲ p. 13.

14. Vilanova Constance, op. cit.,
▲ p. 37.

15. Ibid., p. 36.

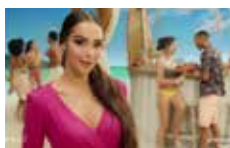
16. 

17. Rey-Robert Valérie à Devil-
• lers Sonia, Rey-Robert
Valérie, « Télé réalité :
femmes soumises ou
femmes émancipées ? »,
L'instant M, Radio France,
11 mai 2022, [En ligne] URL :
<https://www.radiofrance.fr/franceinter/podcasts/l-instant-m/l-instant-m-du-mercredi-11-mai-2022-8694297>, consulté
le 27/07/25

Certaines émissions comme *Love Island*¹⁸ ou *Love Is Blind*¹⁹ ont néanmoins tenté de mettre en avant des candidats aux profils socioéconomiques variés, mais n'ont pas forcément eu le succès escompté. En effet, selon Nathalie Nadaud Albertini, « en dépit des critiques, le public veut du sensationnalisme et ne souhaite pas forcément s'identifier aux participants de ces émissions²⁰. »

Ainsi, les classes populaires sont surreprésentées parmi les candidats de télé-réalité : cette visibilité pourrait-elle toutefois être envisagée comme une forme de compensation face à une quasi-absence dans les autres programmes du paysage audiovisuel français ? En effet, selon un rapport de l'Observatoire des inégalités, « 65 % de ceux qui s'expriment à la télévision sont des cadres supérieurs, contre 2 % d'ouvriers, des chiffres en profond décalage avec la composition socio-économique de la population française²¹. » Dans ce contexte, la télé-réalité, les jeux télévisés ou les émissions de témoignages restent parmi les rares programmes à représenter des candidats issus de milieux défavorisés, néanmoins il est légitime de s'interroger sur la nature et les intentions réelles derrière ces images : est-ce une recherche d'inclusivité et de représentation ou un divertissement condescendant lié à des dynamiques classistes ?

Qu'il s'agisse de surreprésentation ou de sous-représentation, ces déséquilibres posent des enjeux sociaux majeurs. Ils mettent en lumière le rôle des médias dans la construction et la reproduction de hiérarchies implicites. Comme le souligne Constance Vilanova, la télé-réalité « se trouve à l'intersection de toutes les luttes : le classisme, le racisme et la misogynie²² ».



¹⁸. *Love Island France*, télé-réalité, Prime Video, inspiré de la version anglaise par ITV Studios, 2005-présent. (Nabilla pour *Love Island*, Capture d'écran Prime vidéo)

¹⁹. *Love Is Blind*, télé-réalité, Kinetic Content / Netflix, États-Unis, 2020-présent.

²⁰. Nadaud Albertini Nathalie à Vilanova Constance, op. cit, p. 48.

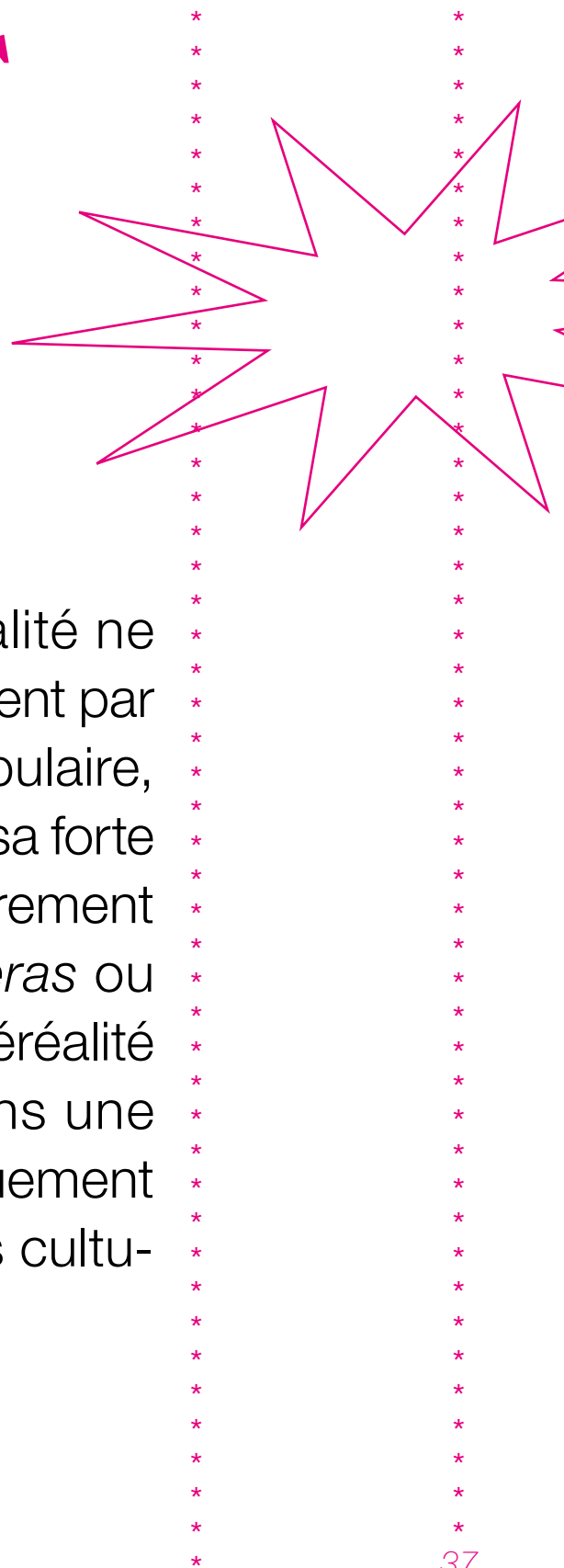
²¹. «La représentation des catégories sociales à la télévision», Rapport de l'Observatoire des inégalités, 7 novembre 2025, [En ligne], <https://www.inegalites.fr/La-representation-des-categorie-sociales-a-la-television>, consulté le 28/11/2025

²². Vilanova Constance, op. cit, p. 16.

B. CULTURE FÉMININE

Culture féminine et stéréotypes

La disqualification de la télé-réalité ne s'explique toutefois pas uniquement par son ancrage dans la culture populaire, elle est également renforcée par sa forte association à un public majoritairement féminin. À l'instar des *soap operas* ou des romans sentimentaux, la télé-réalité est communément inscrite dans une culture dite « féminine », historiquement dévalorisée dans les hiérarchies culturelles dominantes.



Les programmes centrés sur les relations affectives, émotionnelles ou intimes sont ainsi fréquemment perçus comme triviaux, superficiels ou illégitimes, en opposition à une culture masculine considérée comme plus noble ou sérieuse. Cette double disqualification, à la fois sociale et genrée, confère à la télé-réalité un « capital symbolique négatif²³ » qui traduit un mépris à l'égard d'une culture féminine et de son public, tout en participant à la reproduction des rapports patriarcaux par une stigmatisation accrue des candidates, particulièrement exposées à des représentations stéréotypées.

Le rapport de 2022 du Haut Conseil à l'égalité affirme que la télé-réalité est une « grande pourvoyeuse de sexisme²⁴ » en France. Il avance que ses programmes mettent en scène une polarisation des genres rigide, entre ultra-masculinité et hyperféminité, et dressent un portrait particulièrement stéréotypé des femmes. Représentées comme naïves, rivales ou superficielles, les candidates y subissent différentes formes de violence entre harcèlement, sexualisation, insultes, humiliation ou encore attouchements non consentis. Conçues selon une « stratégie authentifiante²⁵ », pour que le téléspectateur s'identifie au candidat, les émissions de télé-réalité peuvent ainsi renforcer un imaginaire collectif patriarcal et influencer leur spectateur dans une vision des relations sociales et amoureuses inégalitaire et misogyne. Le HCE avance que la télé-réalité propage une « double disqualification, à la fois individuelle et collective²⁶ » : chaque violence, qu'elle soit réelle ou symbolique, exercée à l'encontre d'une candidate contribue à corroborer un système de violences qui s'exerce plus largement à l'égard de l'ensemble des femmes.

Dans les programmes de télé-réalité, la diffusion de représentations misogynes se manifeste également à travers une esthétique, des codes visuels et des cadrages issus du « *male gaze*²⁷ ». Ce concept théorisé par Laura Mulvey décrit la manière de filmer d'un point de vue masculin, diffusant des images aux cadrages invisibilisant, objectivant ou sexualisant les personnages féminins, renforçant alors un imaginaire visuel patriarcal. Dans les scènes d'arrivée, particulièrement évocatrices du *male gaze* filmique, le cadrage constitue une extension du regard masculin du réalisateur, candidat ou téléspectateur, à travers des plans en panoramique vertical, déshabillant de bas en haut les candidates. Le corps féminin est placé en objet plutôt qu'en sujet grâce à un système de champs et contrechamps, mettant en avant la réaction des candidats par des plans sur leurs visages, bouche ouverte et yeux écarquillés. Ces cadrages alternent avec des gros plans qui morcellent le corps des candidates par une partition sexuelle et sexualisée, montrant seins, jambes ou fesses, précédant souvent sa prise de parole. Ce mode de regard vient ainsi objectiver leurs corps, se distanciant de leurs expériences, et ce faisant, les place comme réceptacles du désir et non comme sujets désirants.

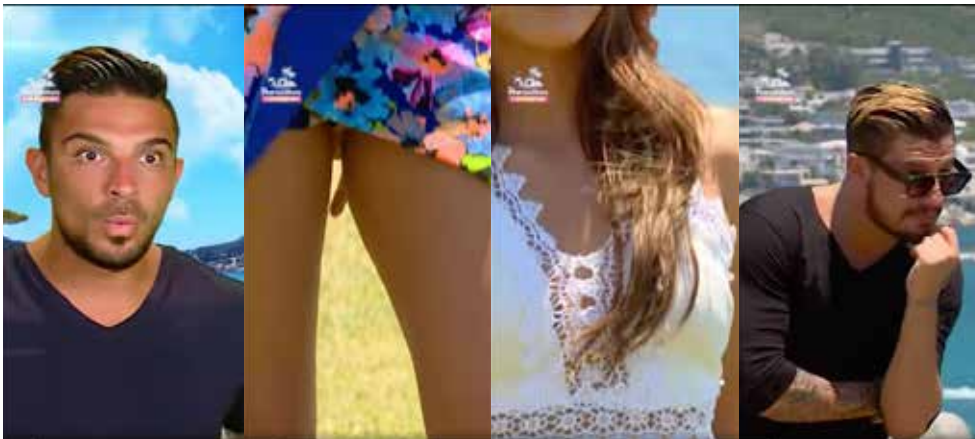
★ 23. Moi Toril, « Appropriating
▲ Bourdieu : Feminist Theory
★ and Pierre Bourdieu's
★ Sociology of Culture »,
★ New Literary History, vol. 22,
★ n° 4, 1991, p. 1036, issu
★ de Delphine Chedaleux,
★ « Cultures féminines et fémi-
★ nisme », La Vie des idées, 30
★ juin 2020, URL : [https://lavie-
desidees.fr/Cultures-feminines-
et-feminisme](https://lavie-
desidees.fr/Cultures-feminines-
et-feminisme), consulté le
★ 09/12/2025.

★ 24. Rapport du Haut Conseil à
★ l'égalité femmes-hommes,
★ « Rapport annuel 2022 sur
★ l'état du sexisme en France »,
★ 7 mars 2022.

★ 25. Gabriel Segré, op. cit., p. 234.
★ ▲

★ 26. Rapport du Haut Conseil à
★ l'égalité femmes-hommes,
★ art. cit.

★ 27. Mulvey Laura, « Visual
★ ▲ Pleasure and Narrative
★ Cinema » (Plaisir visuel et
★ cinéma narratif), *Screen*,
★ vol. 16, n° 3, p. 6-18.



♥ Arrivée de la candidate Rawell, Captures d'écran, *Les Marseillais South America*, Saison 5, W9, URL : <https://www.facebook.com/watch/?v=1555506865840267>

La grammaire de la télé réalité dépeint également les hommes par des termes actifs comme « séducteur », tandis que les femmes reçoivent des qualificatifs passifs tels que « sexy » ou « fidèle²⁸ ». Dans les portraits des candidats, le montage met en évidence certaines caractéristiques facilement identifiables pour le téléspectateur créant ainsi des archétypes : « la grande gueule, l'imbécile heureux, la beauté superficielle²⁹ ». Ces représentations de personnages standardisées et faciles à cerner proviennent de la construction narrative même des programmes basée sur des « personnage-personnes³⁰ », renforçant ainsi les préjugés existants. Nathalie Nadaud-Albertini explique ainsi ce processus : « C'est l'opposé d'une fiction classique, pour laquelle on écrit d'abord le scénario, puis on choisit un acteur pour l'incarner. Là on choisit des candidats parce qu'on pense qu'ils correspondent à tel ou tel type de personnages, on les met dans un espace de potentialité et on voit comment ils interagissent les uns avec les autres. [...] Et ce faisant, on crée aussi les personnages qui sont indexés sur le comportement, les paroles et le physique d'une personne³¹ ».



