

**Colloque international**  
**Les acteurs et actrices de la télé-réalité :**  
**de la fabrique aux publics**  
**3 et 4 Décembre 2026 – MSH Paris Nord**

Appel à communication (AAC)

### Argumentaire

Ce colloque sur la télé-réalité s'inscrit dans le cadre d'un projet soutenu par la MSH Paris Nord en 2026, et par le Service de la Recherche de l'Université Paris 8. Son organisation est portée par les laboratoires du CEMTI et du GERiICO, et menée en collaboration avec l'INA. L'événement a pour objectif de contribuer au renouveau des travaux sur la télé-réalité, en favorisant notamment le dialogue entre chercheur-euses pionnier-ères et émergent-es sur ces questions, entre espaces académiques francophones, notamment français et québécois, ainsi qu'entre chercheur-euses et professionnel-les des médias et de l'audiovisuel.

Après vingt-cinq ans de diffusion d'émissions de télé-réalité en France, le genre connaît une double dynamique : d'une part, une reconfiguration de ses formats dans un écosystème désormais structuré par les plateformes de streaming en ligne et les réseaux sociaux ; d'autre part, la rediffusion ou le retour de programmes « cultes » comme *Secret Story* ou la *Star Academy*. Ce double mouvement témoigne de l'inscription durable de la télé-réalité dans les cultures populaires contemporaines, tout en interrogeant ses reconfigurations sous l'effet de nouveaux modes de production, de diffusion et de réception. En 2024 et 2025, ces deux émissions emblématiques du genre télé-réalité des années 2010 en France ont d'ailleurs été marquées par de vives controverses autour du harcèlement de candidates que ce soit par d'autres participant-es et/ou par des internautes<sup>1</sup>. Le harcèlement sur les lieux du tournage a d'ailleurs donné lieu à une intervention inédite de la production au cours du *live* de l'émission *Secret Story* diffusé en ligne. Ces faits ne se déploient toutefois pas uniquement dans l'espace de la production : ils s'inscrivent dans un écosystème médiatique élargi où des acteur-rices périphériques aux programmes – tels que Sam Zirah, Jeremstar ou Aqababe – contribuent à cadrer, hiérarchiser et interpréter les événements, et médiatisent le moment du tournage des émissions en controverses. L'angle de la misogynoir (Bailey, 2021) a d'ailleurs été au cœur de certains décryptages en ligne d'internautes jusqu'à être repris dans des médias généralistes pour qualifier ces agissements.

Ce phénomène montre à quel point la télé-réalité est devenue un terrain d'observation privilégié des rapports sociaux, de leur médiatisation et de leur réception différenciée par les publics, mais

---

<sup>1</sup> Voir notamment : Castelly Lisa, 2025 (18 janvier), « À la Star Academy, la question du racisme surgit sur le devant de la scène », *Mediapart*. ; Descours Emmanuel, 2025 (24 janvier), « Ebony, finaliste de la 12e édition de la Star Academy, est victime de propos racistes et sexistes depuis plusieurs semaines de la part de nombreux internautes [Vidéo] », *Libération*. ; Drissi Baya, 2025 (25 janvier), « Haine "Star Academy" : Ebony sous le feu des projecteurs de la finale... et des insultes racistes et sexistes », *Libération*.

aussi par les professionnel·les du secteur. Du côté des instances de régulation, dès le début des années 2000 l'ancien Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) mettait en garde *Loft story*, en 2001, et *L'Île de la tentation*, en 2005, sur la diffusion d'images violentes, en supprimant la diffusion en continu 24h/24, puis en menaçant les émissions d'interdiction aux moins de 12 ans et d'une diffusion après 22 heures. En 2016, le CSA dénonçait explicitement les attaques sexistes dans les programmes du *Bachelor* et des *Anges de la télé réalité*<sup>2</sup>. En 2020, le Haut Conseil à l'Égalité publiait quant à lui un rapport sur le sexisme dans les émissions *Les Anges de la télé réalité* et *Koh Lanta*<sup>3</sup> et alertait sur l'enjeu des stéréotypes de genre et des injures sexistes. Quelques années plus tard, dans la lignée du mouvement #MeToo, la question des violences sexistes et sexuelles a d'ailleurs traversé le secteur lorsque plusieurs candidates d'une émission de télé réalité ont pris publiquement position pour dénoncer des situations de harcèlement sexiste et sexuel sur les lieux de tournage qu'elles auraient subies<sup>4</sup> autour notamment du hashtag #MeTooTélé réalité (Biscarrat, 2026).

Outre-Atlantique, ces enjeux résonnent dans les débats québécois. Dès 2020, les professionnel·les de l'audiovisuel ont engagé une réflexion sur la représentation de la diversité dans l'émission de télé réalité *Occupation Double*, mettant au jour les mécanismes d'exclusion à l'œuvre dans le casting, comme dans les scénarios médiatiques (Rejbi, 2004). De la même manière qu'en France, l'émission québécoise est régulièrement décryptée dans des podcasts et sur les réseaux sociaux (Boisvert, 2026), à travers des interrogations sur les normes sociales, le sexisme, et le racisme dans ces contenus. Aux États-Unis, un rapport de 2024, mené par des professionnel·les de l'audiovisuel et des expert·es des enjeux de genre dans les médias (*Banijay Entertainment, Everywoman Studios, and The Geena Davis Institute on Gender in Media*)<sup>5</sup> a par ailleurs mis en lumière la forte surreprésentation des hommes aux postes décisionnaires dans les sociétés de production de télé réalité.

En France, les recherches sur la télé réalité ont pu être considérées un temps comme périphériques dans le champ des études sur les médias et la télévision. On observe depuis un renouvellement des questionnements en SHS autour des reconfigurations de la télé réalité, des enjeux autour de sa place dans les productions audiovisuelles, et de sa légitimité culturelle.

