

Nick Couldry

London School of Economics and Political Science

LA TÉLÉRÉALITÉ OU LE THÉÂTRE SECRET DU NÉOLIBÉRALISME

Traduit de l'anglais par Pierre-Élie Reynolds

Tout «système de cruauté» crée son propre théâtre. J'entends ici par «système» une combinaison d'objets, de personnes et d'occasions à saisir, qui est permanente et visible de tous. Si la cruauté existe sous de nombreuses formes, souvent tenues secrètes, les systèmes de cruauté prennent corps au cours d'une performance ritualisée. De ce point de vue, le système de production économique qu'on qualifie facilement de «néolibéralisme» procède d'un tel «système de cruauté». En effet, comment qualifier autrement l'organisation des ressources sociales et de la force de travail qui exige de ses participants une loyauté infaillible, une soumission totale à un contrôle et des injonctions extérieures, qui s'immisce dans la vie privée de chacun tout en exigeant de tous que soient reconnues la fragilité et l'irrégularité des débouchés qu'elle offre? Plus personne ne s'étonne des transformations des conditions de travail dans le système capitaliste, comme si elles étaient normales. On a recours à un «travail émotionnel» (Hochschild, 1983) en proportion croissante dans la plupart des activités au service des consommateurs; les horaires de travail s'allongent et on va vers une disponibilité permanente au travail, déguisée en «flexibilité» (Bourdieu, 1998, p. 34); le licenciement est devenu une procédure aisée qui permet à l'employeur de ne se soucier que minimalement des employés, puisant dans une vaste «armée de réserve» ainsi créée (Bourdieu, 1998, p. 82). Pourtant, cette disponibilité croissante au travail peut entraîner des coûts sociaux importants (au sein des familles, l'éducation, la violence). Un fort antagonisme apparaît, que Richard Sennett appelle «la corrosion du caractère» (1999): on exige des travailleurs qu'ils passent plus de temps au travail et qu'ils y apportent plus de savoir-faire, mais la valeur accordée aux années d'expérience est négligée, voire rejetée. Nous constatons tous les jours les conséquences du néolibéralisme, mais si les «vérités» de ce système étaient énoncées explicitement, elles

seraient insupportables. Elles doivent donc être converties en des rituels qui proposent, tel un spectacle, une version acceptable des valeurs et contraintes sur lesquelles cette cruauté repose¹.

La «téléréalité» est justement un théâtre dans lequel cette fiction est jouée. Le théâtre de la télé réalité y est secret dans le sens où les renversements provocateurs qui y prennent place obscurcissent les liens avec les conditions de travail normalisées par le système néolibéral. Il n'existe pas (le «bon sens» du néolibéralisme ne le reconnaît pas) d'histoire partagée qui pourrait expliquer ces contradictions (sauf peut-être la nécessité). De telles contradictions, en revanche, génèrent des récits transposés qui circulent au sein du lieu de travail lui-même et jusqu'au monde soi-disant lointain du divertissement médiatique.

«La passion» et les rituels de la domination économique

Dans l'économie néolibérale contemporaine, les travailleurs traversent (sous l'apparence d'une plus grande «liberté» – la liberté de «rester en contact» avec son travail!) la dernière étape de la réorganisation du temps de travail, dont les origines ont été retrouvées par Thompson (1967, p. 93) au XVIII^e siècle avec l'apparition du chronométrage et de la ponctualité obligatoire. Cette étape ne consiste pas seulement en l'appropriation par l'employeur du temps de travail de chaque travailleur pris individuellement (afin que le temps accordé aux pauses sur le lieu de travail soit obligatoirement considéré comme du «temps libre»), mais en l'appropriation de ce même temps libre par l'employeur (une réappropriation dans le sens inverse). Manifestement, cette seconde appropriation étend l'autorité de l'employeur sur les moments de repos, de divertissement des employés, de leurs repas et du temps consacré à leur famille. Celle-ci s'opère parfois par une exploitation non-déguisée ou (le plus souvent) par l'attribution de «cadeaux»: l'employé donne son temps «libre» en échange d'un statut social sur son lieu de travail. Cependant cet échange de cadeaux est instable.