♥ Portraits de Malik dans *Next*, Captures d'écran *Next Next Made in France* — Mira, Youtube.com, City 1011, 22 avril 2023, URL : <https://www.youtube.com/watch?v=c49nMj9PhXE>



♥ Portraits de Malik dans *Next*, Captures d'écran *Next Next Made in France* — Julien, Youtube.com, City 1011, 23 décembre 2022, URL : <https://www.youtube.com/watch?v=jkf1vv4IUkA>

* 28. *Les marseillais*, émission de télé réalité, W9, France, 2012, saison 1, épisode 1.

* 29. Jost Francois à Vilanova Constance, *Vivre pour les caméras : ce que la télé-réalité a fait de nous*, op. cit, p. 67.

* 30. Nadaud-Albertini Nathalie ▲ à Wessbecher Louise et Vaillant Clément, « C'est à "Loft Story" que l'on doit ces détails dans nos émissions préférées », *HuffPost*, 23 avril 2021, [En ligne] https://www.huffingtonpost.fr/medias/article/c-est-a-loft-story-que-l-on-doit-ces-detais-dans-nos-emissions-preferees_179671.html, consulté le 27/10/2025.

* 31. Loc. cit.

* 32. Cindy Sherman, *Untitled*
 * ★ *Film Still #3*, 1977, Gelatin
 * silver print, 18 × 24 cm. *

* 33. Wood Gaby, « I'm every
 * woman... », *The guardian*,
 * 2003, [En ligne], [https://](https://www.theguardian.com/theobserver/2003/may/18/features.review57)
 * [www.theguardian.com/](https://www.theguardian.com/theobserver/2003/may/18/features.review57)
 * [theobserver/2003/may/18/](https://www.theguardian.com/theobserver/2003/may/18/features.review57)
 * [features.review57](https://www.theguardian.com/theobserver/2003/may/18/features.review57), consulté
 * le 08/11/2025. *

* 34. *Mamans & Célèbres*, série
 * ♥ de télé réalité, La Grosse
 * Équipe, TFX, France, 2017
 * -2023. *



* Zemmour Eric, « Nabilla :
 * l'empire du vide — CSD », *CNEWS*, 14 novembre
 * 2014, YouTube, [En ligne]
 * [https://www.youtube.com/](https://www.youtube.com/watch?v=qKXcyu0tOFE)
 * [watch?v=qKXcyu0tOFE](https://www.youtube.com/watch?v=qKXcyu0tOFE),
 * consulté le 04/10/2025.
 * (« Non mais allo quoi » par
 * Nabilla lors de la saison 5
 * des *Anges de la télé réalité*) *

* 36. Ibid. *

* 37. Helft Anouk, « Les stars
 * ▲ de télé réalité se refont
 * une réputation en devenant
 * parents », *Slate*, 2019, [En
 * ligne] [https://www.slate.fr/](https://www.slate.fr/story/182736/tele-realite-nabilla-scandales-clash-tendance-parentalite-enfant-grossesse)
 * [story/182736/tele-realite-na-](https://www.slate.fr/story/182736/tele-realite-nabilla-scandales-clash-tendance-parentalite-enfant-grossesse)
 * [billa-scandales-clash-ten-](https://www.slate.fr/story/182736/tele-realite-nabilla-scandales-clash-tendance-parentalite-enfant-grossesse)
 * [dance-parentalite-en-](https://www.slate.fr/story/182736/tele-realite-nabilla-scandales-clash-tendance-parentalite-enfant-grossesse)
 * [fant-grossesse](https://www.slate.fr/story/182736/tele-realite-nabilla-scandales-clash-tendance-parentalite-enfant-grossesse), consulté le
 * 23/10/2025. *

* 38. *Familles nombreuses : la vie*
 * ♥ en XXL, série de télé réalité,
 * TF1 Production, TF1, France,
 * 2020-présent. *

* 39. La *tradwife* (abréviation de
 * ● traditional wife, en français
 * « épouse traditionnelle ») est
 * un mouvement basé sur un
 * standard patriarcal conser-
 * vateur, prônant le retour du
 * modèle de la femme au foyer,
 * dévouée à sa famille et aux
 * tâches domestiques. *

* 40. Le *sharenting* (abréviation de
 * ● share, partager, et parenting,
 * parentalité) est une pratique
 * qui consiste, pour les parents,
 * à diffuser des photos ou des
 * vidéos de leurs enfants sur
 * les réseaux sociaux. *

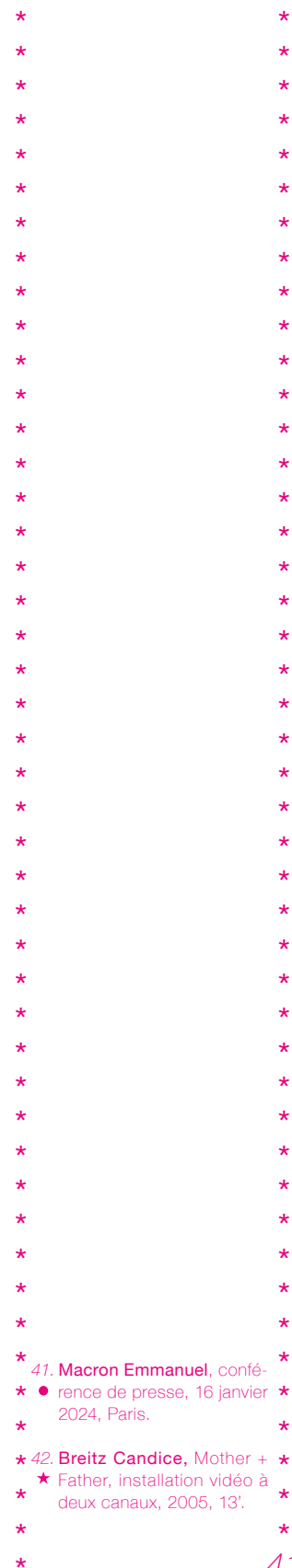
Archétypes : la bimbo se repent en mère

Les archétypes féminins sont particulièrement populaires dans les émissions de télé réalité et, plus globalement, dans les médias de masse. Ces représentations questionnent depuis longtemps de nombreuses artistes, dont Cindy Sherman, qui dans sa série *Untitled*³², incarne ce male gaze cinématographique par la pratique de l'autoportrait photographique. Dans ces mises en scène, elle devient « every woman³³ », prend les traits de la *pin-up*, de la prostituée ou encore de la femme au foyer personnifiant ces catégories sociales et culturelles façonnées par nos médias et les imaginaires collectifs qu'ils engendrent.



★ Sherman Cindy, *Untitled Film Still #3*, Gelatin silver print, 18 × 24 cm, 1977

La télé réalité scénarise dans des parcours narratifs médiatisés, les archétypes de la *bimbo* et de la mère. La bimbo, d'abord sexualisée et dévalorisée dans les émissions d'enfermement, y rencontre l'amour, se marie, et enfin se repent en devenant mère, faisant d'elle une nouvelle candidate idéale pour des *dinasty show* ou émissions sur la maternité comme *Mamans & célèbres*³⁴. L'exemple de Nabilla en est emblématique : qualifiée de « pauvre fille³⁵ », d'« inculte³⁶ », elle atteint « l'âge de raison³⁷ » lorsqu'elle fonde une famille. L'essor des programmes de télé réalité valorisant la maternité et la famille, avec des émissions à succès comme *Familles nombreuses*³⁸, s'inscrit dans une tendance observable sur les réseaux sociaux de retour aux valeurs traditionnelles, montée du mouvement *trad wife*³⁹ ou encore de propagation du *sharenting*⁴⁰. Ces représentations

[illegible][illegible][illegible][illegible]

marquée pour des figures combatives, capables d'affronter les hommes sur leur propre terrain et d'agir dans leur intérêt, quitte à transgresser les normes familiales traditionnelles⁴³. Ces figures féminines dissidentes rompent avec les normes traditionnelles de douceur et de dévouement et constituent ainsi des « supports d'identification⁴⁴ » à travers lesquels les spectatrices peuvent projeter et exprimer des affects et des excès émotionnels habituellement réprimés dans la sphère sociale, où la maîtrise de soi demeure la norme ?

La bimbo, femme libre, icône féministe ?

La figure de la *bimbo*, étroitement associée à la télé-réalité, s'inscrit pleinement dans ces figures féminines dites subversives. En tant que construction audiovisuelle largement façonnée par le *male gaze*, elle suscite des analyses profondément divergentes, quant à sa nature, ses intentions et son impact sur les représentations genrées. Certains la considèrent comme une figure apolitique, capitaliste et essentialiste de l'hyperféminité, produite par les industries de la mode et de la beauté, se contentant de reproduire des normes patriarcales à la fois prescriptives et contradictoires. À l'inverse, des artistes et penseuses contemporaines, comme la performeuse et drag queen Garance Bonotto, revendiquent la bimbo et leur existence même comme un acte d'émancipation féministe. À travers son manifeste *Ode à la bimbo*, elle décrit cet archétype comme une « créature télévisuelle⁴⁵ » dont la puissance est révélée par les réactions fortes qu'elle suscite, entre admiration ou rejet. Souvent simplement décrite dans l'imaginaire collectif comme « blonde, pulpeuse, refaite, sexy, bête, belle⁴⁶ », Bonotto met en évidence la complexité et les discriminations que subit cette figure féminine, parfois même « à l'intersection de plusieurs assignations de genre, de race et de classe, à l'instar de Zahia ou Nabilla, à la fois "bimbos" et "beurettes"⁴⁷ ».

Dans sa performance théâtrale *Bimbo Estate*⁴⁸ de 2018, mêlant récit intime et saynètes fictionnelles, elle fait interagir six personnages hybrides inspirés de figures historiques de la bimbo, dont La Cicciolina, Pamela Anderson ou encore Loana. Ce parallélisme, à l'instar du projet de Candice Breitz, révèle des codes médiatiques limités tout en mettant en valeur la richesse des identités et des parcours de ces femmes. Pour l'artiste, leur présence médiatique est centrale : loin d'être passives, les bimbos utilisent leur visibilité comme outil d'émancipation puisqu'elles bousculent l'ordre social fondé sur la maternité et le couple hétérosexuel, revendiquent l'artifice comme puissance politique et s'inscrivent ainsi dans un historique militant féministe et *queer*. En assumant leurs désirs, elles se heurtent aussi à aux condamnations morales du patriarcat tel que le *slut-shaming*⁴⁹.

* 43. Ang Ien, *Watching Dallas, Soap Opera and The Melodramatic Imagination*, London, Routledge, 1985 (1982), issu de Delphine Chedaleux, art. cit.

* 44. Seiter Ellen, Borchers Hans, Kreutzner Gabriele et Maria Warth Eva, « "Don't treat us like we're so stupid and naïve": Toward an Ethnography of Soap Opera Viewers », issu de Delphine Chedaleux, art. cit.

* 45. Bonotto Garance, « Ode à la bimbo. Une icône de la culture pop #1 », *Manifesto XXI*, 5 novembre 2019, [En ligne], <https://www.manifesto-21.com/ode-a-la-bimbo-icone-culture-pop-1/>, consulté le 01/11/2025.

* 46. Art.cit.

* 47. Art. cit.



* 48. Bonotto Garance, *Bimbo Estate*, performance, 2018. (La Cicciolina, Couverture de *Les aventures de la Cicciolina*, Dynamite, 2008)

* 49. Le *slut-shaming* (abréviation de *slut*, *salope* et *shame*, honte) désigne le fait de stigmatiser, culpabiliser, dévaloriser toute femme dont le comportement sexuel, l'aspect physique ou encore l'attitude est jugé hors-norme, provocante ou immorale.



★ Plan rapproché de Madame fumant la pipe, Guy-Blaché Alice, *Madame a ses envies*, Gaumont, 1906, film muet, 6'.