Parmi les angles privilégiés pour rendre compte de cette ouverture progressive figure celui du dispositif télévisuel. Cette question a d'abord été au centre des travaux de François Jost qui montre que ces programmes s'inscrivent dans des logiques de montage, de mise en intrigue et de promesses génériques (Jost, 2009), structurées par les contraintes et les régimes de croyance propres au médium télévisuel (Jost, 2019). Cette dimension est ensuite prolongée à travers les réflexions sur l'extension des programmes au-delà du genre télévisuel (Alexis, 2023a), sur les temporalités (Tabary-Bolka, 2006 ; Neuvillers et Spies, 2023), les dispositifs de surveillance

---

<sup>2</sup> Une partie des conclusions du rapport du CSA en 2016 sur la place des femmes dans les médias audiovisuels sont notamment disponibles dans ce rapport du Sénat : Cidrac Marta et Vérien Dominique, 2020 (9 juillet), « Rapport d'information fait au nom de la délégation aux droits des femmes et à l'égalité des chances entre les hommes et les femmes sur la place des femmes dans les médias audiovisuels, » Sénat, n° 613, session extraordinaire de 2019-2020. Le rapport est également disponible en version papier à l'Inatèque. Voir aussi le rapport de 2021 du CSA : Conseil supérieur de l'audiovisuel, 2021 (29 janvier), « La télé réalité à 20 ans : évolution et influence », CSA.

<sup>3</sup> Voir le deuxième rapport du Haut Conseil à l'Égalité (HCE) : Gresy Brigitte, Pierre-Brossolette Sylvie, Oderda Marion et Polycarpe de Gonzaga Elsa, 2020 (2 mars), « Rapport - 2ème état des lieux du sexisme en France : combattre le sexisme en entreprise, dans les médias et en politique », Haut conseil à l'égalité entre les femmes et les hommes (HCE), n° 2020-02-25 STER 42. Voir aussi le rapport de 2023 de l'INA-Arcom : Arcom et INA, 2022 (mars), « La représentation des femmes à la télévision et à la radio - Rapport sur l'exercice 2022 », Arcrom.

<sup>4</sup> Voir notamment : Vilanova Constance, 2022 (27 mai), « Violences sexuelles : une star de la télé-réalité visée par deux plaintes », *Mediapart*.

<sup>5</sup> Voir notamment le rapport : Geena Davis Institut, Banijay Entertainment et Everywoman Studios, 2024 (juillet), « Women's Representation in Unscripted Television in the U.S., U.K., Brazil, and France », *Geena Davis Institut*.

(Aïm, 2004 ; Andrejevic, 2004) ou encore sur ses liens avec la littérature contemporaine (Barrette et Boisvert, 2024).

D'autres travaux se sont penchés sur l'émergence du genre, en cherchant à interroger ses liens avec d'autres formats audiovisuels, qu'il s'agisse de caméras cachées avec *Candid Camera* (Clissold, 2004), du documentaire (avec notamment *An American Family*), du *talk-show* ou d'émissions mettant en scène la question de l'intimité ou des travailleurs de l'urgence (Dupont, 2007 ; Bourdon, 2011). Par ailleurs, certains travaux ont également analysé ces programmes au prisme du « format », comme ceux de Jean Chalaby (2011) qui revient sur la circulation et l'adaptation des émissions à des contextes culturels distincts de ceux d'origine (Chalaby, 2011) ou de ceux d'Aziliz Kondracki (2023 ; 2026) sur la transposition des formats internationaux d'émissions sentimentales.

À partir des années 2010, l'analyse des programmes de télé-réalité s'enrichit d'une attention plus marquée aux rapports sociaux qui les traversent. La construction des intrigues et des figures médiatiques y est de plus en plus interrogée au prisme du genre, de la race et de la classe, en particulier aux États-Unis, par exemple (Lindemann, 2022 ; Weber, 2014 ; Daniels, 2012). À ce propos, les travaux d'Emily Drew (2011) interrogent notamment comment certains dispositifs de l'émission *Survivor* aux États-Unis – bien qu'ils s'appuient sur la construction de récits « prétendument post-raciaux » – conduisent en réalité à racialisier les candidat-es.

En France, les recherches de Laetitia Biscarrat sur la figure de la mère célibataire (2014), ou celles d'Anne-Sophie Béliard et Nelly Quemener sur la normativité du mariage hétérosexuel dans des programmes comme *L'amour est dans le pré* (2012), mettent en lumière les mécanismes de naturalisation des hiérarchies conjugales et sociales, ainsi que les enjeux de classe dans les représentations du monde agricole à l'écran. Par ailleurs, les critiques émanant de la société civile, notamment autour de la « moralité » de ces programmes (Segré, 2008), font l'objet d'analyses qui montrent comment la télé-réalité tend à intégrer et à rejouer, en son sein, les reproches qui lui sont adressés (Jeanneret et Patrin-Leclère, 2003 ; Nadaud-Albertini, 2013).

Dans le prolongement de ces analyses, un ensemble de travaux se tourne plus directement vers les professionnel-les qui composent le champ de la télé-réalité. La starification de certain-es candidat-es emblématiques fait ainsi l'objet d'analyses spécifiques (Spies, 2025). La médiatisation de l'agence *Shauna Events* fondée par Magali Berdah, agente de candidat-es de télé-réalité (Devars, 2024), ou encore le succès récurrent des programmes réunissant des candidat-es « all-stars » (Alexis, 2023a) – à l'image du retour annoncé du programme *Les Anges* en 2026 – constituent des indices saillants de cette dynamique. Plus particulièrement, des recherches comme la thèse de doctorat en cours de Rachel Fabre sur le « métier de candidat-e de télé-réalité » montrent un intérêt nouveau pour les professionnel-les de la télé-réalité depuis les années 2020 (Fabre, 2025). Ces recherches apparaissent plus tardives que celles sur les contenus, questionnant – au-delà de la « carrière » médiatique (Nadaud-Albertini, 2018), de la naissance des « vedettes » (Segré, 2011) et de leur « ascension » (Segré, 2018a) – les enjeux de professionnalisation, mais aussi de légitimité du travail dans la télé-réalité. Dès lors, au-delà de l'attention portée aux formats, l'étude des acteur-rices qui structurent et incarnent ce champ apparaît comme un prolongement nécessaire de l'enquête.

