

Un exemple de télévision éducative : l'émission de télé-réalité *Loft Story*

Eric Macé

**Sous ce titre provocateur, l'auteur ne prétend pas défendre la "qualité culturelle" de la télévision, mais attirer l'attention sur le fait que bien souvent, à sa manière, elle constitue une ressource d'apprentissage et une forme de traitement des "problèmes publics" plus attentive aux tensions de l'expérience sociale contemporaine que l'école ou le système politique.**

L'école n'a jamais eu le monopole de l'éducation et la principale ressource éducative reste encore aujourd'hui celle du groupe des pairs. De ce point de vue, la télévision ne doit pas être considérée comme surplombant l'expérience des individus, mais comme une ressource culturelle parmi d'autres, constamment recyclée dans les espaces privées et collectives au sein d'un travail de "co-production du sens". C'est le cas pour l'émission de télé-réalité *Loft Story* qui a vu se constituer de façon éphémère mais aiguë, une "communauté juvénile imaginée" qui en dit long sur l'état du rapport des jeunes aux apprentissages, scolaires et non-scolaires, en France. On peut certes détester la télévision, mais cela ne facilite pas l'analyse politique des raisons pour lesquelles certaines émissions rencontrent plus de succès que d'autres. Je voudrais montrer ici que le succès de *Loft Story* ne doit rien à la naïveté supposée du public quant à la "réalité" montrée par un dispositif ostensiblement mis en scène, mais au "réalisme" de la manière dont une certaine jeunesse pouvait ainsi trouver support à la "prise en charge" de ses inquiétudes concernant la très forte précarisation de l'entrée dans la vie active. On montrera ainsi que l'émission situe le ressort central de son dispositif au cœur des préoccupations sociales et professionnelles de nombreux jeunes français, à travers la mise en scène ludique des catégories de la compétition et de l'exclusion. Et que ce succès médiatique souligne d'autant plus l'échec politique à prendre en compte et à traiter cette précarisation.

En français, "Big Brother" se traduit : "Loft Story". Il faut sans doute interpréter ce glissement linguistique et sémantique comme une stratégie de prévention, par les producteurs, de la vive controverse quant à la "télé-réalité" déjà amorcée à l'étranger et très largement prévisible en France où sévit traditionnellement une détestation à la fois élitiste et gauchiste-critique de la culture de masse. Là où en effet "Big Brother" évoque un monde éprouvant où les individus sont exposés, seuls, à la surveillance et à la sanction permanente des autres (producteurs, autres candidats, public), "Loft Story" évoque, sous la forme d'un jeu de mot, une romance sentimentale au sein d'une communauté de jeunes colocataires (une "love story" dans l'appartement d'un sitcom, comparable à celui de "Friends" ou de "Hélène et les garçons"). Contrairement à d'autres versions nationales (britannique en particulier), le dispositif de l'émission a en effet soigneusement écarté, dès sa conception et tout au long de la diffusion, les dimensions individualistes et concurrentielles entre les candidats : la classe d'âge est homogène (autour de vingt ans) de manière à ne pas provoquer de rejet générationnel ; l'équilibre entre des filles et des garçons célibataires est respecté ; il n'y a pas d'épreuves pénalisant ou favorisant individuellement les candidats mais des épreuves collectives mobilisant l'ensemble du groupe sans sanctions significatives ; la vie quotidienne est loin d'être spartiate et l'isolement des candidats avec l'extérieur est loin d'être complet ; la sélection des candidats par le public ne se fait pas sur le mode de l'exclusion mais sur celui de la préférence (le vote indique qui doit rester et non qui doit partir). Enfin, trait tout à fait original de l'émission française, le jeu se

termine non sur la victoire d'un seul contre tous, mais sur la victoire d'un couple formé par le dernier garçon et la dernière fille en présence, dont le "gros lot" est une villa dans laquelle ils sont supposés vivre ensemble après la fin de l'émission, selon un idéal stéréotypé de conjugalité hétérosexuelle (d'où le titre).