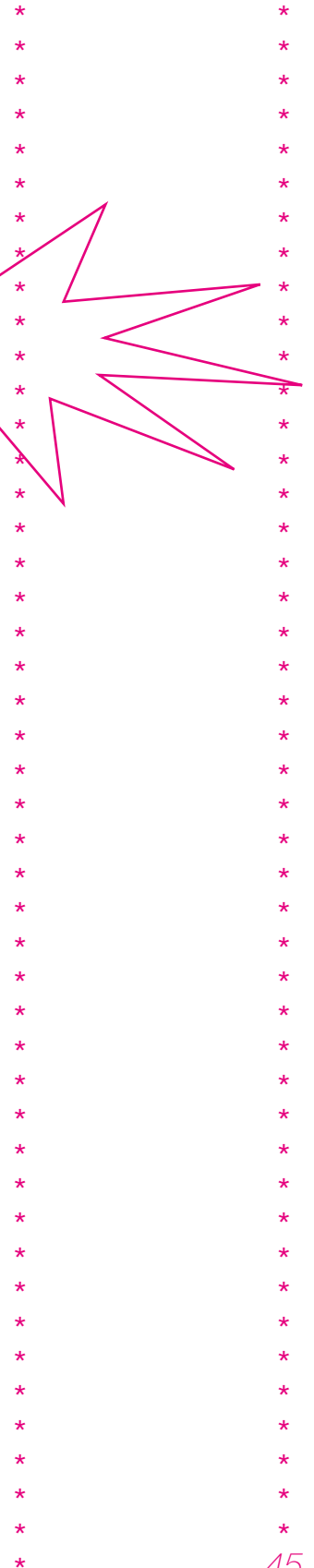
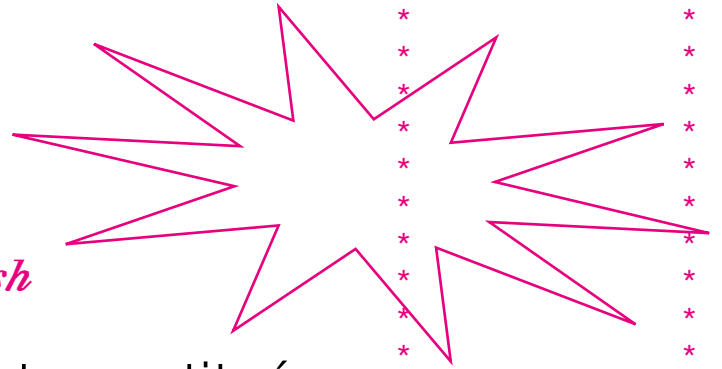
À travers des médiums et des stratégies variés, ces artistes ouvrent ainsi la voie à une relecture des représentations féminines dans les productions audiovisuelles et la télé réalité, en les envisageant comme des figures d'émancipation. La sociologue Beverley Skeggs montre par ailleurs que les sociabilités féminines développées autour de la télé réalité peuvent constituer des espaces de rencontre et de pratiques « alternatives⁵² » pour les femmes, créant ainsi un espace symbolique de résistance à une culture masculine dominante. Dans cette perspective, la télé réalité, notamment si l'on l'imagine réappropriée par un *female gaze*, apparaît susceptible de déplacer les régimes de représentation dominants et de devenir un puissant outil de revendication d'une culture féminine et féministe.

★ ⁵². Skeggs Beverley, « Une autre conception de la personne. Régimes de valeur et pratiques d'autonomisation de la classe populaire » [Traduit par Nelly Quemener, Chloé Le Gouéz et Maxime Cervulle], *Poli*, n°14, 2018, p. 16-35, issu de Delphine Chedaleux, art.cit.

C. CULTURE TRASH

Affirmation de la culture trash

D'autres cultures se sont constituées et revendiquées à partir de leur disqualification symbolique, à l'instar de la *trash culture*, dans laquelle s'inscrit la *Trash TV*. Le terme « *trash* », chargé de connotations sociales et esthétiques dévalorisantes, renvoie à une forme de trivialité dévaluant les productions populaires. Pourtant, initialement disqualifiée, la *trash culture* a su se constituer, notamment à travers des réflexions théoriques et artistiques, comme une culture subversive, transformant le stigmate en affirmation identitaire.



Dès lors, la télé réalité ne pourrait-elle pas être envisagée comme un espace de revendication d'une culture féminine mais aussi d'une culture *trash*, participant à la reconfiguration des hiérarchies culturelles ?

L'histoire de la culture *trash* trouve ses prémices dans l'émergence de la notion de vulgaire, apparue pour la première fois vers 1800 dans un essai de Madame de Staël, qui la décrivait comme « toutes les formes qui supposent peu d'élégance dans les images et peu de délicatesse dans l'expression [...] La vulgarité du langage, des manières, des opinions, doit faire rétrograder, à beaucoup d'égards, le goût et la raison⁵³. » Elle place ainsi un rapprochement entre le fond et la forme : une pauvreté esthétique serait corrélée avec un raisonnement considéré comme faible. La notion de vulgarité a alors progressivement été associée aux classes sociales disposant d'un capital culturel jugé faible, le « bon goût » étant réservé aux classes dominantes.

Pourtant, dans les années 1960, le vulgaire sera réapproprié par le milieu incarnant par excellence le bon goût : le monde de l'art. Cette époque sera marquée par l'apparition de mouvements comme l'*Arte Povera* ou le *Junk Art* qui cherchent à interroger les valeurs de la société moderne et du productivisme par l'utilisation de matériaux pauvres comme les déchets, entre autres. En 1961, le critique d'art Lawrence Alloway définissait pour la première fois cette "*Junk culture*⁵⁴", comme une culture avant-gardiste se réappropriant les déchets humains comme l'urine avec les *Oxidation Paintings*⁵⁵ d'Andy Warhol, les excréments par Piero Manzoni avec *Merde d'artiste*⁵⁶, ou encore le sang dans les performances subversives d'Hermann Nitsch, membre du mouvement de l'actionnisme viennois.

53. De Staël Germaine, *De la littérature considérée dans ses rapports avec les institutions sociales*, Paris, Faquelle, n.d. (1800), 5, 249.

54. Alloway Lawrence, « *Junk Culture* », *Architectural Design*, vol. 31, n° 3, p. 122, 1961.

55. Warhol Andy, *Oxidation Paintings*, 1977-1978, Urine sur gesso sur toile, 101,6 x 76,8 cm.



56. Manzoni Piero, *Merda d'artista*, 1961, Fer-blanc, papier, excrement, 5 x 6,5 cm.



Hermann Nitsch, 4. *Aktion November 21*, 1963. Photographie couleur par Ludwig Hoffenreich, 130 x 130 cm.



★ Warhol Andy, *Oxidation Paintings*, 1977-1978, Urine sur gesso sur toile, 101,6 x 76,8 cm.

Cette réappropriation du vulgaire par les hautes sphères de la société vient questionner la tripartition des cultures avancée par le politique et critique social Dwight MacDonald qui différencie une haute culture ; une culture moyenne ou *kitsch culture*, qui tente de s'y conformer en conservant sa morale et en imitant son esthétique ; et enfin une culture basse ou *trash culture* qui s'y oppose⁵⁷. Cette définition construite par opposition à une « haute culture » est néanmoins restreinte. Certains écrits comme « *Andy Warhol era un coatto. Vivere e capire il trash*⁵⁸ » de l'essayiste italien Tommaso Labranca viendront défendre et soutenir que le trash n'est pas un laissé pour compte de cette hiérarchie culturelle, mais qu'il dispose d'une identité et d'une esthétique propre, notamment explorées dans des productions audiovisuelles.

Démocratisation du trash et de son esthétisme dans les productions audiovisuelles : de Pink Flamingo, au Jerry Springer Show

John Waters, réalisateur américain, sera l'un des pionniers du cinéma *trash*. Surnommé le « Pape du *Trash* », ses films adhéreront à la trivialité héritée du mouvement de la *Junk Culture*, tout en unissant le *trash* et le *kitsch*. Il leur revendique ainsi une identité commune en tant que sous-culture et contribue à la démocratiser dès les années 70. Ses films mettent en scène des personnages de toutes classes sociales, ubuesques et dépravés, qui cassent les codes de la morale puritaine américaine en s'opposant aux valeurs socialement mises en avant comme l'État, la religion, l'école, le mariage et plus généralement les « bonnes » mœurs. Par ses films, il vient explorer la fracture entre la classe moyenne aux valeurs traditionnelles de l'Amérique et la contre-culture *punk* et marginale. Un exemple emblématique de son travail et du cinéma trash est *Pink Flamingo*⁵⁹, sorti en 1972, dans lequel la *drag-queen* Divine, élue « l'être vivant le plus dégoûtant de la planète », dispute le titre avec un couple pervers et pornographe qui séquestre des jeunes filles et vend leurs enfants à des couples lesbiens. Par ce film subversif, mettant en scène exhibitionnisme, scatophilie, viols, meurtres, séquestrations ou encore inceste, la *trash culture* s'affirme dans la production audiovisuelle et dans sa volonté revendicatrice de bouleverser les valeurs et la morale du système préexistant.

57. Macdonald Dwight, «Mass-cult and Midcult», Partisan Review, vol.2, p. 203-233, 1960.

58. Labranca Tommaso, *Warhol Andy era un coatto. Vivere e capire il trash*, Roma, Castelvechi, 1994.

59. Waters John, *Pink Flamingos*, Dreamland Productions, 1972, 93 min.



★ Divine mangeant un cadavre de policier, Waters John, *Pink Flamingos*, Dreamland Productions, 1972, 93 min.

Au cours des années 1980 et 1990, la culture trash se diffuse largement, passant des sphères artistiques et cinématographiques avant-gardistes à la culture de masse, notamment à travers sa réappropriation par la télévision. Un nouveau genre de divertissement, désormais mainstream, émerge alors : la *Trash TV*. Ce mouvement révèle ainsi un aller-retour singulier entre les hiérarchies culturelles : d'abord associée à une « basse culture », la trash culture est récupérée par l'art contemporain, avant de réintégrer la culture populaire de masse sous une forme télévisuelle. Loin de s'atténuer, les critiques à son encontre se renforcent à mesure que ces programmes touchent un large public, mettant en lumière la persistance d'une hiérarchie culturelle opposant légitimité artistique et divertissement populaire. Aux États-Unis, la *Trash TV* s'initia par des talkshow comme le *The Jerry Springer Show*⁶⁰, incarnant cette nouvelle forme de programmes subversifs, qualifiés d'exhibitionnistes et de racoleurs. Malgré les critiques virulentes qu'ils suscitent, ces formats rencontrent un succès d'audience considérable, inaugurant le paradoxe durable de la *Trash TV*, entre consommation massive et forte dévalorisation symbolique, et ce malgré les tentatives de légitimation de cette culture. Aujourd'hui, le terme *Trash TV* évoque principalement les programmes de télé-réalité qui ont contribué, au fur et à mesure des années, au développement d'une esthétique audiovisuelle trash. Souvent qualifiée de « mauvais goût agressif⁶¹ », cette esthétique sursaturée sera disqualifiée à l'instar de celle des feuilletons, des *soap operas* ou encore des séries *B* et *Z*, et communément considérée comme une image de valeur inférieure.



The Jerry Springer Show, talk-show télévisé, États-Unis, 1991-2018.

⁶¹. Définition "Trash", Larousse, [En ligne], <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/trash/10910030>, consulté le 14/01/2026.

Sa vidéo *Research Waits*, issu du projet multimédia *Any Ever*⁶², propose une expérience audiovisuelle intense, mettant en scène des figures extravagantes, dont il vient accentuer les émotions et interactions frénétiques en poussant à l'excès les codes visuels de ces émissions. Ainsi, Trecartin exploite un montage extrêmement rapide et chaotique, traduisant l'intensité de la narration mélodramatique; des colorimétries accentuées, matérialisant de manière littérale les émotions immodérées des personnages; ou encore des effets de transitions exagérés, artificiels ou volontairement rudimentaires, faisant écho aux contraintes budgétaires et à l'esthétique parfois *low-cost* des programmes de télé réalité. À cela s'ajoutent des titrages sensationnalistes rappelant les logos d'émissions, des sous-titres guidant la lecture du spectateur, ou encore l'usage de guillemets et de signes graphiques renvoyant aux insultes, ou aux paroles jugées inaudibles ou incompréhensibles des candidats. Cette surcharge visuelle est renforcée par une bande sonore mélodramatique, ponctuée d'effets sonores artificiels et envahissants, destinée à intensifier la réception émotionnelle des images et à orienter l'affect du spectateur face à l'action représentée.

