

Les représentations sociales de la vie de bureau à la télévision

Aurélie JEANTET

Sociologue, Université Paris III
aurelie.jeantet@free.fr

Emmanuelle SAVIGNAC

Anthropologue, Université Paris III
emmanuelle.savignac@free.fr

Résumé

A travers l'étude de deux séries télévisuelles grand public que sont *Caméra Café* et *Le Bureau*, sont analysées les représentations sociales du travail, de l'entreprise et de ses acteurs. Un postulat commun gouverne l'entrée dans ces deux séries : la révélation. Nous serait dévoilée la réalité des relations interpersonnelles en milieu professionnel, du management et d'un quotidien bureaucratique habituellement passé sous silence à la télévision (invisible car banal ?). En fait, le travail comme activité s'avère quasi absent car uniquement traité comme toile de fond. Le travail serait-il si difficile à saisir et/ou à représenter à la télévision (car du côté de la pénibilité ou de l'ennui) ? De quoi par conséquent se saisit-on lorsqu'il est question du "monde du travail" ? On assiste à travers ces deux séries à un double processus. D'une part, de déréalisation : par le rire, par le stéréotypage, par l'inversion des rapports de domination, par l'occultation de la dimension émotionnelle. D'autre part, un processus de réplication comme par écho des dynamiques sociales et managériales telles que les mettent à jour les études en sciences sociales. Est bien révélé par le biais du divertissement quelque chose du monde du travail, mais pas forcément ce qui était censé l'être.

Mots-clés : travail, entreprise, séries télévisuelles, représentations sociales, management

Summary

Through the study of two general public TV series : *Caméra Café* and *The Office*, we propose to analyze social representations of work, company and work players.

A shared postulate dominates the entry in these two TV series: revelation. Implicitly, reality of work relationships, of management and daily life in bureaucracy would be revealed to us although it is usually invisible on TV (because trite ?). In fact, in these series, work as activity is almost nonexistent because exclusively presented as a backdrop. Work would be so difficult to present on TV ? Because it would be on heaviness or boredom side ? What is the object of these series when it is question of 'work world'? We may observe a double process: on one hand, making the office being unreal by laugh, by stereotypes, by domination relationship inversion and by an absolute lack of emotions. On the other hand, a process of repetition of social and managerial ways of doing as social sciences researchers may show it. Actually, what is revealed through entertainment is something about work, but not really what should have been.

Keywords: work, company, TV series, social representations, management

Cet article s'inscrit dans une étude plus générale portant sur les représentations sociales du travail et de l'entreprise. Nous nous intéressons, en tant que sociologue et anthropologue, aux façons dont ces objets sont représentés, médiatisés, promus, inculqués, véhiculés... Notre recherche s'appuie par conséquent sur différents types de supports alloués à ces fonctions : médias, communication d'entreprises, discours politique, productions artistiques, supports pédagogiques...

Les représentations sociales ayant pour caractéristique d'être « *forgées dans l'interaction et au contact des discours circulant dans l'espace public* » (Jodelet, 2002), c'est aussi tenter d'établir une typologie de leurs modulations au fil des intervenants, selon les supports et selon les lieux. Nous sommes sensibles aux procédés « d'échoisation » et aux étapes de circulation des représentations sociales, dans l'espace public : d'un champ à l'autre mais aussi d'un contexte culturel à l'autre et ceci d'autant plus qu'elles circulent sur fond de globalisation économique et médiatique : dans ce contexte, qu'est-ce qui se singularise d'un locuteur à l'autre ? A contrario, qu'est-ce qui est répété, d'un média à l'autre, d'un pays à l'autre ?

Il nous semble que saisir les représentations sociales liées au travail, à l'entreprise et aux acteurs qui y évoluent est un des moyens de percevoir le travail **intrinsèquement culturel** de régulation sociale opéré par les discours sur ces deux objets – dans le sens où les représentations permettent « *par la contrainte qu'elles exercent sur les individus le maintien et le respect d'un ordre social* ». (Jodelet, 2002)

Les représentations sociales désignent, selon D. Jodelet (1984) à la suite de S. Moscovici (1984), des représentations qui sont partagées collectivement et qui sont opératoires, c'est-à-dire qui sont actives et ont des effets dans le réel. Contrairement à ce que l'on pense parfois, elles ne relèvent donc pas d'un niveau idéal mais font bien partie de la réalité (Morin, 1986).