Mais au-delà de ce folklore culturaliste "français" très largement revendiqué par les producteurs et diffuseurs, c'est l'analyse du dispositif lui-même qui nous conduit à penser que le ressort de l'émission n'est pas vraiment d'ordre sentimental (et encore moins érotique). En effet, le dispositif conserve malgré tout du modèle original un processus de tri sélectif imposant le départ du loft de ceux qui n'ont pas eu les préférences des autres candidats et du public : il y a donc bien un jugement liées à l'observation des uns par les autres, et une compétition sanctionnée par une exclusion. Cependant, cette compétition même est immédiatement invalidée par le dispositif : s'il y a bien exclusion du loft, il n'y a pas exclusion de l'émission, bien au contraire, puisque les candidats sortis du loft deviennent, jusqu'à la fin, co-animateurs de l'émission hebdomadaire de plateau en direct et se voient proposer publiquement par des entreprises de communication et de la mode, des emplois d'animateur ou de collaborateur. Les conditions d'existence des lofteurs sont donc totalement artificielles et très largement propices à l'ennui sur une durée aussi longue : pas de contraintes matérielles et familiale, pas d'activité universitaire ou professionnelle, pas de loisirs, et même les éventuelles activités sexuelles provoquées par cette promiscuité organisée, n'ont tenu, si l'on en croit les images et les propos disponibles, qu'une place très marginale. Ce qui fait que l'activité centrale du loft telle qu'elle est révélée par les résumés et les plateaux en direct a été celle des interactions et des conversations entre individus au sein d'une dynamique de groupe : autrement dit, il s'agissait bien pour l'essentiel de produire de la relation et de mettre en scène la "présentation de soi" dans un contexte malgré tout compétitif. Mais cette compétition n'a pas vraiment pour objectif de sortir vainqueur du loft, et le véritable juge n'est pas vraiment le public de l'émission : sortis déjà gagnants d'un casting géant, et déjà gagnants d'une célébrité du moment, les candidats jouent plutôt leur chance d'intégrer le monde du show business à travers la qualité de la "performance", au sens théâtral, qu'ils réalisent au cours de l'émission et qui les fera remarquer par d'éventuels employeurs. Nous voici donc devant un dispositif paradoxal : il est non concurrentiel mais compétitif, mais d'une compétition sans perdants puisque y participer c'est déjà être gagnant.

Il me semble que l'interprétation sociologique de ce paradoxe peut se faire grâce à un double mouvement de compréhension et d'explication. Si on fait en effet l'hypothèse que l'imaginaire de la culture de masse contemporain nous "dit" quelque chose de la société française contemporaine<sup>1</sup>, la méthode consiste à considérer les représentations du monde social de *Loft Story* comme un "mythe" au sens d'Edgar Morin, c'est-à-dire typiques de l' "esprit du temps" de leur contexte<sup>2</sup>. Ces mythes ont pour vertu de résoudre symboliquement, dans les représentations culturelles, les tensions, les contraintes et les conflits de leur époque. Le mythe n'est ni une mystification comme le pensait Roland Barthes<sup>3</sup>, ni une fantaisie imaginaire, mais une représentation volontairement "enchantée" de tensions sociales non résolues et éprouvées subjectivement. En l'occurrence, le mythe que propose le dispositif (français) de *Loft Story* (et il serait intéressant de faire de même pour chaque version nationale de "Big Brother") semble être celui de la conciliation d'un monde professionnel hyper-

---

<sup>1</sup> Macé Eric, Maigret Eric (dir.)(2005), *Penser les médiacultures*, Paris, Armand Colin.

<sup>2</sup> Morin, Edgar (1975), *L'Esprit du temps I. Névrose*, Paris, Grasset.

<sup>3</sup> Barthes, Roland (1957), *Mythologies*, Paris, Seuil.

compétitif dans lequel les individus engagent leur personnalité - mais ceci *sans exclusion* : il n'y a en effet ni perdants, ni victimes, mais que des gagnants.

Dans la forme, ce *mythe d'une compétition sans perdants* est rendu possible par un dispositif constitué de deux cercles : un premier cercle d'où l'on peut être exclu, c'est le loft. Mais l'exclusion du loft ne signifie pas, on l'a vu, l'exclusion du dispositif car il existe un second cercle : celui d'une pleine participation de tous les candidats (sensés représentés le "peuple" qu'est le public) non plus à la vie du loft, mais à la vie privilégiée des vedettes "peuple" (presse, Festival de Cannes, jet privé, réceptions de toutes sortes, notoriété...) qu'ils sont devenus par la grâce même du dispositif.

Sur le fond, *Loft Story* est une représentation mythique, à peine transposée, de ce qui constitue l'"actuel" de l'expérience d'emploi et de travail de beaucoup d'individus, où ce qui est jugé à l'embauche, dans les promotions et dans les motifs de licenciements, c'est moins les qualifications que les compétences relationnelles et subjectives d'engagement de la personnalité (ou de mise en scène de cet engagement) au service des objectifs de l'entreprise<sup>4</sup>. De ce point de vue, les "lofteurs" sont réellement en situation de travail : ils ont été embauchés et sont payés pour produire, en toute "authenticité" et en toute "transparence" (sous le regard permanent de leurs employeurs et de la clientèle-public) des interactions et de la relation, au même titre que la plupart des emplois de production de service de l'économie contemporaine (vente, conseil, accueil, assistance...)<sup>5</sup>, auxquels d'ailleurs la plupart des candidats ont tâté (et qui, avant leur participation à l'émission, constituait vraisemblablement leur horizon professionnel). Dès lors, leur évaluation et leur exclusion du loft dépendent des mêmes critères qui ont présidé à leur recrutement : un jugement (cette fois par les collègues et les clients-public) de la qualité de leur personnalité, et de leur capacité de correspondance *apparente* entre leur subjectivité et les objectifs du dispositif. D'où le permanent reproche réciproque, entre évincés et évincés, de n'être pas "naturel", de "jouer double jeu". D'où la performance véritablement professionnelle de la jeune gagnante Loana, danseuse légère de bars et de clubs, exercée à se protéger tout en semblant s'offrir entièrement à l'intrusion des regards. Mais ce qui fait la dimension mythologique de l'émission, c'est précisément que cet hyperréalisme de la violence des relations de travail (euphémisée sous couvert d'une joute sentimentalo-sexuelle), est vidé de son sens par le rappel constant que "ce n'est qu'un jeu" et que les candidats ne sont pas exclus, mais au contraire accueillis chaleureusement dans un second cercle, au fond plus agréable que le premier. C'est sans doute cette dimension mythologique qui explique la participation volontaire et réflexive des candidats, et la curiosité d'un large public (principalement adolescent) qui participe (ou assiste), mi-ému, mi-goguenard, au jeu *sans risques* des exclusions du loft : l'émission contient ici tout ce qui fait les avantages d'une "socialisation juvénile", c'est-à-dire l'apprentissage sous forme ludique et communautaire, des règles d'un jeu social dont on sait qu'il est brutalement compétitif, tout en étant encore provisoirement protégé de ses sanctions véritables par le fait même qu'il s'agisse d'un jeu. D'où d'ailleurs l'engagement des parents, qui disent explicitement qu'ils voient là pour leurs enfants, en bon "coach" modernes qu'ils sont<sup>6</sup>, une bonne épreuve préparatoire à leur vie d'adulte, en les séparant du cocon protecteur et affectif du monde familial sans pour autant les basculer immédiatement dans un monde social (qui constitue