Un mouvement de structuration des recherches sur la télé-réalité s'affirme donc aujourd'hui dans l'espace francophone, à l'image de la publication du numéro dédié au « couple » télé-réalité et

réseaux socio-numériques coordonné par Lucie Alexis en 2023 dans la revue *Télévision*. De même, le projet REALI-T (2025) entend, par exemple, reprendre la question de la définition du genre télévisuel de la télé-réalité. Le séminaire Télé Veritas, lancé en 2024 par Irène Despontin Lefèvre et Anna Tible au CEMTI (Université Paris 8), explore quant à lui l'objet médiatique télé-réalité sous l'angle des SIC en faisant dialoguer des travaux récents au prisme de la professionnalisation, de la réception ou encore du numérique. On peut également souligner, dans le contexte québécois, les travaux de Pierre Barrette et Stéfany Boisvert sur la télé-réalité, ainsi que l'organisation du colloque *Télé-réalités francophones. Formats, mutations et nouvelles médiations*, qui se tiendra à l'UQAM (Montréal) les 1er, 2 et 3 juin 2026, témoignant de la vitalité et de la structuration croissante de ce champ de recherche. C'est dans cette dynamique que le colloque s'inscrit.

Partant de ces travaux, le colloque propose de prendre pour objet central les reconfigurations contemporaines de la télé-réalité au prisme de celles et ceux qui la font, la façonnent et la transforment. La notion d'« acteur-riche » est ainsi mobilisée dans un sens volontairement large et polysémique. L'acteur-riche peut dès lors être considéré-e comme une personne, un groupe, une organisation, ou une institution. Dans le champ des industries culturelles, le terme renvoie plus spontanément à la figure du ou de la comédien-ne et conduit à interroger le jeu, la performance et la construction de personnages médiatiques – perspective qui a longtemps structuré les travaux sur la télé-réalité, sans la nommer telle quelle, à travers les multiples interrogations sur son caractère supposément réaliste ou fictionnel. Le colloque propose toutefois de ne pas s'en tenir à cette acception centrée sur la seule dimension performative des candidat-es. Il s'agit, justement, d'élargir le regard afin de saisir la pluralité des acteur-rices de la télé-réalité et leur agentivité dans l'écosystème. Seront ainsi considéré-es les professionnel-les impliqué-es dans la fabrication des programmes – des candidat-es aux métiers de la production et de la post-production – mais aussi les figures d'expert-es du secteur. Dans cette perspective, la notion d'« acteur-riche » permet également d'interroger les publics, ces derniers participant à la production de sens en interprétant, discutant ou contestant les contenus médiatiques issus de ou portant sur la télé-réalité.

Les propositions pourront notamment – sans que cela soit exclusif – interroger les mécanismes de production, de circulation et de (ré)appropriation des programmes de télé-réalité. En France, les recherches se sont largement concentrées sur des émissions emblématiques diffusées sur les chaînes de la TNT – telles que *Loft Story* (Jost, 2002 ; Lochard et Soulez, 2003 ; Segré, 2018b) ou la *Star Academy* (Alexis, 2023b) –, tandis que les programmes proposés par les plateformes de *streaming* comme *Netflix* ou *Prime Vidéo*, pourtant parmi les plus regardés aujourd'hui, demeurent peu étudiés. Les adaptations françaises de formats internationaux (comme *Ultimatum France*, *Love Is Blind France*, *Love Island France*), ainsi que les déclinaisons dans l'espace francophone (par exemple *Secret Story Afrique* sur Canal+ Pop ou *Star Académie* diffusée sur TVA au Québec), constituent à cet égard des terrains encore largement inexplorés. Des propositions portant sur des programmes internationaux, y compris hors de l'espace francophone, seront également bienvenues. Ces analyses pourront être conduites à partir d'une attention soutenue aux rapports sociaux de genre, de classe, de race et de sexualité qui traversent ces productions et leurs appropriations (Cervulle et Lécossais, 2021). Elles pourront notamment s'inscrire dans deux axes thématiques, donnés à titre indicatif : le premier concernant les professionnel-les de et sur la télé-réalité, le second concernant les publics actifs de et sur la télé-réalité.

## Axe 1 : Professionnel-les de et sur la télé réalité

Dans la lignée des travaux sur les professions de l'audiovisuel (Beccarelli, 2023 ; Béliard et Lécossais, 2023 ; Pasquier, 1995), notre événement souhaite mettre en lumière les récentes recherches sur les différent-es professionnel-les de et sur la télé réalité, tant du côté de la production que de la diffusion ou encore s'agissant de l'expertise sur les programmes de télé réalité.

L'entrée par les professions permettra d'interroger la division du travail entre les différent-es professionnel-les de la télé réalité, au prisme des rapports sociaux qui marquent l'organisation du travail artistique (Lizé, Naudier, 2015). Elle invitera également à analyser les processus de professionnalisation et de légitimation d'activités qui demeurent souvent associées à un objet culturel jugé illégitime. L'attention pourra se porter aussi bien sur les professions les plus visibles, les candidat-es de télé réalité (Fabre, 2025) ou encore des figures de *love coachs* mis en scène dans les programmes (comme Lucie Mariotti de *La Villa des Coeurs Brisés* sur TF1), que sur des positions plus intermédiaires – monteur-ses, rédacteur-rices, « nounous », etc. – dont les fonctions, les contraintes et les marges de manœuvre se sont transformées au fur et à mesure de la multiplication et de la standardisation des programmes de télé réalité.