Les représentations sociales sont en effet des objets fascinants dans ce qu'elles ont de circulaire, par réitération (certaines sont transversales et traversent différents champs sociaux) et en même temps de spécifique et de singulier au champ qui les produit et les véhicule.

Etudier les représentations sociales du travail et des travailleurs conduit aussi à interroger les stéréotypes professionnels et les préjugés attachés aux métiers et à leurs acteurs. Or, stéréotypes et préjugés sont liés aux représentations. Si les préjugés renvoient à une « attitude négative » (Allport, 1954), ils s'alimentent des stéréotypes, « *théories implicites de personnalité que partage l'ensemble des membres d'un groupe à propos de l'ensemble des membres d'un autre groupe et du sien propre* » (Leyens, 1983), dont le propre est la rigidité, la qualité facilitante sur le plan cognitif en ce qu'ils sont des « raccourcis » de pensée et dont les effets sont ceux de la catégorisation sociale. En ceci les stéréotypes se nouent aux représentations sociales dont

elles rencontrent le principe de « noyau dur » (Abric, 1994) et la fonction : « *les représentations sociales, en tant que systèmes d'interprétation régissant notre relation au monde et aux autres, orientent et organisent les conduites et les communications sociales.* » (Jodelet, 1994).

La question du lien entre représentations sociales et communication sociale mais aussi médiatique est posée. Peuvent être interrogées sur ce dernier terme les propres représentations ou les intentions des concepteurs des programmes que nous allons analyser dans cet article (tout comme des chaînes les diffusant, privées dans les deux cas étudiés – c'est-à-dire elles – mêmes, des entreprises) et leur capacité d'atteinte des publics par les média : « *Dans le cas où intervient la communication médiatique, les effets recherchés sur l'audience vont contribuer de manière différentielle à l'édification des conduites : la diffusion induisant des opinions, la propagation des attitudes et la propagande des stéréotypes.* » (Jodelet, 2006)

Toutefois, certains chercheurs comme Michel-Louis Rouquette (2005) montrent bien que le travail normatif d'organisation des communications sociales par les représentations sociales porte sa part d'ambivalence et s'avère être un processus bien plus complexe qu'il n'y paraît : « *Il y a d'une part la communication sociale comme agent et instrument du contrôle généralisé (...) (avec pour paradigme la propagande) et d'autre part la communication sociale comme subversion, volontaire ou non, de ce contrôle (ayant pour paradigme les rumeurs en tant qu'émergence spontanée et dissidente de l'authenticité vécue).* »

Sommes-nous avec les séries de divertissement dont l'objet est la vie de bureau face à des narrations univoques sur le monde du travail, ses acteurs et les relations sociales qui y ont cours retrouvons-nous cette ambivalence, entre stéréotypes et subversion ? A défaut d'opérer une étude de réception qui nous permettrait d'envisager l'impact des représentations sociales sur les communications sociales au sein des entreprises, notre propos est ici d'interroger la façon dont des séries télévisuelles grands public abordent et rendent compte du monde du travail. En effet, un premier constat peut être que le travail est peu présent à la télévision. Depuis plusieurs années, des chercheurs en cinéma comme Gérard Leblanc (1983) ou en communication comme Thomas Heller (1998), des historiens comme Georges Pessis (1997), des journalistes comme Balbastre et Stechel (1996), ont posé le constat d'une invisibilité du travail en tant que tel à la télévision; c'est-à-dire le travail non seulement en tant que tâche à accomplir mais également en tant qu'activité et action. Pour préciser ces trois termes, nous ferons référence à la distinction très claire posée aujourd'hui par les sociologues du travail et les ergonomes : « *L'ergonomie (...) en est venue à définir la tâche comme étant ce qui est à faire et l'activité comme étant ce qui se fait. On pourrait alors dire que l'action est ce par quoi l'on fait que cela se fait.* » (Ughetto, 2004). Notons qu'il en va différemment de l'objet d'analyse qu'est le travail pour la sociologie classique

qui étudie les « *communautés humaines qui se constituent à l'occasion du travail* ». (Friedmann et Naville, 1961, cités par Ughetto, 2004)

Car parallèlement, on peut noter que vis-à-vis de cette sous-représentation du travail, l'entreprise, elle, bénéficie d'une inflation représentationnelle (films, publicités, séries, journaux télévisés...). Les murs de l'entreprise (bâtiments, tours des grands centres d'affaires, bureaux généralement spacieux et luxueux), ses logotypes, ses dirigeants et encadrants, font partie d'un univers visuel aussi banal que récurrent.

