

Derrière les fourneaux ou au sein de l'entreprise, les caméras donnent à voir bien plus de télé que de réalité. L'analyse de Marc Perrenoud, maître d'enseignement et de recherche à l'Institut des sciences sociales, sur *Cauchemar en cuisine* et *Patron incognito*.

# Pris pour des jambons!

David Trotta

Depuis son arrivée massive sur les écrans au tournant du siècle, la télé-réalité s'est déclinée en de nombreux sous-genres. Bien connue notamment pour ses concepts d'émissions dites d'enfermement, comme *Big Brother* ou *Loft Story*, elle s'est aussi intéressée aux individus dans leur quotidien. Dans un récent article publié par la revue *Images du travail*, Marc Perrenoud, maître d'enseignement et de recherche à l'Institut des sciences sociales, écorne le réalisme prôné dans des formats tels que *Cauchemar en cuisine* et *Patron incognito*. Des émissions au cœur d'univers professionnels « normatives et idéologiques, qui disent au téléspectateur ce qu'il faut penser », précise le chercheur.

## Donner l'impression

Le propos de Marc Perrenoud consiste en premier lieu à remettre les pendules à l'heure. Car, sous couvert de montrer le réel, ce type d'émission ambitionnerait de rivaliser avec des disciplines scientifiques. « Les productions disent montrer de vraies gens dans la vraie vie. Le fait de parler de vérité et de réalité, c'est s'adosser à une forme de sociologie. Alors que nous sommes très éloignés d'une démarche compréhensive telle qu'elle est pratiquée en sciences humaines et sociales. »

Le principe de *Cauchemar en cuisine* consiste à aller suivre un restaurateur au bord du gouffre. Pour le sortir de sa détresse, qu'elle

soit financière, managériale, relationnelle ou psychologique, un chef renommé dispose d'une semaine pour redresser la barre. Pour tenir ce rôle, la version britannique (*Ramsay's Kitchen Nightmares*) a choisi le cuisinier Gordon Ramsay. L'adaptation française est quant à elle incarnée par Philippe Etchebest.

Au fond, quels sont les problèmes? L'usage d'effets de réalité, répond le chercheur. Le téléspectateur serait ainsi confronté à des formes d'études de cas, alors que tout ne serait que mise en scène. A commencer par le casting. « Des textes montrent comment il est facile de produire du contenu, sans pourtant écrire formellement de scénario. » L'usage de « bons clients », des personnages hauts en couleur. « Que ce soit pour de la télé-réalité classique, mais aussi pour des émissions telles que *Cauchemar en cuisine*, ce choix fait partie du business de base. Ce sont toujours des gens expansifs, qui n'ont pas trop de barrières, qui vont exploser. » En bref, des acteurs, sans qu'ils soient pour autant comédiens professionnels.

Une autre forme d'illusion du réel s'opérerait par la multiplication de situations problématiques, présentées comme particulières, toutes résolues de la même façon. « On peut rapprocher cela de l'ethnographie. Gordon Ramsay va du maître sushi à Manhattan jusqu'à la *soul food* au fin fond de l'Alabama. Il fait face à des personnes résignées, combattives, hystériques, dépressives, etc. Mais quel que soit le cas, la recette est toujours la même. Tout est question de volonté. »

Pour Marc Perrenoud, cette manière de présenter le succès, ou le moyen d'y tendre, est intéressante dans la mesure où elle renforcerait une vision très actuelle d'appréhender le monde professionnel. « Le travail est présenté uniquement en regard de la psychologie des individus. Il est très peu question de contexte, notamment financier. Ces émissions produisent un discours sur le monde collant bien à l'ère du temps, proche des mouvements du développement personnel. Elles ne font qu'abonder dans le sens de l'idéologie contemporaine où le rapport au

## LE TRAVAIL À L'ÉCRAN

Qu'il s'agisse de fictions comme les séries ou de productions plus proches du réel tels les documentaires, le monde du travail tient une place privilégiée à la télévision. Comme le montre Marc Perrenoud, maître d'enseignement et de recherche à l'Institut des sciences sociales, dans un récent article publié par la revue *Images du travail*.