Les communications pourront aussi interroger les mutations des pratiques professionnelles en fonction de l'évolution du droit et des différentes régulations auxquelles doivent se conformer ces formats<sup>6</sup>, ou encore en fonction des différentes critiques et saisines à l'égard de ces programmes concernant le sexisme, l'homophobie et le racisme en particulier. À titre d'exemple, l'Arcom et le pôle national de lutte contre la haine en ligne (PNLH) ont réuni, le lundi 2 février 2026, des représentant-es de chaînes et de sociétés de production d'émissions de divertissement afin d'anticiper et de prévenir les risques de cyberharcèlement visant les candidat-es<sup>7</sup>. En somme, les critiques adressées aux acteur-rices de la régulation des émissions de télé réalité pourront également faire l'objet de propositions de communication – à l'image des prises de position de responsables de sociétés de production comme Alexia Laroche-Joubert, dirigeante de *Banijay France*, percevant certaines contraintes sur le placement de produit imposées par l'Arcom comme autant de « freins » au financement de programmes<sup>8</sup>.

La structuration et la nouvelle publicisation d'un ensemble d'acteur-rices spécialisé-es dans le commentaire, le *débrief* des émissions et le suivi des candidat-es pourront aussi être abordées par les communications. Les pratiques de ces expert-es s'inscrivent, à certains égards, dans une généalogie de dispositifs télévisuels tels que *Le Mag*, *Touche pas à mon poste !* ou les entretiens conduits par *Jordan de Luxe*, qui ont contribué à instituer un espace de parole périphérique mais structurant autour des candidat-es. Leur activité, fondée sur la production d'exclusivités, la construction d'une audience et la monétisation de contenus, constitue un métier à part entière de l'écosystème de la télé réalité. La focalisation sur ce groupe d'acteur-rices s'inscrit ainsi dans le prolongement de travaux menés en sciences de l'information et de la communication sur les créateur-rices de contenus et les influenceur-ses (Levoine et Louessard, 2019 ; Appiotti, Coquelin,

---

<sup>6</sup> Voir notamment l'état des lieux de l'INA sur l'évolution du format des programmes de télé réalité et sur les enjeux déontologiques que ce format soulève : Conseil supérieur de l'audiovisuel, 2021 (29 janvier), « La télé réalité a 20 ans : évolution et influence », CSA.

<sup>7</sup> À ce sujet, voir le communiqué de presse de l'Arcom et du PNLH publié le lundi 2 février 2026 : Arcom et Pôle national de lutte contre la haine en ligne, 2026 (2 février), « Communiqué de presse. Harcèlement et cyberharcèlement des candidats à des émissions de divertissement : l'Arcom et le pôle national de lutte contre la haine en ligne (PNLH) appellent à la mobilisation », Arcom.

<sup>8</sup> A ce sujet, voir par exemple une publication *LinkedIn* : Laroche-Joubert Alexia, 2025, « "Les marques de luxe sont partout dans la dernière saison d'Emily in Paris sur Netflix. [...]" [Publication] », *LinkedIn*.

Malet, 2023 ; Gilliotte et Pasquier, 2024)<sup>9</sup>. De même, une attention pourra être portée sur les productions médiatiques et culturelles autour de l'objet télé-réalité. Plus largement, l'attention pourra également être portée sur d'autres discours médiatiques ou culturels, que ce soit des enquêtes journalistiques (Vilanova, 2024) ou des essais critiques (Rey-Robert, 2022) consacrés à la télé-réalité en France. Les communications pourront donc notamment interroger la professionnalisation de cette expertise sur la télé-réalité, à l'interface du journalisme (Mathien, 2010), de l'influence (Sedda et Husson, 2023), des communautés de fans et des sphères de production, contribuant à structurer un espace d'expertise spécifique.

## **Axe 2 : Publics actifs de et sur la télé-réalité**

Outre les professionnel-les, les publics pourront également être envisagés comme des acteur-rices à part entière de la télé-réalité (Nadaud-Albertini, 2017), en raison de la diversité de leurs usages et des formes d'appropriation qu'ils et elles développent, notamment sur les réseaux socio-numériques. En portant une attention spécifique à la réception des programmes, ces propositions participeront ainsi au renouvellement des recherches sur l'audiovisuel, encore largement centrées sur la réception des programmes d'information ou des formats sériels. Aussi, les communications pourront notamment s'inscrire dans le prolongement des travaux consacrés aux « publics populaires » – entendus, à la suite de Jamil Dakhli, comme des collectifs dont il s'agit d'interroger à la fois la composition sociale, les pratiques, les formes d'engagement et les jeux d'identification ou de disqualification (Dakhli et al., 2015 ; 2016) – en les appliquant aux publics de la télé-réalité. Une telle perspective pourrait entrer en résonance avec les *cultural studies*, attentives aux modalités d'appropriation, de réinterprétation et de négociation des contenus médiatiques par leurs publics (McRobbie, 1991). Elle pourra également entrer en dialogue avec les travaux consacrés aux communautés de fans (Bourdaa, 2016 ; Bourdaa et Escurignan, 2024 ; Andolfi, 2026), ainsi qu'avec les recherches portant sur le travail émotionnel (Chedaleux et Diter, 2023) ou de mise à distance (Mehl, 2003) des publics face aux contenus médiatiques qu'ils et elles consomment. D'autre part, l'étude de ces publics actifs pourra s'inscrire dans le prolongement de celles consacrées aux pratiques informationnelles autour d'émission de télévision – qu'il s'agisse d'émissions de relooking (Delaporte et Vovou, 2014 ; Quemener, 2015) ou de concours de beauté (Leveneur-Martel, 2021) par exemple –, que ces échanges se déploient sur des forums en ligne (Nadaud-Albertini, 2013), sur des plateformes de micro-blogging ou en commentaires de vidéos.