En France, lorsqu'on n'assiste pas à une glorification de l'entreprise moderne et performante, le traitement télévisuel véhicule une image folklorique du travail : foire à l'emploi traditionnel, métiers de l'artisanat ancestraux, singularité culturelle locale... Dans les journaux télévisés, sous couvert de travail, c'est généralement d'emploi et de cadre juridique du travail dont il est question (thématiques du chômage, des plans sociaux, des délocalisations, du temps de travail, des accords salariaux...).

Dans les fictions, comme le note le sociologue Eric Mace (2006), certains métiers sont plus représentés que d'autres : le médecin, le « flic », le juge, l'avocat, l'instituteur... Autant de professions fortement valorisées voire « héroïsées », autonomes et d'action, dont nous est montré uniquement le côté positif, qui portent le scénario et alimentent l'intrigue.

Pour notre part, il nous a semblé intéressant d'étudier par contraste un point aveugle de ces figures : l'anti-héros que semble constituer par excellence le bureaucrate. Beaucoup moins présent à la télévision, il est cependant depuis quelques années au cœur de plusieurs séries, et toutes de divertissement...

Quel monde ces séries prenant pour objet la vie de bureau dépeignent-elles ? De quelles activités professionnelles s'agit-il ? Que dire des personnages et de leurs agissements ? En quoi cela fait-il écho aux situations rencontrées dans la vie active et décrites par les sciences sociales ? De quelles façons le travail peut-il être envisagé comme source de divertissement ? Autant de questions que nous allons aborder au cours d'une analyse comparative des deux séries que sont *Caméra Café* (DVD *La crème de Caméra café*) et *Le Bureau* (saison 1), qui est la version française de la série anglaise *The Office*¹.

D'abord, quelques mots de présentation succincte de ces deux séries humoristiques. *Caméra Café*, la plus connue, production française diffusée depuis 2001 sur M6 aux heures de grande audience, est exportée dans un nombre assez élevé d'autres pays (une quinzaine) : Italie, Canada, Espagne, Suisse, Ukraine... La société en charge de sa distribution a signé en 2008 la vente d'options de la série pour la Turquie, mais aussi l'Indonésie ou le Vietnam.

¹ Pour indication méthodologique, les épisodes et sketches de ces deux séries ont fait l'objet d'une analyse exhaustive et systématique des acteurs du travail y apparaissant, des décors, des interactions, des rapports de genre et de hiérarchie, de l'expression des subjectivités, des fonctions incarnées, de l'activité présentée.

La série *Le Bureau*, produite par la BBC, est quant à elle diffusée aux Etats-Unis et a été localisée pour la France (c'est-à-dire jouée par des acteurs français préservant à l'identique le scénario) et diffusée par Canal+.

La portée internationale de ces deux séries paraît valider la nature transculturelle des représentations que celles-ci véhiculent sur les univers de travail bureaucratique. Personnages types, intérieurs types, zones industrielles types, tenues vestimentaires types... montreraient une possible et troublante homogénéité des représentations de l'entreprise dans différents pays. L'entreprise paraît comme immédiatement perceptible en tant que telle aux quatre coins du monde. Plus qu'à un stéréotype, elle pourrait s'apparenter ainsi à un « non lieu » (Auge, 1992) dans ce qu'elle aurait d'in-identitaire et de global, standardisée, à l'identique, hors des marquages du local et du culturel. Où, en quelque sorte, « jamais chez soi et jamais chez un autre » nous ne manquerions cependant pas de repères.

D'un point de vue formel, *Caméra Café* se présente sous la forme de petits sketches très courts, qui se succèdent à un rythme rapide, tandis que *Le Bureau* est une véritable série, avec des feuilletons qui s'enchaînent en suivant un fil narratif ce qui permet une plus grande profondeur. En France, le succès de la première série est attesté², tandis que la seconde a reçu en 2006 un accueil plus restreint, où Canal + n'a pas réitéré une seconde saison, alors qu'en Angleterre elle a rencontré un franc succès³.