En termes de télé-réalité, une première phase s'est intéressée au milieu professionnel sous l'angle caritatif. L'idée étant d'offrir une prestation à des personnes dans le besoin, en rénovant une voiture (*Pimp my Ride*), un logement (*Extreme Makeover: Home Edition*), une silhouette (*Extreme Makeover: Weight Loss Edition*), etc.

Une deuxième vague s'est ensuite axée sur l'expert en tant que coach de vie. Ainsi sont apparues des émissions telles que *Super Nanny* ou *C'est du propre* dans lesquelles des professionnels, une fois encore prestataires de services, intervenaient pour rétablir une situation de la vie courante. La première concernant l'éducation des enfants, la seconde les tâches ménagères, et plus globalement l'hygiène de vie.

C'est au cours d'une troisième phase qu'est apparu le travail en tant qu'objet d'étude. A travers des émissions concours, comme *Top Chef*, *Master Chef*, *Ink Master* (tatouage) par exemple, des candidats s'affrontent afin d'obtenir une récompense majeure. Souvent un gain important, parfois l'accès à des formations, une entrée sur le marché de l'emploi.

Dans un genre un peu différent, *Vis ma vie* (2001) a initié en France le concept de rotation des postes. Des émissions au cours desquelles une vedette suit un professionnel dans l'exercice de ses fonctions avant de s'adonner à la tâche. Le mannequin Adriana Karembeu s'est ainsi transformée en dresseuse de fauves, comme l'animateur Cauet en chasseur ou l'ancienne patronne du concours Miss France Geneviève de Fontenay en foraine. Un concept remanié (*Vis ma vie: mon patron à ma place*) qui débouchera finalement sur *Patron incognito*, où un entrepreneur grimé redécouvre sa propre entreprise.

travail n'est qu'une question d'individus, de principes moraux et d'éthique personnelle.»

L'impression de réel est enfin renforcée puisque les caméras intègrent le décor et surtout les coulisses. «Les cuisines sont en effet un espace réservé aux professionnels, et la production joue sur cette forme de promesse de montrer ce qu'on ne dévoile pas en général.» Une différence souvent importante entre la salle, où les plats sont généralement servis par du personnel souriant, et la cuisine, où on s'engueule. Des métiers du restaurant qui incarneraient à merveille l'idéal du spectacle, avec précisément une scène ouverte, la salle donc, et les coulisses réservées au personnel.

### Le dindon de la farce

L'analyse du chercheur pointe aussi la mise en récit, elle aussi systématique, des productions. Dans *Cauchemar en cuisine*, le thème de la

rédemption serait particulièrement fort. «Il faut toujours que les participants touchent le fond, avouent leurs fautes et expient leurs péchés pour ensuite pouvoir aller de l'avant.» Une image renforcée par le chef, davantage présenté comme un messie que comme un coach de cuisine.

Dans le cas de *Patron incognito*, Marc Perrenoud introduit l'image du conte et le thème du jeu de dupes. Le concept de l'émission consiste à grimer un entrepreneur afin qu'il intègre, incognito, différents postes au sein de son entreprise. Pour parfaire l'illusion, il est présenté aux employés comme un chômeur caricatural, soit en recherche d'emploi, soit en reconversion professionnelle. «Seul l'employé n'est au courant de rien. Et finalement, c'est bien lui qui est mis à l'épreuve.» Un schéma narratif qui rappellerait le conte dans lequel un puissant se déguise avant d'entrer en contact avec son interlocuteur. Il ne lui révèle

qu'a posteriori son vrai visage, en même temps que la «sentence». Une construction qui ne donnerait à voir au final que le point de vue du puissant. «L'employé n'est pas toujours mis en cause, parce qu'on voit aussi l'entrepreneur dire que les tâches sont difficiles, qu'il ne le réalisait pas toujours. Mais que ce soit négatif ou non, le spectateur ne voit que le point de vue du patron. La construction dramaturgique de la production empêche quoi que ce soit d'autre.»

Quant au public, est-il vraiment naïf? «Les analyses de réception sont complexes à réaliser. Néanmoins, on voit via les réseaux sociaux que le public réagit. S'il n'est pas dupe, il se prête toutefois au jeu.» Et participerait donc à un grand spectacle cathodique.

 [imagesdutravail.edel.univ-poitiers.fr](http://imagesdutravail.edel.univ-poitiers.fr)



La télé se contente de montrer la réalité.  
Faux, répond Marc Perrenoud. F. Imhof © UNIL