---

<sup>4</sup> Boltanski, Luc, Chiapello, Eve (1999), *Le nouvel esprit du capitalisme*, Paris, Gallimard.

<sup>5</sup> Paugam, Serge (2000), *Le salarié de la précarité*, Paris, PUF

<sup>6</sup> De Singly, François (1996), *Le soi, le couple et la famille*, Paris, Nathan.

alors un “ troisième cercle ”, en dehors du dispositif de l'émission et qui l'enserme, et dont les candidats et leurs parents ont clairement conscience) où les discriminations racistes (et les deux premiers “ exclus ” du loft sont, dans la première saison, les deux “ Arabes ” de la sélection, Aziz et Kenza), les disqualifications de soi et les relégations ne sont plus euphémisées et compensées, mais effectives. Un “ risque ” dont les parents, comme les candidats, pensent d'ailleurs sans doute (à tort ou à raison) qu'il peut être réduit, sinon contourné, par la participation même à l'émission (motif supplémentaire d'adhésion au dispositif dans son ensemble, et pouvant permettre une critique éventuelle des règles du jeu en vigueur dans le premier cercle qu'est le loft). En ce sens, *Loft Story* est la version joyeuse et juvénile des "reality based shows" de la télévision française des années 1990 à destination des adultes angoissés par le chômage et l'exclusion<sup>7</sup>. Tandis qu'en effet le "culte de la performance" s'imposait et que gagnait la peur de l'exclusion sociale, la télévision mettait alors en scène le mythe de la solidarité de "ceux d'en bas", et plus précisément le mythe d'une télévision dorénavant seule médiatrice dans un monde compétitif et désinstitutionnalisé<sup>8</sup>. Avec la relance du marché de l'emploi et de nouvelles générations de public, *Loft Story* met en scène une performance compétitive dorénavant acceptée comme norme par de jeunes générations pragmatiques qui cherchent moins à se rassurer qu'à "assurer" face aux risques d'exclusion et de précarité<sup>9</sup>. Et ceci en comptant moins sur leurs compétences scolaires que sur celles de la "présentation de soi" : l'accès aux médias est moins l'occasion d'un éphémère quart d'heure de célébrité que le moyen d'entrer dans la carrière du show business - et la véritable exclusion n'a pas été celle du loft, mais celle qui a précédé l'émission au cours des castings de sélection. De la sorte, si le mythe de *Loft Story* est *réaliste*, c'est parce qu'il a ses raisons d'être. En effet, depuis vingt ans en France, la crainte du chômage et l'obsession du retour au plein emploi a fait désertier la question du travail (et de ses discriminations ethniques et sexistes) des débats politiques en la laissant aux seules stratégies de management des entreprises. La culture de masse a donc beau jeu de prendre en charge *ce qui intéresse les gens* (cette expérience vécue de la compétition sociale et professionnelle et le souci de s'en sortir) en leur en proposant des représentations acceptables, c'est-à-dire non désespérantes, mais au contraire fondé sur l'apprentissage ludique des règles d'un jeu social souvent brutal. On aurait donc beau jeu de dénoncer l'influence éducative néfaste de la télévision : il n'empêche qu'elle révèle souvent les enjeux éducatifs et politiques contemporains que refusent de considérer l'école et que se gardent bien de prendre en compte les politiques.

---

<sup>7</sup> Ehrenberg, Alain (1995), *L'individu incertain*, Paris, Calmann-Lévy.

<sup>8</sup> Macé, Eric (1993), 'La télévision du pauvre. Sociologie du public participant', *Hermès*, n° 11-12.

<sup>9</sup> Pasquier, Dominique (2005), *Cultures lycéennes. La tyrannie de la majorité*, Paris, éditions Autrement.