Les deux séries se présentent sur le mode de la révélation. Grâce à elles, on devrait enfin savoir ce qu'est le travail, le monde du travail, la vie en entreprise. Les slogans des bandes-annonces et textes promotionnels des jaquettes des DVD affichent un postulat d'entrée identique : « *L'intimité du monde du travail comme vous ne l'avez jamais vu* »; « *La série qui taille un costard au monde du travail* »; « *Véritable plongée en apnée au cœur d'une PME ordinaire* » qui « *vous révèle les moments les plus palpitants-excitants-ennuyeux-sexy-cauchemardesques-honteux-tendres-ou-cruels du dernier paradis sur terre des temps modernes : la vie en entreprise !* », à propos du Bureau, qualifié de « *faux documentaire hilarant* », et : « *La vie en entreprise vue à travers la machine à café en 20 sketches corsés !!!* », s'agissant de *Caméra Café*.

2 Extrait du site de CALT production (<http://www.robinandco.com/fr/calt/programme.php?ID=2.191>) à propos de la série *Caméra Café*, « diffusée quotidiennement sur M6 de sept. 2001 à déc. 2004, puis de façon hebdomadaire, tous les samedis à 18h depuis mars 2005. *Caméra Café* a été diffusé dans 5 pays (Belgique francophone, Suisse, Yougoslavie, Australie, Russie et compagnies aériennes), adapté dans 11 pays avec le même succès qu'en France (...); une douzaine d'autres pays ayant pris des options sur l'exploitation du format (...). Une adaptation en prime time sur M6, détenant le record d'audience pour un divertissement sur M6 avec 5.5 millions de téléspectateurs »

3 Pour autant, la série a fait l'objet d'une adaptation en 70 épisodes (de 2'30 à 3'30) pour une diffusion chez les trois opérateurs de téléphone: SFR, Bouygues, Orange en accès gratuit pour les abonnés de Canal+ mobile.

L'idée de la révélation n'est pas seulement une figure de style visant à appâter le chaland, c'est aussi un parti pris scénaristique et filmique. Ainsi, *Caméra Café* se réfère directement au principe de la caméra cachée. La caméra est fixe, c'est la machine à café qui nous fait entrer comme spectateur voyeur, dans l'entreprise. Par cette entremise, on nous fait comprendre que l'on va avoir accès à ce qui n'est pas montré habituellement et spontanément, donc à l'envers du décor, aux coulisses, pour reprendre la métaphore théâtrale de Goffman, puisque les scènes se situent dans le couloir où est placée la machine à café, entre les toilettes et l'ascenseur. Ce serait l'inavouable, le caché, le dissimulé dans le travail, qui nous serait ainsi révélé. Dans *Le Bureau*, c'est un autre stratagème qui est mis en place, à savoir la forme du faux reportage, du faux documentaire. Tout se passe comme si une équipe de documentaristes avait pénétré cette petite PME pour y mener une enquête et nous montrait ce qui s'y passe (la caméra à l'épaule renforçant cet effet de réalisme). Là, on est donc au contraire a priori du côté du montrable. D'ailleurs, le manager se met explicitement en scène, lançant parfois des œillades à la caméra, appelant les documentaristes – qu'on ne voit jamais – à témoin. Et l'on assiste même à de faux entretiens où certains personnages centraux, isolés et comme dans un temps suspendu, sont enclins à l'introspection - ce qui rappelle certains dispositifs de la télé-réalité comme le « confessionnal ». L'entreprise est d'ailleurs dépeinte de façon à donner le plus de réalisme possible : les bureaux, vieilliss, dont on voit aussi le bâtiment, les escaliers, la cantine, l'entrepôt, sont très inspirés du réel⁴, l'entreprise a un nom, Cogirep, un logo, elle appartient à un secteur d'activité, la papeterie, et est implantée à Villepinte, elle s'inscrit bien dans le prisme économique contemporain puisqu'elle est en phase de restructuration, et cela va jusqu'au générique de fin où on lit « *Merci au personnel de la Cogirep de nous avoir ouvert ses portes* ».

Nous avons donc à faire dans les deux séries à des variations autour d'un thème commun qui est celui de la révélation d'un monde « insuspecté » : le monde du travail.