La soumission consciente à l'appropriation totale de l'emploi du temps d'un individu par son employeur est irréalisable sans que celui-là fasse preuve d'abnégation, et l'expression publique de «passion» doit rejeter cette impossibilité elle-même au nom des objectifs de l'employeur, quels qu'ils soient. La «passion» devient un impératif sur le lieu de travail néolibéral car son œuvre de dénégation fait disparaître les contradictions et légitime l'appropriation accrue du temps de l'employé (ce qu'André Gorz appelle «la mobilisation totale de la personnalité du travailleur au travail»)².

De nombreux travaux contemporains consacrent une grande part au travail émotionnel. Il n'est donc pas surprenant que de telles œuvres traitent du «jeu», de l'interprétation. Comme le souligne Ann-Marie Stagg, présidente de l'Association des *managers* de centres d'appel britanniques, «les employeurs du tertiaire exigent de plus en plus que leurs employés jouent véritablement la comédie, travaillent et adaptent leurs émotions afin d'être en harmonie avec l'image que le processus de travail doit afficher»³. La notion de jeu «naturel» est plus surprenante: feindre l'émotion voulue n'est-il pas suffisant? Ceci dit, il faut tout d'abord rappeler que dans la plupart des sociétés de services, cette «comédie» doit être faite

sous la menace permanente d'une surveillance. La surveillance sur le lieu de travail est utilisée afin de contrôler une journée de travail dans son intégralité, la durée des pauses comprise, et n'est sûrement pas réduite au contrôle exclusif du « jeu » des employés ; de la même façon, il est difficile d'imaginer un employé surveillé sans qu'il y ait quelqu'un pour le faire. L'employeur veut être sûr que les caractéristiques de « l'interprétation » de l'employé continuent d'être respectées au-delà des moments (nécessairement limités) de surveillance : d'où l'importance de « l'authenticité » ou du jeu « naturel », fondé sur l'intériorisation de normes de productivité vécues comme un comportement parfaitement naturel.

« ... les conflits provoqués par les problèmes d'autorité et d'autonomie depuis toujours inhérents à la vie professionnelle n'ont plus lieu à l'usine, au centre d'appels ou au bureau, mais dans les limites d'une sphère culturelle nationale plus vaste, qui définit les normes du lieu de travail du XXI^e siècle. Par exemple, lorsqu'un directeur des ressources humaines conseille à un de ses employés *d'être soi-même et d'avoir l'air naturel* lors d'un contact avec le client, cet employé comprendra les notions de soi et de naturel issus de la psychologie populaire, de la télévision, des magazines et de ses amis ». (Bunting, 2004, p. 69)

Bunting évoque ses discussions avec les employés de la chaîne de supermarchés Asda (maintenant détenu par le géant américain Walmart)⁴. Même la structure spatiale du supermarché (au nord de l'Angleterre) joue sur les mythes de l'interprétation théâtrale. Bunting nous rappelle la présence, tout le long des escaliers qui mènent au supermarché, d'un miroir avec un écriteau au-dessus : « Êtes-vous prêts pour entrer sur la scène d'Asda ? » (2004, p. 102). L'authenticité du jeu sur la scène d'Asda est critiquée régulièrement, mais en secret, par des « clients mystères » (non sans rappeler les invités mystères des émissions de télévision). S'ensuit une surveillance continue de la performance réelle du travail, surveillance résultant d'un système normatif exacerbé. « Les collègues, comme sont aussi appelés les employés, sont contraints de faire des *kilos de sourire*. Et ils doivent être sincères » précise Smith (directeur des ressources humaines au siège social d'Asda). « ... Nous sentons bien que le personnel d'Asda a des valeurs, et les vit à fond – c'est grégaire, farfelu, flexible, familial, au service des gens, respectueux de l'individualité, informel. C'est tout cela qui fait marcher notre affaire – nous avons choisi une image familiale, qui rappelle un sentiment de communauté et qui a de la personnalité. » (Bunting, 2004, p. 103). Dans cette citation, nous voyons l'employeur s'approprier non pas le temps libre de l'employé (même si les horaires de travail chez Asda et Walmart ne sont pas réputés pour être légers), mais plutôt les valeurs qui sont normalement associées à ce même temps libre.