Les réseaux socio-numériques ont aussi permis d'intensifier l'implication des publics dans les dispositifs de production, à l'image de l'importation française du programme *Love Island* en 2020 sur *Prime Video*, présenté par Nabilla, pour lequel les internautes pouvaient décider en temps réel des rendez-vous amoureux des candidat-es, dans le prolongement des votes ouverts aux publics sur téléphone lors des *primes* de télé-réalité. Plus spécifiquement encore, certains contenus natifs ont émergé sur ces plateformes : des internautes se mettent en scène en parodiant des candidat-es, allant jusqu'à inventer leur propre programme de « TikTok-réalité » suivi dans certains cas par des millions d'abonné-es (Grison et Bolz, 2023). D'autres pratiques modifient les modalités mêmes de visionnage, par exemple sur *Instagram* (Daïca, 2023), où les programmes sont consommés sous

---

<sup>9</sup> Voir notamment le colloque « Les "créateur-rices de contenus". L'espace de la production sur les plateformes numériques » organisé les 3 et 4 décembre 2025 à l'Université Panthéon-Assas, au Carism, par Quentin Gilliotte, Swan Dufour, Marion Michel et Phoebé Pigenet.

forme d'extraits, ou sur *TikTok*, où une *trend* invitait à regarder *Love is Blind* sur *Netflix* en masquant l'écran afin de découvrir les candidat-es par la seule médiation de leur voix, rejouant ainsi l'expérience du dispositif<sup>10</sup>. Enfin, au-delà de l'attention portée aux pratiques en ligne, les propositions pourront également s'intéresser aux espaces hors ligne tels que ceux où sont organisés des rencontres avec les candidat-es (soirée *booking*, événements...), les plateaux de tournage des *primes* ou encore les lieux de diffusion comme les *viewing party* de l'émission *Drag Race* diffusée sur le groupe *France Télévisions*.

Enfin, les communications pourront plus spécifiquement interroger les positionnements des publics à l'égard des rapports de pouvoir – notamment les rapports sociaux de genre, de race, de classe et de sexualité – qui structurent une part croissante des commentaires et interventions en ligne lors des diffusions de télé-réalité, alors même que l'expérience spectatorielle semble souvent se déployer sous le registre de la banalité. À cet égard, les phénomènes d'identification à la gagnante Romy de *Secret Story*, ou encore les vagues de contenus fans consacrés aux candidates noires Cindy et Olandria dans la franchise *Love Island*, constituent autant de points d'entrée pour analyser les formes d'engouement, d'appropriation et de mobilisation symbolique déployées par les publics. À l'inverse, les vagues de haine et de cyberharcèlement ayant visé des figures comme Keiona ou Soa de *Muse* de *Drag Race France* invitent à interroger les dynamiques de disqualification, de violence et de racialisation qui traversent ces mêmes espaces de discussion en ligne. L'attention portée à ces pratiques permet ainsi de saisir les publics non comme de simples récepteur-rices, mais comme des acteur-rices engagé-es, dont les prises de position, les productions informationnelles et les circulations de contenus contribuent à configurer les significations sociales et politiques associées aux programmes de télé-réalité.

---

<sup>10</sup> Ce phénomène viral désigne des pratiques de réappropriation du format *Love Is Blind* par ses publics sur les réseaux sociaux. Voir notamment : Mackenzie Lois, 2024 (23 octobre), « This Love Is Blind technique lets you watch like a contestant. Will you find that love is blind after all? », *Mashable*.

### **Comité d'organisation**

Céline Charrier – Université Paris 8, Cemti  
Irène Despontin Lefèvre – Université Paris 8, Cemti  
Thibault Grison – Université de Lille, Gériico  
Anna Tible – Université Paris 8, Cemti

### **Comité scientifique**

Pierre Barrette – Université du Québec à Montréal, École des Médias  
Marine Beccarelli – Université Panthéon Sorbonne, CRH, Centre d'Histoire du XIXe siècle  
Laetitia Biscarrat – Université Nice Côte d'Azur, Lircés  
Stéfany Boisvert – Université du Québec à Montréal, LaboPop  
Lisa Bolz – CELSA Sorbonne Université, GRIPIC  
Thierry Devars – CELSA Sorbonne Université, GRIPIC  
Keivan Djavadzadeh – Université Paris 8, Cemti  
Rachel Fabre – Université Sorbonne Paris Nord, LabSic  
Aziliz Kondracki – EHESS, CeRCLes  
Sarah Lécosais – Université Sorbonne Paris Nord, LabSic  
Delphine Naudier - CNRS, Cresppa  
François Vallotton - Université de Lausanne, Centre des sciences historiques SHC  
Florian Vörös - Université de Lille, Gériico

### **Modalités de soumission**

Date limite de soumission des propositions : 27 avril 2026  
Date de retour d'acceptation des communications : à partir du 15 juin 2026  
Dates du colloque : 3 et 4 Décembre 2026  
Publication envisagée : courant 2027

### **Modalités pratiques**

Les propositions de communication doivent être rédigées en français et déposées au plus tard le 27 avril 2026 sur la plateforme *Sciencesconf* à l'adresse suivante : <https://telerealite.sciencesconf.org>.

D'un format de 500 mots maximum (hors bibliographie indicative), les propositions devront comprendre un titre, une problématique, la présentation d'un terrain, le nom de l'auteur-riche et ses affiliations universitaires, ainsi que 5 mots-clés.