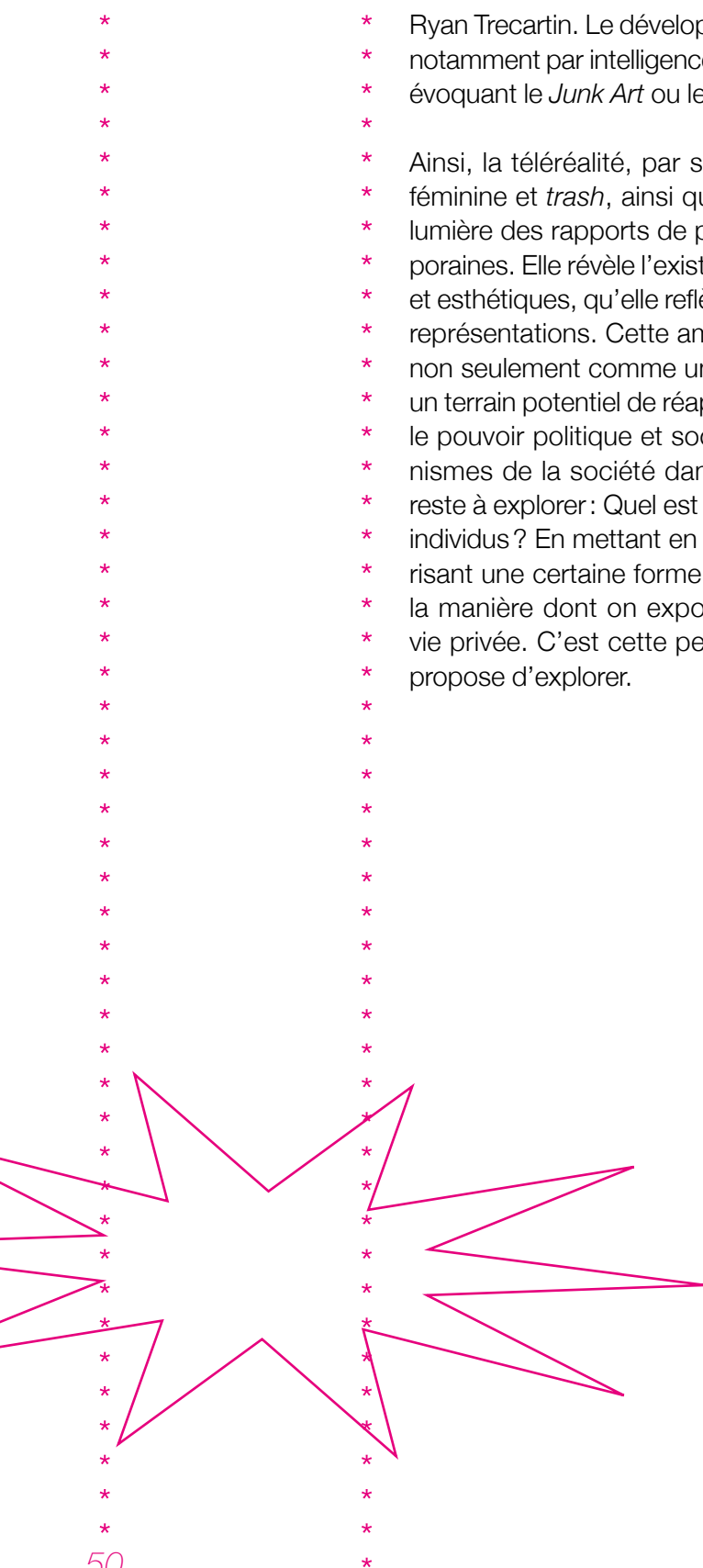


★ Trecartin Ryan, *Research Waits*, vidéo, issu du projet multivideo Any Ever, 2009-2010

Après avoir été expérimentée par le monde de l'art, du cinéma et de la télévision, cette esthétique *trash* aux visuels sursaturés se retrouve aujourd'hui dans les nouveaux médias que sont les réseaux sociaux. De nouveaux mécanismes algorithmiques basés sur l'attention sont mis en place dans les contenus afin que l'internaute continue à *scroll*. À la manière des introductions et *cliffhangers* de télé réalité, les contenus deviennent de plus en plus intenses visuellement avec des dispositifs visuels de métatextes en surbrillance, d'effets de transition et de montages rapides, de voix accélérées, rappelant les vidéos de



Trecartin Ryan, *Research Waits*, vidéo, issu du projet multivideo Any Ever, 2009-2010.



* Ryan Trecartin. Le développement des contenus de *brainrot* et du *slop*, produits
* notamment par intelligence artificielle, reprennent des sujets absurdes et triviaux,
* évoquant le *Junk Art* ou les films de John Waters.

* Ainsi, la télé réalité, par son inscription dans la culture populaire, de masse,
* féminine et *trash*, ainsi que par le clivage et le mépris qu'elle suscite, met en
* lumière des rapports de pouvoir à l'œuvre dans les cultures visuelles contem-
* poraines. Elle révèle l'existence de hiérarchies symboliques, sociales, culturelles
* et esthétiques, qu'elle reflète mais qu'elle peut également amplifier à travers ses
* représentations. Cette ambivalence permet toutefois d'envisager la télé réalité
* non seulement comme un symptôme de ces dynamiques, mais aussi comme
* un terrain potentiel de réappropriation, de résistance et de lutte, soulignant ainsi
* le pouvoir politique et social de l'image. Si ces images influencent les méca-
* nismes de la société dans son ensemble, une autre échelle du phénomène
* reste à explorer : Quel est l'impact direct de la visualité de ces émissions sur les
* individus ? En mettant en scène des inconnus, en exposant l'intime et en valo-
* risant une certaine forme d'authenticité, la télé réalité a profondément modifié
* la manière dont on expose et diffuse médiatiquement notre image et notre
* vie privée. C'est cette perspective, que la troisième partie de ce mémoire se
* propose d'explorer.

[illegible]

Imprimé et façonné à l'ESAD Orléans
Papiers: Papier couché Cocoon SILK Blanc 115 g/m²
Typographies: Avara, Helvetica Neue

TÉLÉ RÉALITÉS?

Camille
Suzanne

3.

SOURIEZ VOUS
ÊTES FILMÉS!

DNSEP 2026

Option Design

+ Conclusion

ESAD ORLEANS

École Supérieure d'Art et de Design d'Orléans
esad-orleans.fr



TÉLÉ- RÉALITÉS ?

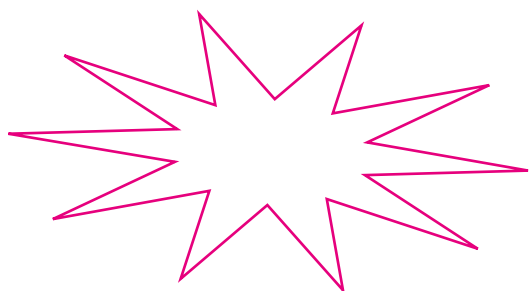
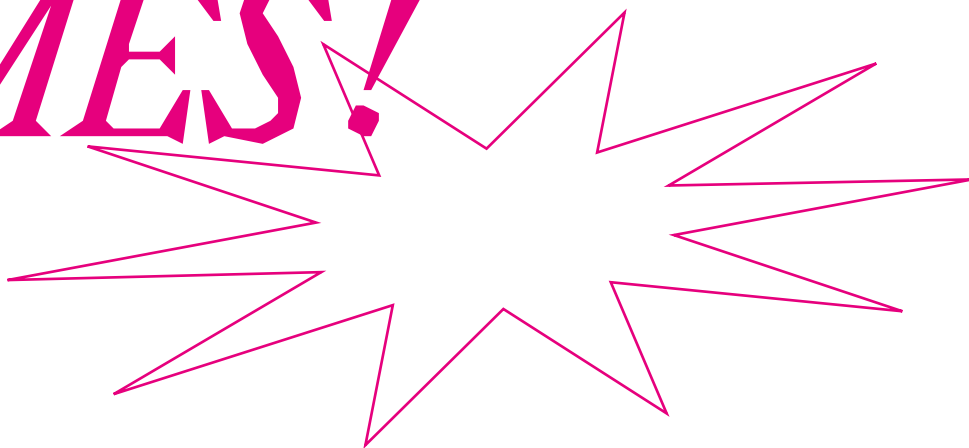
LIVRET 3

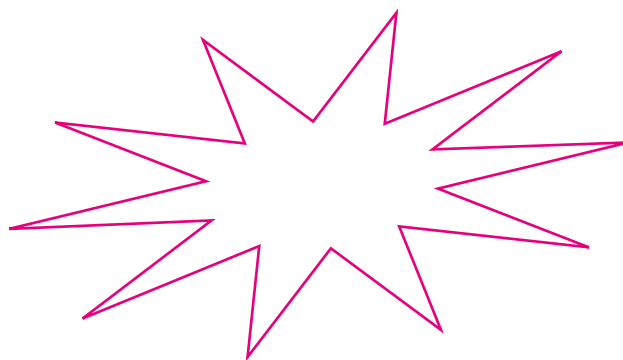
Camille Suzanne

DNSEP 2026, Option Design
Mention Design des Médias
ESAD Orléans
esadorleans.fr

Tutrice théorique : Ambre Charpier
Tuteur plastique : Julien Levesque

*III. SOURIEZ
VOUS ÊTES
FILMÉS!*





* * * * *

A.



*UNE
ESTHÉTIQUE
DE L'INTIME*

B.



*TÉLÉ-
SURVEILLANCE:
LE CONTRÔLE
PAR L'IMAGE*

A. UNE ESTHÉTIQUE DE L'INTIME

*Histoire médiatique et artistique des
pratiques de monstration de l'intimité:
De JenniCam au Confessional*

La mise en visibilité de la vie privée d'individus, dans leur quotidien, parfois de manière continue, jusque dans leurs moments d'intimité et de vulnérabilité, constitue l'un des éléments centraux de la télé réalité. Ce dispositif a largement contribué à son succès et à sa singularité au sein des contenus télévisuels.

1. Di Crosta Marida, «Entre ▲ télévision et Internet, des formes hybrides d'écriture audiovisuelle ?», *Interfaces numériques*, 2017, pp.31-46. [En ligne], <https://www.unilim.fr/interfaces-numeriques/2345&file=1/>, consulté le 11/09/2025.

2. Ringley Jennifer, *JenniCam*, ● webcam en ligne, États-Unis, 1996-2003.

3. Thély Nicolas, «L'esthétique ▲ de la webcam», *Figures de l'Art, Revue d'études esthétiques*, n°6, 2002, pp. 485-500 [En ligne], https://www.persee.fr/doc/fdart_1265-0692_2002_num_6_1_1329, consulté le 18/09/2025.

4. François Jost, *Le culte du ▲ Banal*, De Duchamp à la télé-réalité, op.cit., p. 40.



1. Di Crosta Marida, «Entre télévision et Internet, des formes hybrides d'écriture audiovisuelle ?», *Interfaces numériques*, 2017, pp.31-46. [En ligne], <https://www.unilim.fr/interfaces-numeriques/2345&file=1/>, consulté le 11/09/2025.
2. Ringley Jennifer, *JenniCam*, ● webcam en ligne, États-Unis, 1996-2003.
3. Thély Nicolas, «L'esthétique ▲ de la webcam», Figures de l'Art, *Revue d'études esthétiques*, n°6, 2002, pp. 485-500 [En ligne], https://www.persee.fr/doc/fdart_1265-0692_2002_num_6_1_1329, consulté le 18/09/2025.
4. François Jost, *Le culte du ▲ Banal*, De Duchamp à la télé-réalité on cit. p.40.

particulièrement à son film *Sleep*⁵ réalisé en 1964. Ce film expérimental, long de 6 heures, filme le poète John Giorno en train de dormir et évoque presque les pratiques contemporaines de sleepstream⁶. Bien que ce film se catégorise comme une œuvre cinématographique et qu'il comporte quelques coupures de montage, ces deux expériences audiovisuelles comportent des similitudes conceptuelles fortes. Ces deux langages visuels explorent la banalité du quotidien en « se contentant d'enregistrer une durée vécue.⁷ » Cette durée véritable, crée une « logique de l'attente⁸ », une tension créée par l'ennui et l'espérance qu'il se passe quelque chose, phénomène d'autant plus accentué par le dispositif de *JenniCam* qui délivre les images avec une latence de quelques secondes. Ce serait cet ennui, ce moment de vide qui créerait un espace libre d'introspection, un reflet de nous-même, créé par ces dispositifs visuels qui « renvoient autant l'image du regardeur que de celui qui donne à voir⁹. »



★ Warhol Andy, *Sleep*, film expérimental, Jonas Mekas, The Film-Makers' Cooperative, États-Unis, 1964, 321 min.

En exposant son quotidien et en orientant la caméra vers sa propre vulnérabilité, *JenniCam* incarne ainsi un basculement majeur dans les régimes de visibilité contemporains. Le spectateur ne cherche plus à visionner « une fenêtre ouverte sur le monde extérieur (métaphore associée à la télévision) mais sur l'intérieur¹⁰. » En observant la vie d'un autre, le spectateur cherche désormais à trouver un reflet de lui-même, afin de mieux se comprendre. Face au succès de ce nouveau point de vue, la télévision va alors intégrer cette logique du *life-*

5. Warhol Andy, *Sleep*, film expérimental, Jonas Mekas, The Film-Makers' Cooperative, États-Unis, 1964, 321 min.



6. SleepStream, Voir à ce sujet l'article de Trouvé Pierre, «Gagner sa vie en dormant : comment des vidéastes diffusent leur sommeil en direct», *Le Monde*, 13 mai 2021, [En ligne], https://www.lemonde.fr/pixels/article/2021/05/13/gagner-sa-vie-en-dormant-comment-des-vidéastes-diffusent-leur-sommeil-en-direct_6080054_4408996.html, consulté le 08/11/2025. (SleepStream du 27/03/2024 de @kolewow, Instagram et YouTube, <https://www.instagram.com/reels/C5AsufwLmhx/>)

7. François Jost, op. cit., p. 40.

8. Thély Nicolas, «Webcams Personnelles», *Images Analyses*, [En ligne] <https://imagesanalyses.univ-paris1.fr/webcams-personnelles/index.html>, consulté le 02/10/2025.