Certains chercheurs louent ces changements, qui seraient autant de preuves de « l'humanisation » du lieu de travail : « Le travail donne l'occasion à un individu de *travailler sur lui-même* ; de progresser ; (...) de devenir plus efficace en tant que personne (...). Un travail de régie au téléphone a beau être fortement instrumentalisé, les manuels de formation sont remplis de règles et de normes psychologiques qui aident l'individu à surmonter ses failles. Les vendeurs de Lex ne viennent pas au travail uniquement pour vendre, mais aussi pour être/devenir eux-mêmes au bureau. » (Heelas, 2002, p. 83). Heelas ne s'arrête pas là, et remarque (apparemment sans vouloir être ironique) que l'arrivée du nouveau *management* et de la spiritualité « New Age » se chevauchent (2002, p. 83). Cette apparente transvaluation du travail

nécessite, comme l'indique Arlie Hochschild, le soutien de rituels: «Grâce aux nombreuses cultures d'entreprise que le capitalisme a fabriquées de toutes pièces, celui-ci a redécouvert les liens communautaires et profitent de ceux-ci pour édifier sa nouvelle version. De nombreux employés d'Amerco se disent heureux d'appartenir à la *famille Amerco*, et partout il y avait des symboles visuels de cette appartenance... lors de mes entretiens, les employés m'ont peu parlé de réunions festives avec leurs familles respectives, tandis que tout au long de l'année, ces mêmes employés assistèrent aux nombreux regroupements rituels organisés par l'entreprise.» (Hochschild, 1997, p. 87, qui cite Heelas, 2002, p. 87).

La télé réalité: la recherche de l'authenticité-sous-surveillance

Les lieux de travail ont déjà été l'objet de nombreuses émissions de télé réalité, sous différentes facettes, en Grande-Bretagne comme dans beaucoup d'autres pays au début des années 1990: aéroports, hôtels et auto-écoles en sont des exemples célèbres. Si les contradictions du travail émotionnel étaient plus exposées dans les médias, elles susciteraient débat; il n'est donc pas surprenant qu'on ne le voit pas à la télévision. C'est dans le «gamedoc», sous-genre de la télé réalité (comme *Loft Story* en France), que l'absurdité d'être contraint de «sourire pour de vrai» toute la journée est transformée en quelque chose de positif.

Arrêtons-nous sur les points majeurs du «genre» *Big Brother*, en indiquant tout d'abord ses liens avec les rituels d'interprétation sur le lieu de travail contemporain. *Big Brother* est fondé sur la banalisation de la surveillance (Palmer, 2002; Couldry, 2003, chapitre 6; Andrejevic, 2004). Cette banalisation est d'autant plus efficace lorsqu'elle opère sous plusieurs angles: il y a bien évidemment la célébration de la puissance de la surveillance (dans le titre ironique du programme, dans la manipulation permanente des sons et images du processus de surveillance), mais il y a aussi, d'une façon plus subtile, l'habitude que nous prenons à regarder les gens surveillés, d'observer comment les participants restent authentiques malgré les caméras. La fiction selon laquelle après un certain temps, un individu «doit» finir par révéler sa véritable identité car «on ne peut faire semblant pour toujours» sert à sanctionner la présence permanente et toujours plus indiscreète des caméras dans les toilettes, la douche et les chambres. Il ne faut pas oublier que notre curiosité et notre plaisir à regarder ces programmes légitiment directement cette surveillance. Mark Andrejevic (2004) a développé cet argument pour arriver à une critique de «l'interactivité» en général, et de la banalisation de la surveillance du consommateur telle qu'elle est menée dans une économie libérale qui dépend d'un *marketing* de plus en plus ciblé.

Les «valeurs» de l'interprétation montrée dans *Big Brother* sont frappantes aussi parce qu'elles correspondent parfaitement, une fois les caractéristiques intrinsèques au format du divertissement éliminées, avec les exigences imposées par le néolibéralisme sur les travailleurs (et non pas seulement les consommateurs).

Tout d'abord, *l'autorité extérieure absolue*: une émission de télé réalité telle que *Big Brother* est un espace gouverné par une autorité extérieure dont la légitimité et la rationalité ne peuvent jamais être remises en question. Cette autorité a sans aucun doute été contestée en privé et parfois, en de rares occasions sur les plateaux. Ce qui est frappant toutefois, c'est la manière dont ces irrptions sont contrôlées par les producteurs, se calquant sur l'autorité imaginaire qu'exercerait le public.