*Le colloque prendra en charge les pauses café, ainsi que les frais de déjeuner pour les personnes présentant une communication. Les frais d'hébergement et de déplacement sont à la charge des intervenant-es. Des modalités de défraiment pourront être envisagées sur demande pour les jeunes chercheuses et chercheurs non financé-es.*

**Adresse de contact :** [telerealite@sciencesconf.org](mailto:telerealite@sciencesconf.org)

## **Bibliographie**

- Aïm Olivier, 2004, « Une télévision sous surveillance. Enjeux du panoptisme dans les "dispositifs" de télé-réalité », *Communication & langages*, n° 141, p. 49-59.
- Alexis Lucie, 2023a, « Présentation. Télé-réalité et réseaux socio-numériques: un couple médiatique gagnant ? », *Télévision*, n° 14, p. 11-18.
- Alexis Lucie, 2023b, « La Star Ac' revue et corrigée par les réseaux socio-numériques ? », *Télévision*, n° 14, p. 37-58.
- Andolfi Léa, 2026, « When (s)he was wicked : analyse d'une controverse sur les représentations de minorités racisées, sexuelles et de genre chez les fans de romance historique Bridgerton », *RFSIC : Revue Française des Sciences de l'Information et de la Communication*, n° 31.
- Andrejevic Mark, 2004, *Reality TV: the work of being watched*, Lanham, Rowman & Littlefield Publishers.
- Appiotti Sébastien, Coquelin Lucile et Malet Marine, 2023, « Influenceur », *Publictionnaire*, <https://publictionnaire.huma-num.fr/notice/influenceur>.
- Bailey Moya, 2021, *Misogynoir transformed: Black women's digital resistance*, New York, New York University Press.
- Barrette Pierre et Boisvert Stéfany, 2024, « La télé-réalité au prisme de la littérature romanesque : un imaginaire dystopique pour penser les mutations du monde contemporain », *Tangence*, n° 136, p. 121-153.
- Beccarelli Marine, 2023, « La figure de Madame Inter : Annik Beauchamps, une professionnelle de radio pour incarner "l'amie des auditrices" (1966-1970) », *Le Temps des médias*, n° 41, p. 97-113.
- Béliard Anne-Sophie et Lécossais Sarah, 2023, « Les scénaristes de séries en France au fil de leurs générations (des années 1990 à aujourd'hui) », *Le Temps des médias*, n° 41, p. 165-180.
- Béliard Anne-Sophie et Quemener Nelly, 2012, « L'"exotisme de la proximité" : l'amour à l'épreuve du monde agricole et du couple », *Le Temps des médias*, n° 19, p. 116-129.
- Biscarrat Laetitia, 2014, « 2. Figure de la mère célibataire dans un programme de télé-réalité : une réassignation de genre sous conditions », dans B. Damian-Gaillard, S. Montañola et A. Olivesi éd., *L'assignation de genre dans les médias*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, p. 37-53.
- Biscarrat Laetitia, 2026, « Des méthodes computationnelles pour quantifier le genre : explorations en télé-réalité », *Séminaire Télé Veritas, Université Paris 8*.
- Boisvert Stéfany, 2026, « Les dating shows en tant que technologies de genre à l'ère des réseaux sociaux. Le cas Occupation Double au Québec », *Séminaire Télé Veritas, Université Paris 8*.
- Bourdaa Mélanie, 2013, « La promotion par les créations des fans. Une réappropriation du travail des fans par les producteurs », *Raisons politiques*, n° 62, p. 101-103.
- Bourdaa Mélanie et Escurignan Julie, 2024, « Misogynie, homophobie, racisme et harcèlement en ligne. Plongée dans le côté obscur des communautés de fans », *Questions de communication*, n° 26, p. 7-16.
- Cervulle Maxime et Lécossais Sarah, 2021, « Cinégalités : qui peuple le cinéma français ? », *Collectif 50/50*, <https://collectif5050.com/wordpress/wp-content/uploads/2022/05/Cinegalite-s-Rapport.pdf>.
- Chalaby Jean K., 2011, « The making of an entertainment revolution: How the TV format trade became a global industry », *European Journal of Communication*, n° 26, p. 293-309.
- Chedaleux Delphine et Diter Kevin, 2023, « "Je t'aime, moi non plus?" : Les émotions et les sociologues (de la culture) », *Réseaux*, n° 242, p. 11-48.