9. Thély Nicolas, «L'esthétique de la webcam», op. cit., p. 489.

10. Loc. cit.

casting, entre exposition de l'intime, temporalité en temps réel et valorisation de l'ordinaire, tout en les reconfigurant à travers ses propres dispositifs narratifs : de cette hybridation transmédiatique émerge ainsi la télé réalité. Longtemps dominée par des dispositifs télévisuels artificiels et éloignés du quotidien, la télévision connaît avec la télé réalité une rupture majeure. Celle-ci promet de donner à voir des candidats ordinaires, « qui nous ressemblent », filmés non seulement dans leur vie quotidienne, mais aussi, à l'instar du *lifecasting*, dans leur intimité. Cette mise en scène de l'intime participe à l'émergence d'une esthétique spécifique, rendue possible par des cadrages et dispositifs propres à la télé réalité.

Parmi ces dispositifs, le *confessionnal* constitue l'un des plus emblématiques du genre et l'un des plus efficaces dans la transmission de cette esthétique de l'intime. En effet, les confessionnaux sont de véritables lieux d'intimité, ou des décors artificiels qui les évoquent, conçus pour favoriser la confiance du candidat. Nous considérons qu'il existe trois types de confessionnaux : le confessionnal peut être un lieu privé du quotidien tel que la salle de bain, propice aux confidences en aparté ; un décor à l'atmosphère tamisée disposant de fauteuils confortables évoquant des cabinets de psychologues ; ou bien déployer un simple fond minimal, parfois flouté, évoquant alors d'avantage une confession livrée dans le décor dépouillé des isoloirs religieux. Ces moments de confessions sont filmés avec un cadrage récurrent, constitué d'un plan moyen ou rapproché, qui concentre l'attention sur le visage et les émotions des candidats et donne l'impression d'être immergé dans une conversation intime. La télé réalité dispose d'autres types de cadrages immersifs, comme les plans à l'épaule, légèrement tremblants, qui transmettent un sentiment d'authenticité et donnent au spectateur le sentiment d'être physiquement présent aux côtés des candidats. Ce type de cadrage évoque également l'esthétique des caméras cachées qui produisent l'illusion de plans « volés ».



♥ Confessionnaux d'Aurelien dans *Un diner presque parfait*, Mélodie dans *Secret Story*, Arthur dans *Les Princes de l'Amour*

En montrant des candidats non apprêtés, au réveil, ou dans des états de fragilité émotionnelle, la télé réalité met en avant une vulnérabilité jusqu'alors majoritairement invisibilisée dans les productions audiovisuelles. Elle instaure ainsi un lien de confiance et de proximité avec le public fondé sur une forme de « contrat d'ordinarité¹¹ » qui génère une forte sensation d'authenticité. Néanmoins, cette authenticité revendiquée par la télé réalité, au sein d'un dispositif aussi artificiel, peut-elle réellement être considérée comme telle ?

11. Vilanova Constance, op.cit.,
▲ p. 132.

Une intimité authentique ?

Par définition, l'intimité désigne « ce qu'on ne montre à personne, ou seulement à quelques intimes¹² ». Dès lors, l'exposition massive de l'intime à travers la télé réalité remet en question la pertinence de ce terme pour ce contexte. Le psychiatre Serge Tisseron propose ainsi la notion d'« extimité¹³ » pour qualifier cette pratique consistant à rendre publiques des parts de soi autrefois réservées à la sphère privée. Dans le cadre de la télé réalité, ce semblant d'intime devient alors une matière visible et médiatisée : la vulnérabilité exposée n'y est jamais neutre, puisqu'elle s'inscrit dans un dispositif audiovisuel qui oriente les comportements, les discours et les modes de présentation de soi. En effet, selon Nathalie Nadaud-Albertini, les candidats de télé réalité n'exposent pas leur véritable être, mais se construisent des « personnes-personnages¹⁴ » dont la personnalité est une performance ajustée à la caméra. Les participants se fabriquent ainsi un persona médiatisé d'eux-mêmes, dont posture, voix, artifices corporels, récit et réactions sont modelés en fonction des attentes du programme et des contraintes médiatiques. Cette mise en scène médiatique de soi relève du concept d'*automédialité*¹⁵, théorisé par Jörg Dünne et Christian Moser. L'automédialité désigne la manière dont l'individu se construit identitaire-ment et se raconte par et pour le média, devenant à la fois narrateur et contenu. L'identité n'est plus seulement vécue, elle est performée.

Comme l'observe Joël Birman, dans notre société contemporaine la maxime cartésienne « je pense donc je suis » s'est transformée en « je vois et je suis vu, donc je suis¹⁶ ». En effet, la télé réalité a montré que ses participants, par l'exposition de leur image dans ce média de masse, ont trouvé une nouvelle manière d'exister dans l'espace social. Cette volonté d'exister par l'image, que ces programmes ont contribué à démocratiser, se développe aujourd'hui sur les réseaux sociaux qui, selon François Jost, constituent une « prothèse¹⁷ » du médium télévisuel. Ces deux médias s'influencent réciproquement dans un « double mouvement¹⁸ » : la télé réalité télévisuelle a banalisé l'exposition de son image, de son intimité et de ses affects ; les réseaux sociaux prolongent et amplifient cette logique en offrant à chacun un confessionnal permanent.

Les candidats de télé réalité figurent parmi les premiers à s'être emparés de ces plateformes pour étendre leur *persona* médiatique, initialement construit à la télévision, vers la sphère numérique. En devenant influenceurs, ils ont reproduit l'*automédialité* en s'adaptant à ces nouveaux dispositifs et à la sémio-tique des Réseaux Sociaux Numériques (RSN). Ils ont pu trouver un espace de liberté leur permettant d'avoir encore plus de contrôle de leur image, en maîtrisant narration, cadrage et degré d'intimité qu'ils désirent montrer. Les codes dramaturgiques et l'« émotion-spectacle¹⁹ » caractéristiques de la télé réalité se prolongent désormais en ligne : conflits, scandales ou crises émotionnelles restent des facteurs d'engagement algorithmique. La mise en scène de l'inti-

12. Tisseron Serge, « Intimité et extimité », *Communications*, vol. 1, n° 88, p. 84.

13. Loc.cit.

14. Nadaud-Albertini Nathalie à Wessbecher Louise et Vaillant Clément, « C'est à « Loft Story » que l'on doit ces détails dans nos émissions préférées », *HuffPost*, 23 avril 2021, [En ligne] <https://www.huffingtonpost.fr/medias/article/c-est-a-loft-story-que-l-on-doit-ces-detais-dans-nos-emissions-preferrees-179671.html>, consulté le 02/08/2025.

15. Dünne Jörg, Moser Christian, *Automedialität: Subjekt-konstitution in Schrift, Bild und neuen Medien [Automedialité: la constitution du sujet à travers l'Affiche, l'Image et les Nouveaux Médias]*, Munich, Fink, 2008.

16. Birman Joël, « La visibilité en question : l'espace, le temps, l'histoire », *Voir, être vu*. L'injonction à la visibilité dans les sociétés contemporaines, Actes de colloque, 2008.

17. Jost François à Bolz Lisa, Grison Thibault, « La réinvention de la télé réalité sur TikTok : entre nouveaux formats numériques et l'émergence des « créateurs-vedettes », *Télévision*, n°14, vol.1, 91-111, [En ligne] <https://doi.org/10.3917/telev.014.0091>, consulté le 27/11/2025.

18. Loc.cit.

19. Vallée Yann, « Reality-shows, réalités télévisuelles et déréalisation », *Quaderni*, n°23, Printemps 1994, p. 6, [En ligne] <https://doi.org/10.3406/quad.1994.1261>, consulté le 21/11/2025.

20. Lasch Christopher, *La culture du narcissisme : la vie américaine à un âge de déclin des espérances* [1979], Paris, Flammarion, 2018.

21. Sennett Richard, *Les Tyrannies de l'intimité*, Paris, Seuil, 1979.

22. Birman Joël, op. cit., p. 52.

23. Jost François à Vilanova ▲ Constance, op. cit, p. 71.

24. Harcourt Bernard, La ▲ Société d'exposition : Désir et désobéissance à l'ère numérique, La Couleur des idées, Le Seuil, 2020.

25. Harcourt Bernard, Cette ● société d'exposition, est une société de servitude volontaire par la séduction, La Grande table idées, France Culture, 2020, [En ligne], <https://www.radiofrance.fr/franceculture/podcasts/la-grande-table-idees/bernard-harcourt-cette-societe-d-exposition-est-une-societe-de-servitude-volontaire-par-la-seduction-7785696>, consulté le 18/09/2025.

20. Lasch Christopher, *La culture*
▲ *du narcissisme : la vie améri-*
caine à un âge de déclin des
espérances [1979], Paris,
Flammarion, 2018.

21. Sennett Richard, *Les Ty-*
▲ *rannies de l'intimité*, Paris,
Seuil, 1979.

22. Birman Joël, op. cit., p. 52.

23. Jost François à Vilanova
▲ *Constance*, op. cit, p. 71.

24. Harcourt Bernard, *La*
▲ *Société d'exposition : Désir et désobéissance*
à l'ère numérique, La
Couleur des idées, Le Seuil,
2020.

25. Harcourt Bernard, *Cette*
● *société d'exposition, est*
une société de servitude
volontaire par la séduction,
La Grande table idées, *France*
Culture, 2020, [En ligne],
<https://www.radiofrance.fr/franceculture/podcasts/la-grande-table-idees/bernard-harcourt-cette-societe-d-exposition-est-une-societe-de-servitude-volontaire-par-la-seduction-7785696>,
consulté le 18/09/2025.

B. TÉLÉ- SURVEILLANCE: LE CONTRÔLE PAR L'IMAGE



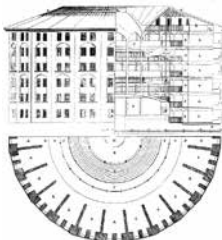
*De la société du spectacle à la société
de surveillance*

En 1967, Guy Debord publiait la « société du spectacle²⁶ », critique d'une société contemporaine capitaliste dans laquelle l'humain est piégé dans l'aliénation du consumérisme. Dans cette société du spectacle, le vécu réel est remplacé par sa représentation médiatique, créant une nouvelle réalité constituée d'images, qui nous transforme en spectateurs passifs de notre existence.

* 26. Debord Guy, La Société du
▲ spectacle, Paris, Buchet-
Chastel, 1967.

[illegible]

27. Foucault Michel, *Surveiller et punir : Naissance de la prison*, Paris, Gallimard, 1975, p. 252.

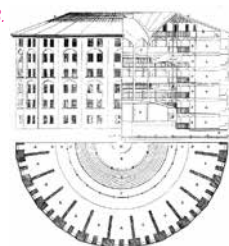


Jérémie Bentham, *Panoptique : mémoire sur un nouveau principe pour construire des maisons d'inspection, et nommément des maisons de force*, Paris, Imprimerie Nationale, 1791.

29. Foucault Michel, op. cit., p. 202.

30. Ibid., p. 203

31. Lyon David, *The Culture of Surveillance : Watching as a Way of Life*, Cambridge, Polity Press, 2018, p. 2.



* Jérémie Bentham, *Panoptique : mémoire sur un nouveau principe pour construire des maisons d'inspection, et nommément des maisons de force*, Paris, Imprimerie Nationale, 1791.

* 29. Foucault Michel, op. cit, p. 202.

* 30. Ibid., p. 203

* 31. Lyon David, *The Culture of Surveillance: Watching as a Way of Life*, Cambridge, Polity Press, 2018, p. 2.