Ensuite, *l'esprit d'équipe*: si *Big Brother* se caractérise par une compétition entre individus, ceux-ci doivent cependant accepter de travailler en équipe. La plupart des jeux proposés dans la « maison » de *Big Brother* se font par équipe et l'habilité d'un participant à « s'entendre » avec les autres est un des critères de vote des spectateurs. Les participants sont contraints de participer à ces jeux et aucune désobéissance n'est acceptée. Dans le troisième épisode du *Big Brother* anglais, un candidat (Sandy) ne voulait pas faire partie de ce travail d'équipe, à tel point que tous les soirs il se retirait dans la chambre (commune) pour lire. Il s'isola du groupe et quand il fut enfin éliminé par le public, la présentatrice se moqua de lui. Il faut savoir aussi accepter les normes comportementales exigées dans la maison *Big Brother*. Dans le même épisode, un autre candidat (Tim) prétendait que la production obligeait les candidats à agir d'une façon qui n'était pas sincère. Cette conversation entre la présentatrice et Tim après qu'il ait été éliminé montre ce qui arrive en cas de non-respect de ces normes: « [Tim]. – Il y avait beaucoup de candidats qui ne se comportaient pas naturellement, j'en suis convaincu... [Présentatrice]. – [Elle l'interrompt] Je ne crois pas que ce soit possible, je pense qu'ils sont tous des gens assez positifs... On ne peut pas faire semblant, physiquement en tout cas, pendant 7 à 8 semaines, ce n'est pas possible... [Tim]. – C'est vrai, parfois ils ne jouaient pas et c'est là qu'on voyait qui ils étaient vraiment. [Présentatrice]. – D'accord, Tim... et si on parlait de quelque chose de plus positif... » (Transcription dans Couldry, 2004, p. 69-70)

Troisièmement, *l'authenticité*. Paradoxalement, la nécessité d'interpréter (sans voir son public) est cristallisée par l'argument selon lequel la « véritable » personnalité de l'individu finira par transpirer de ce jeu. Cela rappelle l'exemple des supermarchés Asda, sous une version ludique.

Quatrièmement, *être positif*. Comme le montre la conversation plus haut, l'unique élément qui pourrait rendre cette interprétation authentique est gommé. Les candidats doivent être positifs, ce qui implique le rejet de toute contradiction. De la même façon, les employés doivent être « passionnés » afin de dissimuler les contradictions que leur interprétation recèle.

Cinquièmement, *l'individualisation*. Quelles que soient les dimensions sociales de la maison *Big Brother*, les candidats sont jugés individuellement. Puisque la norme du travail en équipe ne peut pas être contestée, le fait que ce ne soit en fait qu'une ruse ne peut pas l'être non plus. Au bout du compte, vous êtes à « l'intérieur » ou à « l'extérieur » de la maison, votre « sortie » étant déterminée par la « voix » du public invisible (pour faire écho à Hirschman). Il n'y a pas lieu de contester un vote national, tout comme nous ne pouvons pas individuellement contester le choix d'une entreprise de réduire ses effectifs; pourtant, dans les deux cas, les conséquences doivent être assumées par chacun individuellement.

Dans ses différentes facettes, le « comme si » de la télé réalité imite avec une fidélité frappante la dynamique néolibérale: c'est un lieu où le travail en équipe est contraint, un lieu où l'individu est en représentation permanente, et sous la tutelle d'une autorité extérieure distillée par des normes ou

«valeurs», auxquelles le travailleur/joueur doit se plier en adoptant une attitude «positive» et même «passionnée», et cela tout en assumant seul, les conséquences à long terme de ce «jeu», si c'en est un.

Conclusion

Ma thèse a consisté à révéler une relation intéressante, parce que cachée, entre la télé-réalité et les normes comportementales présentes sur le lieu de travail néolibéral. J'ai tout d'abord suggéré que le «sens commun» néolibéral est précisément un sens *commun* à tous et partout; ensuite, et parce que c'est un *sens* commun, celui-ci est naturalisé et difficilement contestable, identifiable même en tant que représentant de valeurs qui, dans un autre contexte (le lieu de travail) sont malhonnêtes. En résultante, la «valeur» véhiculée par «l'authentique interprétation-sous-surveillance» est validée, «gratuitement» et sans aucun recul. Cependant ce résultat est contingent, indéterminé.