- Clissold Bradley D., 2004, « Candid Camera and the origins of reality TV. Contextualising a historical precedent », dans S. Holmes et D. Jermyn éd., *Understanding Reality Television*, London, Routledge.
- Daïca Anne-Laure, 2023, « Les pratiques télévisuelles des fans des télé-réalités sur Instagram : le cas des émissions Les Marseillais et Les Marseillais vs Le Reste du Monde », *Télévision*, n° 14, p. 113-128.
- Dakhliia Jamil., 2015, *À la recherche des publics populaires. (1) Faire peuple*, Nancy, PUN - Éditions universitaires de Lorraine.
- Dakhliia Jamil, Le Nozach Delphine et Ségur Céline, 2016, *À la recherche des publics populaires (2). Être peuple*, Nancy, PUN - Éditions universitaires de Lorraine.
- Daniels Jessie, 2012, « Reality TV, Whiteness, and Narratives of Addiction », *Advances in Medical Sociology*, n° 14, p. 103-125.
- Delaporte Chloé et Vovou Ioanna, 2014, « Commenter la télé, une performance de genre ? : La réception du relooking télévisé en contexte intermédial », *Télévision*, n° 5, p. 113-130.
- Devars Thierry, 2024, « Le regard d'une influenceuse sur la campagne présidentielle de 2022 : Imaginaires et représentations médiatiques du projet YouTube de Magali Berdah », *Quaderni*, n° 113, p. 47-68.
- Drew Emily, 2011, « Pretending to be "postracial": The spectacularization of race in reality TV's Survivor », *Television & New Media*, n° 12, p. 326-346.
- Fabre Rachel, 2025, « La production d'un soi authentique : le métier indicible de candidat.e de télé-réalité de vie collective », *Séminaire Télé Veritas, Université Paris 8*.
- Fabre Rachel, *La performance en travail : pour une analyse socio-économique du travail de candidat.e télé-réalité*, Thèse de doctorat soutenue à Université Sorbonne Paris Nord, En cours.
- Gilliotte Quentin et Pasquier Dominique, 2024, « Travailler à sa chaîne. Les vidéastes des plateformes face à leurs sources de revenus », *Réseaux*, n° 246-247, p. 89-126.
- Grisson Thibault et Bolz Lisa, 2023, « La réinvention de la télé-réalité sur TikTok : entre nouveaux formats numériques et l'émergence des "créateurs-vedettes" », *Télévision*, n° 14, p. 91-111.
- Jeanneret Yves et Patrin-Leclère Valérie, 2003, « Loft story 1 ou la critique prise au piège de l'audience », *Hermès, La Revue*, n° 37, p. 143-154.
- Jost François, 2002, *L'empire du Loft*, Paris, La Dispute.
- Jost François, 2009, *Télé-réalité*, Paris, Le Cavalier Bleu.
- Jost François, 2019, « Extension du domaine télévisuel », *Télévision*, n° 10, p. 17-31.
- Quemener Nelly, 2015, « Relooquez-vous ! Des plateformes numériques à l'appui du spectateur expert de son propre look », *Études de communication*, n° 44, p. 29-46.
- Kondracki Aziliz, 2023, « Télé-réalité et hétérosexualité. Analyse de la production de l'émission Mariés au premier regard en Pologne », *Réseaux*, n° 237, p. 67-91.
- Leveneur-Martel Laurence, 2021, « Les cérémonies Miss France, de la télévision à Twitter: Une ritualisation des commentaires (2015-2019) », *Réseaux*, n° 230, p. 171-214.
- Levain Xavier et Louessard Bastien, 2019, « Le déplacement de l'incertitude au cœur de la (re)configuration d'une filière Le cas de la fiction sur YouTube », *Réseaux*, n° 213, p. 83-110.
- Lindemann Danielle J., 2022, *True Story: What reality TV says about us*, New York, Farrar, Straus and Giroux.
- Lochard Guy et Soulez Guillaume, 2003, « Dossier. La télé-réalité, un débat mondial : les métamorphoses de Big Brother », *MédiaMorphoses, Hors-série*, n° 1.

- Mathien Michel, 2010, « "Tous journalistes" ! Les professionnels de l'information face à un mythe des nouvelles technologies », *Quaderni*, n° 72, p. 113-125.
- McRobbie Angela, 1991, *Feminism and Youth Culture. From « Jackie » to « Just Seventeen »*, London, Red Globe Press London.
- Mehl Dominique, 2003, « Le public de Loft Story : distance et connivence », *MédiaMorphoses*, Hors-série n° 1, p. 132-137.
- Nadaud-Albertini Nathalie, 2013, *12 ans de télé-réalité... au-delà des critiques morales*, Institut National de l'Audiovisuel (INA).
- Nadaud-Albertini Nathalie, 2017, « Télé-réalité », *Publictionnaire*, <https://publictionnaire.huma-num.fr/notice/telerealite>.
- Nadaud-Albertini Nathalie, 2018, « Faire carrière grâce à la télé-réalité : oui, mais comment ? », *La revue des médias*, <https://larevuedesmedias.ina.fr/faire-carriere-grace-la-telerealite-oui-mais-comment>.
- Neuwillers Marie-Caroline et Spies Virginie, 2023, « Blancs et silences : l'accompagnement des narrations des émissions de télé-réalité par les réseaux socio-numériques », *Télévision*, n° 14, p. 79-90.
- Pasquier Dominique, 1995, *Les scénaristes et la télévision. Approche sociologique*, Paris, Nathan - INA.
- Rejbi Noujoud, 2024, « Télévision : quand la bienveillance détrône la concurrence », *La revue des médias*, <https://larevuedesmedias.ina.fr/television-quand-la-bienveillance-detrone-la-concurrence>.
- Rey-Robert Valérie, 2022, *Télé-réalité : la fabrique du sexisme*, Paris, Hachette Pratique.
- Sedda Paola et Husson Oihana, 2023, « Social media influencer: a new hybrid professionalism in the age of platform capitalism? », dans L. Maestriperi et A. Bellini éd., *Professionalism and Social Change: Processes of Differentiation Within*, London, Palgrave Macmillan, p. 281-304.
- Segré Gabriel, 2008, *Loft Story ou la télévision de la honte. La télé-réalité exposée aux rejets*, Paris, L'Harmattan.
- Segré Gabriel, 2011, « Naissance et apogée des vedettes de la télé-réalité. Les lofteurs dans les pages de Gala », *Ethnologie française*, n° 41, p. 691-706.
- Segré Gabriel, 2018a, « Olivia Ruiz. Les récits d'une ascension », *Volume!*, n° 15, p. 23-43.
- Segré Gabriel, 2018b, 2011. *L'odyssée du Loft*, Nanterre, Presses universitaires de Paris Nanterre.
- Sofio Séverine et Mille Muriel, 2020, « Dossier. Faire (de) la télévision. L'audiovisuel vu par les sciences sociales », *Biens symboliques*, n° 6.
- Tabary-Bolka Laure, 2006, « Télé-réalité et marketing de l'urgence », *Communication et organisation. Revue scientifique francophone en Communication organisationnelle*, n° 29, p. 220-232.
- Vilanova Constance, 2024, *Vivre pour les caméras*, Paris, JC Latès.
- Weber Brenda, 2014, *Reality Gendervision: Sexuality and Gender on Transatlantic Reality Television*, Durham, Duke University Press.
- Wenceslas Lizé et Naudier Delphine, 2015, « Intermédiaires, professionnalisation et hétéronomisation des champs artistiques », dans M. Quijoux éd., *Bourdieu et le travail*, Rennes, Presses universitaires de Rennes.