Les dispositifs panoptiques employés par la télé-réalité

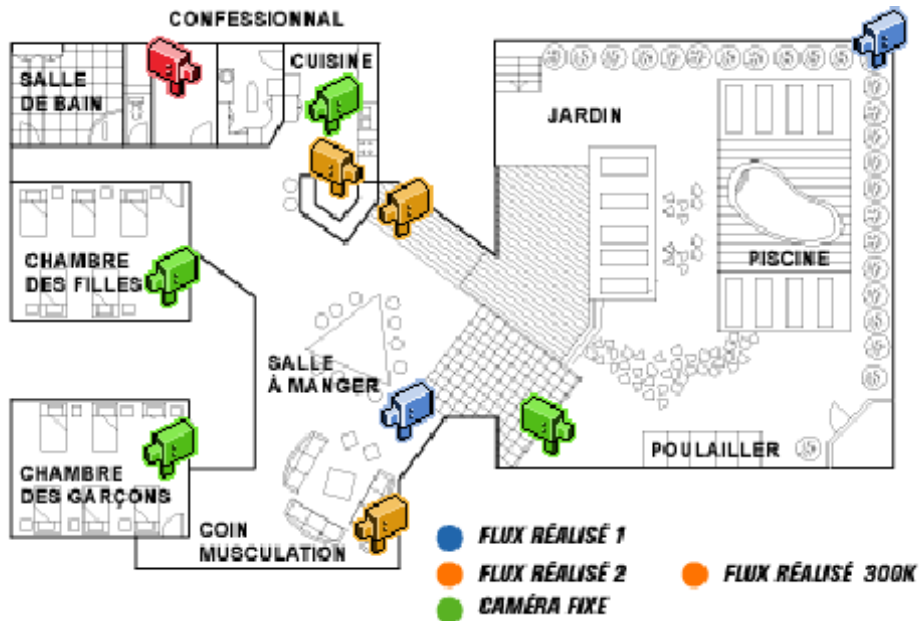
Selon le chercheur en sciences de l'information Olivier Aïm, la diffusion de la télé-réalité française *Loft Story* a été un tournant dans l'instauration de cette culture. De par ses dispositifs et représentations, la télé-réalité a révélé aux yeux de tous, de la manière la plus évidente, assumée et indéniable, que la société était véritablement devenue une société de surveillance et le générique l'annonce clairement : « Filmés dans un loft de 225 mètres carrés, 24 h sur 24 par 26 caméras et 50 micros ». Cette émission fondatrice de la télé-réalité, qu'il qualifie également de « Surveillance shows³² », a contribué à l'ancrage et à l'acceptation de ce contrôle continu dans l'imaginaire collectif. Avec les images de télé-réalité, cette surveillance jusqu'alors choquante glisse petit à petit dans la « Fenêtre d'Overton », c'est-à-dire dans ce qui est considéré comme acceptable. Selon Olivier Aïm, la télé-réalité peut être pensée comme une déclinaison médiatique de la culture de la surveillance : son architecture, ses dispositifs techniques et ses codes visuels sont directement issus du panoptisme.

En effet, les espaces de vie des candidats, notamment dans les formats de télé-réalité d'enfermement, s'inspirent du fonctionnement de cette architecture carcérale. Les lieux sont souvent des villas disposant de grandes pièces ouvertes et communicantes, permettant aux caméras de couvrir les actions et déplacements des candidats sur toute la surface de l'habitation. De plus, particulièrement dans les télé-réalités d'enfermement, les logements sont des espaces clos et définis séparés de l'extérieur par des barrières, favorisant ainsi un contrôle permanent des corps et des comportements. Le monde extérieur ne peut pas voir ce qu'il se passe à l'intérieur, les candidats ne peuvent pas voir ce qu'il se passe en dehors ; de plus ils sont privés de leur portable et de tout moyen de communication avec l'extérieur. Les seules instances qui ont le pouvoir de vision sont la caméra, la production, les téléspectateurs : les « gardiens³³ », si l'on reprend la métaphore de Foucault. Cette rupture de la relation *voir-être vu* est renforcée par des dispositifs comme les miroirs sans tain, ou encore des caméras dissimulées. Dans des émissions comme la *Star Academy* ou *Secret Story*, ces dispositifs de surveillance vont même jusqu'à devenir ostentatoirement assumés à travers des écrans diffusant un œil en mouvement, comme un regard planant et totalisant suivant tous les faits et gestes des candidats, ou encore par des caméras de surveillance rendues particulièrement visibles.



³² Aim Olivier, «20 ans après :
▲ Loft Story comme révélateur
de la «culture de la surveil-
lance»», AOC, 26 avril 2021.

³³ Foucault Michel, op. cit,
▲ p. 202.



- Plan du Loft et de ses caméras permettant d'accéder au flux vidéos en direct, Capture d'écran du site <http://nokia3210.perso.libertysurf.fr/loftstory.htm>

Ce type de caméras, ou encore les drones employés pour les plans aériens des émissions, sont directement issus des dispositifs étatiques de contrôle et produisent des cadrages qui expriment une esthétique de la surveillance. Les plans quadrillent l'espace dans son intégralité, de l'espace privé d'intimité qu'est la salle de bain jusqu'au paysage environnant avec les plans aériens. Des cadrages fixes en plongée, typiques des images de surveillance, filment en continu, même la nuit, avec des plans en vision nocturne. Dans certaines émissions, les images sont même diffusées en direct, composante essentielle d'un dispositif panoptique efficace transmettant un contrôle continu et intériorisé. Les candidats n'ont pas le droit à l'erreur, les téléspectateurs peuvent les observer à chaque instant. De plus, de nombreux plans présents dans la télé-réalité sont réalisés avec des caméras à l'épaule, tremblantes avec parfois des zooms rappelant les images volées de paparazzis, et évoquant une esthétique *scopophile*. Cette notion théorisée par Freud en 1968³⁴ désigne l'assouvissement de pulsions du voyeur, le plaisir éprouvé à regarder d'autres personnes vivre sans être vu en retour. Cette mécanique, générée à travers les dispositifs de télé-réalité, crée un rapport de pouvoir mais également d'objectification en plaçant les « personnes regardées comme objets, en les soumettant à un regard examinateur et curieux³⁵ ».

Le dispositif du *confessionnal* évoque également, rien que par son nom, les interrogatoires policiers. Les candidats y avouent leurs états d'esprit, leurs suspicions, et délatent leurs concurrents, renforçant ainsi dans les esprits collectifs ce que Foucault qualifie de « tendance à une généralisation de



Le plateau de la quotidienne de Secret Story. (So Nice Productions, TF1, Michèle Sarfati, Télédeko)



Plan issu d'une caméra de surveillance de Secret Story (Capture d'écran, TF1)

34. Freud Sigmund, *Pulsions et destins des pulsions* (1915), *Métopsychoanalyse*, trad. Jean Laplanche et Jean-Bernard Pontalis, Paris, Gallimard, coll. « Idées », 1968, p. 17-36.

35. Brey Iris, *Le regard féminin : une révolution à l'écran*, Paris, De l'Olivier, 2020, p. 26.

l'aveu³⁶ ». Le cadrage place le candidat assis à hauteur de nos yeux, renvoyant une impression de plan en *POV* ou *point de vue*, plaçant le téléspectateur à la place d'un interrogateur cherchant à soutirer des informations. Des effets rajoutés en postproduction évoquent également explicitement l'esthétisme de la surveillance avec des effets colorimétriques gris et des glitches numériques, des musiques anxiogènes ou encore par la présence d'une voix narrative. Appelée *La Voix* dans *Secret Story*, *Lana*, dans *Séduction Haute Tension*³⁷, elle est tantôt descriptive, narrative et omnisciente, ou encore moralisante et moqueuse. Cette voix souvent posée, grave ou à l'aspect robotique agit comme une figure du pouvoir invisible foucaldien. Cette autorité est également souvent symbolisée dans la télé réalité par des graphismes et logos évocateurs d'un œil, symbole du voyeur, d'un pouvoir totalisant, de la scopophilie et du panoptisme.

En mobilisant des dispositifs de contrôle et une esthétique de la surveillance, la télé-réalité devient ainsi un médium de banalisation et de diffusion de cette société. Néanmoins, l'utilisation de ces dispositifs télévisuels panoptiques peut également devenir un puissant médium de réflexion critique, et notamment lorsqu'il est réapproprié par des artistes, comme en témoigne l'œuvre *Hella World*³⁸ de Martine Syms. Cette installation, achevant le parcours de son exposition *Total*, est composée de nombreux écrans évoquant les régies télévisuelles ou postes de commandement de police. Cette salle que Syms appelle la *surveillance room* expose la généralisation des dispositifs de la culture de surveillance et « la capture permanente de notre image comme dynamique puissante dans la construction des identités³⁹ ». Par cette installation, elle se pose une question similaire à Debord et Foucault : « Et si la "réalité" était écrite par des images ?⁴⁰ ».

★ Syms Martine, *Hella World*, installation artistique immersive, Total, visité en avril 2024.

[illegible][illegible]

* Trecartin Ryan, *Research*
* *Waits*, vidéo, issu du projet
* multividéo *Any Ever*, 2009-
* 2010.
*
* 42. Lamarche-Vadel Rebecca,
* ● « Total », op. cit.
*

Selfveillance, Sousveillance

Hella World révèle ainsi les mécaniques panoptiques convoquées par la télé réalité et le déplacement des positions de pouvoir vers une surveillance intériorisée, diffuse, continue et collective : chacun devient à la fois surveillant de lui-même et des autres. Olivier Aim distingue ces nouvelles instances de contrôle en deux catégories : la *selfveillance*, ou l'auto-contrôle évoqué dans le concept de société d'exposition ; et la *sousveillance*⁴³, la surveillance horizontale entre pairs.

La télé réalité met en scène la *sousveillance* comme mécanique de contrôle du groupe à travers le concept même de certaines émissions comme *Les Traîtres*⁴⁴, qui mettent en scène une division, un « partage binaire⁴⁵ » entre deux groupes où des « Loyaux » doivent dénoncer des « Traîtres ». D'autres programmes comme *Séduction Haute Tension*, vont jusqu'à mettre en scène des formes de rituels d'humiliation publique, où la production diffuse au groupe des images des candidats ayant « fauté », avant qu'ils soient sanctionnés, isolés, ou exclus de l'émission. La *sousveillance* s'exerce également du spectateur envers le candidat, de manière descendante. La scopophilie crée un sentiment de distanciation, d'objectivation et de contrôle chez le téléspectateur : il devient une sorte de dieu omnipotent car « omni-regardant⁴⁶ ». Ce pouvoir est accentué avec les systèmes de votes et d'éliminations donnés au téléspectateur. Cette mécanique évoque le « grand comité du tribunal du monde⁴⁷ » suggéré par Foucault ou encore les mécaniques de « jeux du cirque⁴⁸ » de Gabriel Segré où ces « gladiateurs modernes⁴⁹ » seraient éliminés par le public tels des vaincus condamnés à mort. Cette *sousveillance* se manifeste également par une surveillance « indiciaire⁵⁰ » où les téléspectateurs cherchent à lire les indices, affects, émotions, rapprochements, dépressions, grossesses des candidats, à l'instar de la presse people.

Ainsi, en diffusant les logiques de surveillance panoptique, la télé réalité aurait contribué à nous faire entrer, selon Olivier Aim, dans une ère du « paranoptisme⁵¹ ». Nous serions désormais engagés dans une « époque de la surveillabilité numérique⁵² », dont les principes se prolongent et se reconfigurent aujourd'hui sur les réseaux sociaux, en générant de nouveaux comportements et usages médiatiques.

* 43. Aim Olivier, « 20 ans après :
▲ Loft Story comme révélateur
de la "culture de la surveil-
lance" », AOC, 26 avril 2021.

* 44. *Les Traîtres*, télé réalité
♥ (adaptation française du
format néerlandais De Ver-
raders), Studio 89, M6, France,
depuis 2022.

* 45. Foucault Michel, op. cit.,
▲ p. 233.

* 46. Aim Olivier, art. cit.

* 47. Foucault Michel, op. cit.,
▲ p. 202.

* 48. Segré Gabriel, op. cit., p. 215.

* 49. Loc. cit.

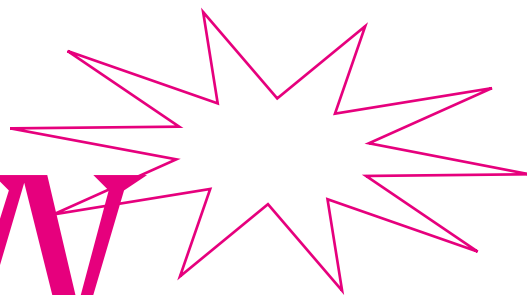
* 50. Aim Olivier, art. cit.

* 51. Loc. cit.

* 52. Loc. cit.



CON- CLUSION



La réalisation de ce mémoire, nourrie par de nombreuses conversations, m'a permis de constater que la télé réalité demeure un objet médiatique largement consommé. Quel que soit l'interlocuteur, l'évocation de ce sujet suscite systématiquement une discussion et des réactions marquées : chacun semble avoir une opinion ou une anecdote à son sujet. Cette recherche m'a permis de réaliser que la télé réalité constitue un objet bien plus central et structurant qu'il n'y paraît, et particulièrement sur les dynamiques sociales et mécanismes de discrimination qu'elle révèle et reproduit.