J'ai centré mon analyse sur un seul genre de télé-réalité, le «gamedoc» du type *Big Brother*. Néanmoins, si le temps le permettait, nous pourrions prolonger cette thèse aux autres genres de télé-réalité, comme *Survivor* (ou *Koh Lanta* en France), ainsi que ceux qui mettent en scène explicitement une concurrence entre individus pour devenir célèbre, tel que *Pop Idol* (ou *Star Academy* en France), et ceux qui ont un propos plus didactique, tel que *The Apprentice* qui met en scène un homme d'affaires millionnaire, et qui, selon la présentation faite par la BBC sur ce *show* venu des États-Unis, donne un point de vue inédit sur la compétition au sein du monde des affaires⁵.

Vous pourriez cependant juger les liens que j'ai établis entre la télé-réalité et le lieu de travail néolibéral comme la preuve d'une certaine «sublimation» (*working through*⁶) des difficiles tensions sociales existantes. Ce serait ignorer que c'est justement cette *absence* de lien entre la fiction qu'est *Big Brother* et les réalités du lieu de travail néolibéral qui est la plus remarquable. Si, dans ce sens, la télé-réalité est véritablement opaque (c'est-à-dire résistante à la contextualisation), alors elle partage un aspect de plus avec le néolibéralisme.

NOTES

1. Je ne discuterai pas ici de la définition du « rituel » et de sa relation avec le pouvoir ; pour plus de détails, voir COULDRY (2003).
2. GORZ (1999) que cite BUNTING (2004, p. 68).
3. Citation de BUNTING (2004, p. 71-72).
4. Voir par exemple FEATHERSTONE (2004). Pour une étude plus approfondie des pratiques d'Asda en Angleterre, voir le *Guardian* 17 octobre 2005.
5. Voir [http://www.bbc.co.uk/print/pressoffice/pressreleases/stories/2004/05_may/18/apprentice.shtml].
6. Voir ELLIS (2000).

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- ANDREJEVIC, M., *Reality TV. The Work of Being Watched*, Lanham, MD, Rowman and Littlefield, 2004.
- BOURDIEU, P., *Acts of Resistance*, New York, The New Press, 1998. (Traduction par Richard Nice de *Contre-feux. Propos pour servir à la résistance contre l'invasion néo-libérale*, Paris, Liber, 1998, 125 p.)
- BUNTING, M., *Willing Slaves. How the Overwork Culture is Ruling Our Lives*, Londres, Harper Collins, 2004.
- COULDRY, N., *Media Rituals. A Critical Approach*, Londres, Routledge, 2003.
- COULDRY, N., « Teaching Us to Fake it. The Ritualized Norms of Television's *Reality Games* in OUELLETTE, L., MURRAY, S. (dir.), *Reality TV*, New York, New York University Press, 2004, p. 57-74.
- ELLIS, J., *Seeing Things*, Londres, IB Tauris, 2000.
- FEATHERSTONE, L., *Selling Women Short. The Landmark Battle for Women's Rights at Wal-mart*, New York, Vintage, 2004.
- GORZ, A., *Reclaiming Work*, Londres, Pluto, 1999.
- HEELAS, P., « Work Ethics, Soft Capitalism and the *Turn to Life* », in DU GAY, P., PRYKE, M. (dir.), *Cultural Economy*, Londres, Sage, 2002, p. 78-96.
- HOCHSCHILD, A., *The Managed Heart*, Berkeley, University of California Press, 1983.
- HOCHSCHILD, A., *The Time Bind. When Work Becomes Home and Home Becomes Work*, New York, Metropolitan, 1997.
- PALMER, G., « Big Brother: An Experiment in Governance », *Television and New Media*, vol. 3, n° 3, 2002, p. 295-310.
- SENNETT, R., *The Corrosion of Character*, New York, Norton, 1999.
- THOMPSON, E. P., « Time, Work-Discipline and Industrial Capitalism », *Past and Present*, 38, 1967, p. 56-97.