## Sources

- Arcom et INA, 2022 (mars), « La représentation des femmes à la télévision et à la radio - Rapport sur l'exercice 2022 », Arcom, <https://www.arcom.fr/se-documenter/etudes-et-donnees/etudes-bilans-et-rapports-de-larcom/la-representation-des-femmes-la-television-et-la-radio-rapport-sur-lexercice-2022>.
- Arcom et Pôle national de lutte contre la haine en ligne, 2026 (2 février), « Communiqué de presse. Harcèlement et cyberharcèlement des candidats à des émissions de divertissement : l'Arcom et le pôle national de lutte contre la haine en ligne (PNLH) appellent à la mobilisation », Arcom, <https://www.arcom.fr/presse/harcelement-et-cyberharcelement-des-candidats-des-emissions-de-divertissement-larcom-et-le-pole-national-de-lutte-contre-la-haine-en-ligne-pnlh-appellent-la-mobilisation>.
- Castelly Lisa, 2025 (18 janvier), « À la Star Academy, la question du racisme surgit sur le devant de la scène », Mediapart, <https://www.mediapart.fr/journal/culture-et-idees/180125/la-star-academy-la-question-du-racisme-surgit-sur-le-devant-de-la-scene>.
- Cidrac Marta et Vérien Dominique, 2020 (9 juillet), « Rapport d'information fait au nom de la délégation aux droits des femmes et à l'égalité des chances entre les hommes et les femmes sur la place des femmes dans les médias audiovisuels, » Sénat, n° 613, session extraordinaire de 2019-2020, <https://www.senat.fr/rap/r19-614/r19-6141.pdf>.
- Conseil supérieur de l'audiovisuel, 2021 (29 janvier), « La télé réalité a 20 ans : évolution et influence », CSA, <https://www.arcom.fr/se-documenter/etudes-et-donnees/etudes-bilans-et-rapports-de-larcom/la-telerealite-20-ans-evolution-et-influence>.
- Discours Emmanuel, 2025 (24 janvier), « Ebony, finaliste de la 12e édition de la Star Academy, est victime de propos racistes et sexistes depuis plusieurs semaines de la part de nombreux internautes [Vidéo] », Libération, [https://www.instagram.com/reel/DFOEveXi0hN/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/reel/DFOEveXi0hN/?utm_source=ig_web_copy_link).
- Drissi Baya, 2025 (25 janvier), « Haine "Star Academy" : Ebony sous le feu des projecteurs de la finale... et des insultes racistes et sexistes », Libération, [https://www.liberation.fr/societe/star-academy-ebony-sous-le-feu-des-projecteurs-de-la-finale-et-des-insultes-racistes-et-sexistes-20250125\\_NAZ4462J6BGBNKEXFWLSPTC5P4/](https://www.liberation.fr/societe/star-academy-ebony-sous-le-feu-des-projecteurs-de-la-finale-et-des-insultes-racistes-et-sexistes-20250125_NAZ4462J6BGBNKEXFWLSPTC5P4/).
- Geena Davis Institut, Banijay Entertainment et Everywoman Studios, 2024 (juillet), « Women's Representation in Unscripted Television in the U.S., U.K., Brazil, and France », Geena Davis Institut, <https://geenadavisinstitute.org/research/behind-the-scenes-womens-representation-in-unscripted-television-in-the-us-uk-brazil-and-france/>.
- Gresy Brigitte, Pierre-Brossolette Sylvie, Oderda Marion et Polycarpe de Gonzaga Elsa, 2020 (2 mars), « Rapport - 2ème état des lieux du sexisme en France : combattre le sexisme en entreprise, dans les médias et en politique », Haut conseil à l'égalité entre les femmes et les hommes (HCE), n° 2020-02-25 STER 42, <https://www.haut-conseil-egalite.gouv.fr/rapport-2eme-etat-des-lieux-du-sexisme-en-france-combattre-le-sexisme-en-entreprise-dans-les-medias-et-en-politique>.
- Laroche-Joubert Alexia, 2025, « "Les marques de luxe sont partout dans la dernière saison d'Emily in Paris sur Netflix. [...]" [Publication] », LinkedIn, [https://www.linkedin.com/posts/alexia-laroche-joubert\\_les-marques-de-luxe-sont-partout-dans-la-activity-7248946407372386304-U9ig?utm\\_source=share&utm\\_medium=member\\_desktop&rcm=ACoAABos2wMBuFkXZn\\_2A5v6aVWGUJ-QdYwuHUo](https://www.linkedin.com/posts/alexia-laroche-joubert_les-marques-de-luxe-sont-partout-dans-la-activity-7248946407372386304-U9ig?utm_source=share&utm_medium=member_desktop&rcm=ACoAABos2wMBuFkXZn_2A5v6aVWGUJ-QdYwuHUo).
- Mackenzie Lois, 2024 (23 octobre), « This Love Is Blind technique lets you watch like a contestant. Will you find that love is blind after all? », Mashable, <https://mashable.com/article/love-is-blind-challenge>.
- Vilanova Constance, 2022 (27 mai), « Violences sexuelles : une star de la télé-réalité visée par deux plaintes », Mediapart, <https://www.mediapart.fr/journal/france/270522/violences-sexuelles-une-star-de-la-tele-realite-visee-par-deux-plaintes>.