Ce travail m'a également amenée à questionner ma propre consommation de ces programmes et, plus largement, des productions audiovisuelles. J'aborde désormais ces images avec un regard plus distancié et critique, conscient de leur rôle dans la construction de nos perceptions, de nos imaginaires et de nos comportements.

Au fil de ce mémoire, nous avons pu comprendre que la télé réalité repose sur des structures narratives, des codes visuels ainsi qu'une esthétique spécifique et complexe issue de plusieurs décennies de mutations sociales, médiatiques et culturelles. La pertinence de la télé réalité, comme prisme d'analyse de la culture visuelle et de notre société contemporaine, se manifeste à travers ces réactions vives et polarisées qu'elle suscite, révélant l'intersection des mécanismes de discrimination classistes et de genre. Ses représentations peuvent toutefois faire l'objet d'une double lecture : à la fois comme une mise en visibilité de figures marginalisées, et comme un espace d'expérimentation puis de réappropriation artistique et militante, la télé réalité peut devenir un puissant outil de revendication. En banalisant la diffusion de l'image de soi, elle a également contribué à l'essor d'une culture de la surveillance, tout en ouvrant, paradoxalement, un nouvel espace d'expression et d'existence médiatique.

Avec l'arrivée des réseaux sociaux et des plateformes de streaming privées, la télé réalité a poursuivi sa réinvention à travers des formes d'hybridation médiatique. Elle se heurte toutefois à une limite structurelle : en France, la télé réalité demeure inscrite dans le cadre réglementé de la télévision, un média soumis au contrôle de l'ARCOM. Ce cadre rigide contribue à une crise de l'authenticité et conduit à l'abandon progressif des promesses originelles de transgression et de trash. Les plateformes de streaming privées, telles que *Netflix* ou *Paramount+*, exploitent alors cet espace laissé vacant pour faire émerger des programmes hors cadre, à l'instar de *Frenchie Shore*⁵³. Par son langage explicite et ses scènes sexuelles à peine censurées, ce programme a ravivé un scandale médiatique, inhérent aux premiers programmes de télé réalité.

Parallèlement, des formats proches de la télé réalité émergent sur *Twitch*, où des streamers produisent et diffusent en direct des programmes sans règles ni censure. La *ChiennetéTV*⁵⁴, dont le nom est particulièrement évocateur, en est un exemple emblématique. Dans cette villa, des jeunes, souvent mineurs, cohabitent sous l'autorité du *streamer* Nasdas, qui cumule les rôles de producteur, animateur et candidat. Il y orchestre épreuves et mises en scène favorisant clashes, trahisons et violences, notamment sexistes et homophobes. En conservant les structures, cadrages, thématiques et ressorts dramatiques de la télé réalité, en réactivant les codes du transmédia avec une diffusion *live* et en simultanée sur *Snapchat*, ces nouveaux dispositifs témoignent d'une réappropriation explicite de la télé réalité et témoignent de la persistance de son influence. L'affaire Jean Pormanove illustre cependant les dérives dramatiques

53.

♥



Frenchie Shore, télé réalité, produite par Banijay France, diffusée sur W9, France, 2018-2020.

54.

●




Moussa est une PUTI

Bibi CLASH Moussa, la Team Nasdas en colère !

137 k vues · Diffusé il y a 6 mois



Salut avec Jean Pormanove

Jean Pormanove à la Villa de Nasdas

130 k vues · Diffusé il y a 6 mois



ça vous fait SOURIRE ?

Nasdas répond à ses Accusations (Argent, Drama, TikTok)

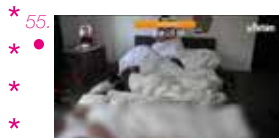
100 k vues · Diffusé il y a 6 mois

Nasdas Live (@NasLive), YouTube, URL : <https://www.youtube.com/@NasLive>

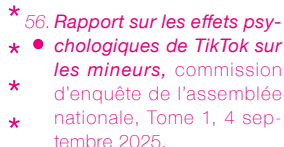
potentielles de ces formats hors cadre, proposant du divertissement audiovisuel par le *trash*. Dans ce *Lokal*⁵⁵, filmé et diffusé 24 h sur 24 depuis 12 jours, la distraction reposait sur l'humiliation de cet homme par un groupe avec qui il était enfermé dans une maison. Victime d'abus, de coups, d'étranglements, de privation de sommeil ou encore d'ingurgitations de produits toxiques, il décéda devant la caméra et les spectateurs le 18 août 2025. Révélant une continuité troublante avec les mécanismes de la télé réalité, est-ce que nous aurions atteint la forme finale du divertissement par le trash et de la société du spectacle, de surveillance et d'exposition ?

Face à ces scandales, les institutions politiques commencent à considérer le sujet, révélant toutefois l'impuissance relative des pouvoirs publics face à ces plateformes numériques privées. L'une des tentatives de régulation les plus récentes a concerné TikTok, lors de la commission parlementaire⁵⁶ de 2025 sur ses effets psychologiques sur les mineurs. Cette audition a, pour la première fois, donné la parole à cinq figures influentes et controversées de ces milieux : Alex Hitchens, Nasdas, AD Laurent, Manon et Julien Tanti. Parmi ces cinq influenceurs, quatre ont été candidats ou ont produit des formes de télé réalité. Cette prise en compte institutionnelle constitue une forme de reconnaissance officielle : la télé réalité et ses figures ne relèvent plus uniquement du divertissement, mais s'imposent, depuis plus de vingt ans, comme de véritables acteurs d'influence, notamment auprès de générations qui représentent aujourd'hui une part croissante du corps électoral.

La frontière entre sphère politique et télé réalité apparaît ainsi de plus en plus poreuse. Les figures politiques exposent leur intimité, prennent part à la *culture du buzz*, participent à des formats qui en reprennent la grammaire visuelle et narrative, à l'image d'*Immersion à la présidentielle*⁵⁷, animée par Magali Berdah. Cette utilisation stratégique des codes de la télé réalité laisse entrevoir leur potentiel d'influence lorsqu'ils sont réappropriés dans d'autres cadres. Parallèlement, plusieurs figures médiatiques issues ou proches de la télé réalité manifestent un intérêt croissant pour le champ politique, en France comme à l'international, jusqu'à l'exemple emblématique de Donald Trump, ancien animateur de *The Apprentice*⁵⁸, devenu président des États-Unis. Dès lors, une question demeure ouverte : la télé réalité, dont l'influence s'est longtemps exercée de manière diffuse et symbolique, pourrait-elle à terme redéfinir plus concrètement nos sociétés à travers le pouvoir politique ?



Le Lokal, concept de streaming en direct, diffusion sur plateformes numériques (Kick puis Twitch), France, 2025.



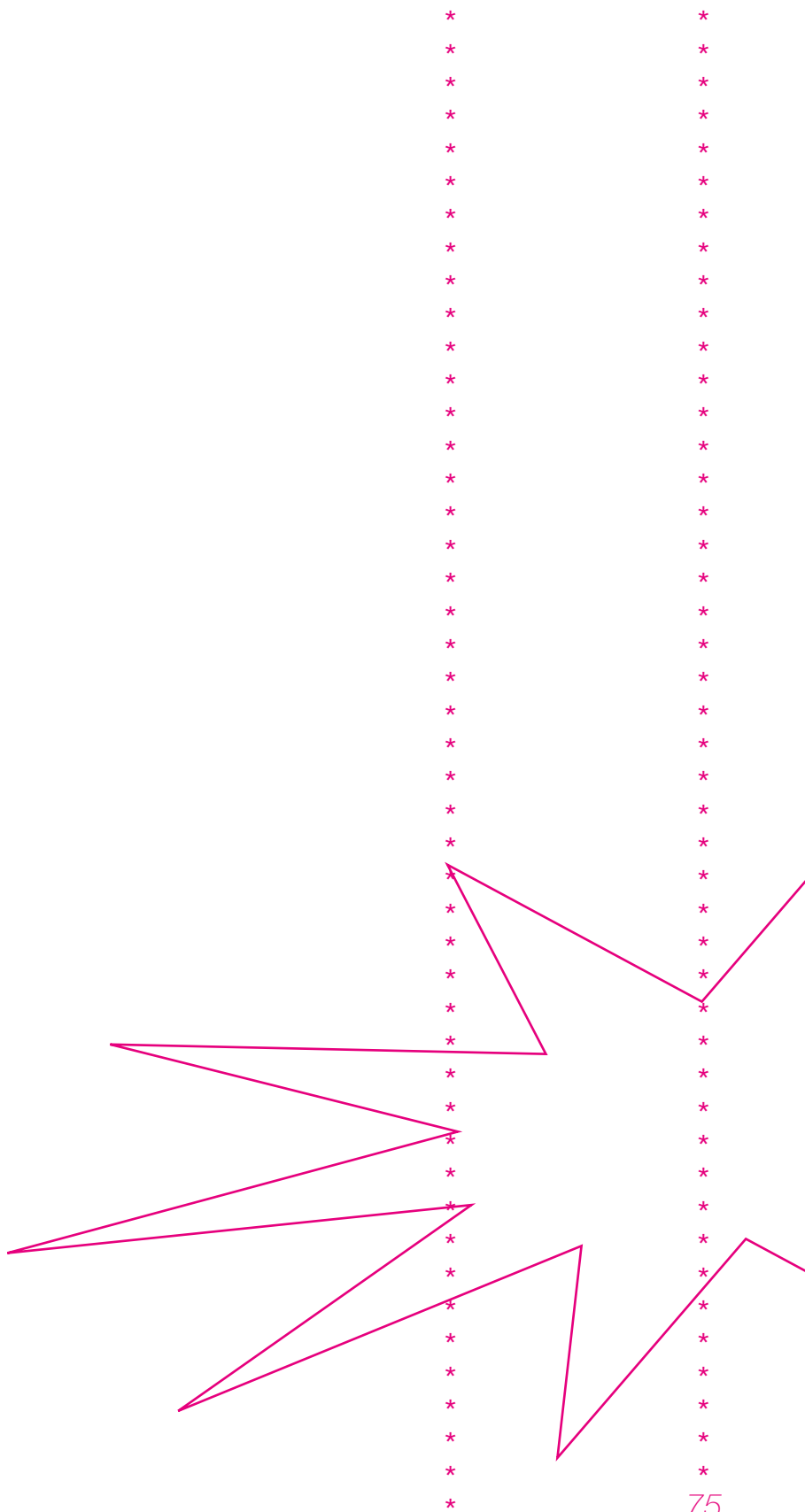
Rapport sur les effets psychologiques de TikTok sur les mineurs, commission d'enquête de l'assemblée nationale, Tome 1, 4 septembre 2025.



Berdah Magali (agente artistique de personnalités de la télé réalité), « *Immersion à la présidentielle* », YouTube.com, 2022, URL : https://youtube.com/playlist?list=PLR-Mnnbsb8XfuiwemSGiv2eXY-BnIfU&si=khLowT_RASQantEx



The Apprentice, télé réalité, NBC, États-Unis, 2004-2017. (Donald Trump, photo par AFP – Frazer Harrison / Getty Images)



BIBLIO- GRAPHIE

ARTICLES THÉORIQUES

Segré Gabriel, « De Loft Story à Loft Raider. L'histoire d'un scandale », *Réseaux*, 2009, pp. 205-240. [En ligne] <https://shs.cairn.info/revue-reseaux-2009-4-page-205?lang=fr#>

Kredens Elodie, « De la télé réalité, du péché et de la culpabilité », *Quaderni*, n°66, Printemps 2008, Cyberspace & territoires, pp. 89-95. [En ligne] https://www.persee.fr/doc/quad_0987-1381_2008_num_66_1_1851

Shilton William, « "Nabilla", un spectacle télévisuel », *Effeillage*, n° 4, p. 20-23, 2015, [En ligne] shs.cairn.info/revue-effeillage-2015-1-page-20?lang=fr

Di Crosta Marida, « Entre télévision et Internet, des formes hybrides d'écriture audiovisuelle? », *Interfaces numériques*, 2018. [En ligne] https://www.researchgate.net/publication/332057651_Entre_t%C3%A9l%C3%A9vision_et_internet_des_formes_hybrides_d%27%C3%A9criture_audiovisuelle

Bolz Lisa, Grison Thibault, « La réinvention de la télé réalité sur TikTok : entre nouveaux formats numériques et l'émergence des « créateurs-vedettes » », *Télévision*, n°14, pp. 91-111, [En ligne] https://shs.cairn.info/article/TELEV_014_0091?lang=fr

Martin Julie, « Documenter le monde à l'ère des images fluides : stratégies artistiques », *Art et histoire de l'art*, Université Toulouse le Mirail - Toulouse II, 2019, [En ligne] <https://dante.univ-tlse2.fr/fr/item/8855>

Hill Wess, « The Automedial Zaniness of Ryan Trecartin », *M/C Journal*, 21(2), 2018 d'études esthétiques, n° 6 « Angès et chimères du virtuel », *Persée*, 2002, pp. 485-500. [En ligne] https://www.persee.fr/doc/fdart_1265-0692_2002_num_6_1_1329

Tisseron Serge, « Intimité et extimité », dans : *Communications*, n°88, [2011], Paris, Éditions Le Seuil, 2011, p. 83-91. [En ligne], <https://shs.cairn.info/revue-communications-2011-1-page-83>

Asselin Olivier, « Big Mother : la webcam comme terminal relationnel », *Esse*, n° 58 « Extimité ou le désir de s'exposer », 2006, [En ligne] <https://esse.ca/big-mother-la-webcam-comme-terminal-relationnel/>

Nadaud-Albertini Nathalie, « La télé réalité, ce grand feuilleton transmédia », *La revue des médias*, INA, 01 février 2017, [En ligne] <https://larevuedesmedias.ina.fr/la-telerealite-ce-grand-feuilleton-transmedia>

Spies Virginie, « Il y a 20 ans, « "Loft Story" — épisode 3/4 : en 20 ans, le confessionnal a (presque) remplacé les animateurs dans les programmes de télé réalité », *La revue des médias*, INA, 24 mars 2021, [En ligne] <https://larevuedesmedias.ina.fr/confessionnal-telerealite-loft-story-marseillais-diner-presque-parfait>

Aïm Olivier, « 20 ans après : Loft Story comme révélateur de la "culture de la surveillance" », *AOC*, 26 avril 2021, [En ligne] <https://aoc.media/analyse/2021/04/25/20-ans-apres-loft-story-comme-reveleateur-de-la-culture-de-la-surveillance/>

Thély Nicolas, « L'esthétique de la webcam », *Figures de l'Art. Revue d'études esthétiques*, n° 6 « Angès et chimères du virtuel », *Persée*, 2002, pp. 485-500. [En ligne] https://www.persee.fr/doc/fdart_1265-0692_2002_num_6_1_1329

Vallée Yann, *Réalité-shows, réalités télévisuelles et déréalisation*. *Persée*, *Quaderni*, n°23, Printemps 1994. Science(s) de la communication. pp. 5-11. [En ligne] https://www.persee.fr/doc/quad_0987-1381_1994

PÉRIODIQUES

Trouvé Pierre, « Gagner sa vie en dormant : comment des vidéastes diffusent leur sommeil en direct », *Le Monde*, 13 mai 2021. [En ligne] https://www.lemonde.fr/pixels/article/2021/05/13/gagner-sa-vie-en-dormant-comment-des-vid%C3%A9astes-diffusent-leur-sommeil-en-direct_6080054_4408996.html

Virilio Paul, « Le règne de la délation optique », *Le Monde diplomatique*, août 1998, p. 20. [En ligne] <https://www.monde-diplomatique.fr/1998/08/VIRILIO/3951>

Meunier Quentin, « Comment HMI a fait de Snapchat le terrain de jeu d'une nouvelle télé réalité sociale », *20 Minutes*, 26 septembre 2024. [En ligne] <https://www.20minutes.fr/high-tech/by-the-web/4175168-20250926-comment-hmi-fait-snapchat-terrain-jeu-nouvelle-telerealite-sociale>

Lefilliatre Jérôme, « La mort en direct du streamer Jean Pormanove, humilié et maltraité pendant des mois », *Le Monde*, 19 août 2025. [En ligne] https://www.lemonde.fr/societe/article/2025/08/19/la-mort-en-direct-du-streamer-jean-pormanove-humilie-et-maltraite-pendant-des-mois_6631954_3224.html

Meffre Benjamin, « Audiences déclinantes, concurrence des réseaux sociaux : fin du game pour la télé réalité de 2^e génération? », *Puremédias*, 19 mars 2022, [En ligne] <https://www.pzap.com/actu/audiences-declinantes-concurrence-des-reseaux-sociaux-fin-du-game-pour-la-tele-realite-de-2e-generation/614832>

OUVRAGES

Brey Iris, *Le regard féminin : une révolution à l'écran*, Paris, De l'Olivier, 2020.

Debord Guy, *La société du spectacle*, Paris, Buchet-Chastel, 1967.

Dupont Luc, *Télé réalité : quand la réalité est un mensonge*, Montréal, Presses de l'Université de Montréal, 2007.

Jost François, *Le culte du banal : de Duchamp à la télé réalité*, Paris, CNRS Éditions, 2007.

Vilanova Constance, *Vivre pour les caméras*, Paris, JC Lattès, 2024.

Foucault Michel, « Surveiller et punir : Naissance de la prison », dans *Surveiller et punir*, [1975], Paris, Gallimard, 1975

SITES INTERNET

García Rodríguez Beatriz, Maritza, « Culture visuelle », Design in Translation, URL : <https://dit.dampress.org/glossary/culture-visuelle>

Thély Nicolas, « Webcams personnelles », Images Analyses, 1^{er} mars 2003, URL : <https://imagesanalyses.univ-paris1.fr/webcams-personnelles/index.html>

Vilanova Constance, « La télé poubelle, entre fascination et dégoût », Zoom Zoom Zen, France Inter, 15 mai 2024, URL : <https://www.radiofrance.fr/franceinter/podcasts/zoom-zoom-zen/zoom-zoom-zen-du-mercredi-15-mai-2024-3537853>

Murhula Christelle, Lepers Maureen, Bitch Ginger, « La télé réalité, ce sera mieux demain ? », Le Débat de midi, France Culture, 18 août 2025, URL : <https://www.radiofrance.fr/franceinter/podcasts/le-debat-de-midi/le-debat-de-midi-du-lundi-18-aout-2025-3898951>

Rongba Karine, « Oui, les contenus de la Star Academy inondent les réseaux sociaux », Mouvi, Radio France, 17 janvier 2025, URL : <https://www.radiofrance.fr/mouv/oui-les-contenus-de-la-star-academy-inondent-les-reseaux-sociaux-2376942>

Devilleers Sonia, Rey-Robert Valérie, « Télé réalité : femmes soumises ou femmes émancipées ? », L'instant M, Radio France, 11 mai 2022, URL : <https://www.radiofrance.fr/franceinter/podcasts/l-instant-m/l-instant-m-du-mercredi-11-mai-2022-8694297>

Serrell Mathilde, « La République Star Academy », Un monde nouveau, France Inter, 22 novembre 2022, URL : <https://www.radiofrance.fr/franceinter/podcasts/un-monde-nouveau/un-monde-nouveau-du-mardi-22-novembre-2022-6398626>

Harcourt Bernard, « Cette société d'exposition est une société de servitude volontaire par la séduction », La Grande table – Idées, France Culture, 9 janvier 2020, URL : <https://www.radiofrance.fr/franceculture/podcasts/la-grande-table-idees/bernard-harcourt-cette-societe-d-exposition-est-une-societe-de-servitude-volontaire-par-la-seduction-7785696>

Serrell Mathilde, « La télé réalité n'est pas morte et son nouveau roi s'appelle Nasdas », Radio France, 15 avril 2025, URL : <https://www.radiofrance.fr/franceinter/podcasts/un-monde-nouveau/un-monde-nouveau-du-mardi-15-avril-2025-7163808>

Groyer Flavien, « « Star Academy », « Le Bigdil », « Le Juste Prix » : pourquoi les chaînes de télé ressuscitent-elles d'anciens programmes ? », France Bleu, 27 janvier 2025, URL : <https://www.francebleu.fr/infos/medias-people/star-academy-le-bigdil-le-juste-prix-pourquoi-les-chaines-de-tele-ressuscitent-elles-d-anciens-programmes-9050758>

Garance Bonotto, « Ode à la bimbo. Une icône de la culture pop #1 », Manifesto XXI, 5 novembre 2019, URL : <https://www.manifesto-21.com/ode-a-la-bimbo-icone-culture-pop-1/>

Michaut Anne-Charlotte, « Des créatrices Millénials à l'assaut des archétypes de la féminité », Switch on Paper, 25 février 2020, URL : <https://www.switchonpaper.com/societe/feminisme/des-creatrices-millennials-a-l-assaut-des-archetypes-de-la-feminite/>

Delphine Chedaleux, « Cultures féminines et féminisme », La Vie des idées, 30 juin 2020, URL : <https://laviedesidees.fr/Cultures-feminines-et-feminisme>

RAPPORTS D'ENQUÊTES

Conseil supérieur de l'audiovisuel, « La télé réalité à 20 ans : évolution et influence », Les collections CSA, Rapport d'étude du CSA, janvier 2021. [En ligne] <https://www.arcom.fr/se-documenter/etudes-et-donnees/etudes-bilans-et-rapports-de-larcom/la-telerealite-20-ans-evolution-et-influence>

Delaporte Arthur, Miller Laure, Assemblée nationale, « Rapport sur les effets psychologiques de TikTok sur les mineurs », dans : Commission d'enquête de l'Assemblée nationale, Tome 1, 4 septembre 2025. [En ligne] <https://www.assemblee-nationale.fr/dyn/17/organes/autres-commissions/commissions-enquete/tiktok>

Pierre-Brossolette Sylvie, Chaudouët Delmas Mahaut, Lagaude Nastassia, Rapport du Haut Conseil à l'égalité femmes-hommes, « Rapport annuel 2022 sur l'état du sexisme en France », 7 mars 2022

CATALOGUE D'EXPOSITION

Lamarche-Vadel Rebecca, « Total » Martin Syms, Catalogue d'exposition, Lafayette Anticipation, 2024.

PODCASTS

Goretti Antoine, « Télé réalité, influence et stéréotypes de genres », À tous les niveaux, Acast, épisode du 2 juillet 2024, URL : <https://open.spotify.com/episode/2BWLPCxv3LNmABQ5tAIQ31>

Tuailon Victoire, « Male Gaze, ce que voient les hommes », en présence de Iris Brey, Les couilles sur la table, Binge Audio, émission du 5 septembre 2023, URL : <https://open.spotify.com/episode/78ycQqkLoloqVULMLC6QAQ>

Tuailon Victoire, « Female Gaze, ce que vivent les femmes », en présence de Iris Brey, Les couilles sur la table, Binge Audio, émission du 6 septembre 2023, URL : <https://open.spotify.com/episode/7ICFBq3EkC2isYmqS-5r9aX?s=54e9fb1131e4c-c7&nd=1&dl-sl=fe1639622ba34373>

VIDÉOS

Slaoui Nesrine, « Kim Kardashian Theory », YouTube.com, « Arte », 31 août 2024, URL : <https://www.youtube.com/watch?v=iskBvZzsaP4&t=7s>

Lemaire Olivier, « Instagram – La foire aux vanités », YouTube.com, « Arte », s.d., URL : <https://www.youtube.com/watch?v=JDOSL9wwj8>

Camille Ducellier, « Cam Gaze : À la recherche des premières camgirls », documentaire série, ARTE France / Uplian Productions, France, 2024. URL : <https://www.arte.tv/fr/videos/121430-001-A/cam-gaze-a-la-recherche-des-premieres-camgirls/>

FILMS

Slomka Nicolas, Rumani Matthieu, Culte, Amazon Prime Video, 2024, série, 6 épisodes, 52' par épisode.

Redinger Agathe, Diamant brut, Silex Films, 2024, 103'.

Warhol Andy, Sleep, Jonas Mekas / The Film-Makers' Cooperative, 1964, 321'.

Waters John, Pink Flamingos, Dreamland Productions, 1972, 93'.

Guy-Blaché Alice, Madame a des envies, Gaumont, 1906, film muet, 6'.

REMERCIEMENTS

Je tiens à remercier Ambre Charprier, ma marraine de l'aventure qui, pendant cette année et demie, m'a transmis son goût pour la lecture et pour la théorie.

Merci également à Clémence, Marlen et Uli pour leur aide dans la confection de ces éditions et à ma mère pour ses relectures attentives.

À ma famille et nos soirées *Koh-Lanta*, à mes ami.e.s de l'ESAD et d'ailleurs, à Claire, à Arthur, à Super Nanny, à Julien Levesque, à la chaîne 20 de la TNT, à Loana, à la COOP, à Alice Guy, à la télévision qui m'accompagne au quotidien, à JenniCam, à Laurent et Maurice, à l'Union, à *Petits Secrets entre voisins*, à Nabilla, aux candidates et à toutes les filles qui les regardent.

Enfin, merci à vous d'avoir pris le temps de me lire.

Imprimé et façonné à l'ESAD Orléans
Papiers: Papier couché Cocoon SILK Blanc 115 g/m²
Typographies: Avara, Helvetica Neue