C'est donc du côté du banal, de l'« ordinaire », du quotidien que l'on est mené. Nous sommes ici loin des héros mis en scène habituellement dans les séries télévisuelles, que ce soient les « flics » ou autres enquêteurs, les juges ou encore les médecins urgentistes. Pas de profession établie, reconnue, prestigieuse, mais des bureaucrates de différents niveaux hiérarchiques. On pourrait faire un lien entre cette proposition et la posture de la sociologie interactionniste dont le parti pris est de regarder le travail quotidien « des agents de base » et en particulier les activités peu prestigieuses, rompant avec la sociologie fonctionnaliste qui prenait comme modèle d'analyse la profession

4 Tout spectateur reconnaît aisément les attributs classiques des espaces professionnels, comme si l'entreprise était finalement un « non-lieu » (Auge, 1992), d'un anonymat familier : faux plafonds posés par dalles et éclairages crus aux néons, plantes vertes, fontaine, tableaux-plannings, dalles de moquette grise, photocopieuses, meubles métalliques, couleurs uniformément grises, parois amovibles et bureaux en open space.

médicale. Par l'étude des métiers situés en bas de l'échelle sociale, on aurait la garantie que son regard ne serait pas brouillé par l'image positive que certaines professions parviennent habilement à donner d'elles-mêmes, par la façade, la rhétorique professionnelle, qui opèrerait comme un voile empêchant la connaissance (Hughes, 1996). Là aussi, il s'agit de lever le voile platonicien des apparences trompeuses, et même de régler des comptes (tailler un costard ») avec le monde du travail, de pénétrer dans ses profondeurs voire dans son « intimité ».

La question demeure cependant de savoir pourquoi ce monde du travail reste à être dévoilé. Comment expliquer en effet que nous, spectateurs, qui travaillons ou avons travaillé pour la très grande majorité d'entre nous, ignorions ce qu'est ce monde ? Que nous reste-t-il à découvrir que nous ne connaissions déjà par nous-mêmes ou par nos proches ? Ce paradoxe entre révélation et quotidienneté peut s'expliquer par le fait qu'en tant qu'acteurs de l'entreprise, que l'on soit employé ou cadre, standardiste ou manager, notre vision de l'entreprise reste tributaire de la place qu'on y occupe. La vision qui nous sera donnée là, par le trou de la serrure ou en surplomb par le biais du style documentaire, devrait alors nous montrer tout ce qui nous est caché, des états d'âmes et singularités névrotiques jusqu'aux stratagèmes, manigances et trahisons. Il s'agit d'aller au-delà des apparences de consensus et d'ordre, pour *Caméra Café*, dont le décor est d'ailleurs très lisse, rangé, propre, aseptisé⁵, pour explorer l'« intimité » (ce qui se réfère aux relations entre les personnages), afin de discerner, sans complaisance, les mesquineries des petits employés de bureau et leurs stratégies d'acteurs égoïstes, que ce soit pour satisfaire leur paresse, leur désir d'emprise ou leurs appétits sexuels. Dans *Le Bureau*, il s'agit plutôt d'aller au-delà des beaux discours du manager, qui en est le personnage central, pour constater, de même, ses contradictions, ses manoeuvres, son narcissisme.

L'idée sous-jacente est que, y compris en tant que travailleurs, nous serions trompés par le discours que l'entreprise porte sur elle-même et manipulés par nos collègues, chefs et subordonnés, le plus souvent à notre insu. Chacun en prend donc pour son grade, que ce soit surtout les petits employés dans *Caméra Café* ou principalement le manager dans *Le Bureau*, et personne n'est épargné. C'est donc un monde du travail très peu recommandable, piteux et violent, qui nous est révélé dans ces deux séries. Il nous reste maintenant à examiner plus précisément ce qui est dit du monde du travail (1^e partie) puis nous nous intéresserons au rapport qu'entretiennent ces séries avec le monde du travail tel que le décrivent les chercheurs en sciences sociales (2^e partie).

5 Décor pimpant et neuf gris et jaune, comportant les éléments matériels typiques que sont les néons, les dalles de moquettes et de faux plafond, la fontaine à eau, la photocopieuse, l'horloge, les plantes vertes...

Le travail en toile de fond : révéler le banal

Le monde du travail tel qu'il est dépeint est l'univers de bureau dans sa banalité la plus criante. Le secteur d'activité du *Bureau* est celui de la papeterie, qui diffère peu de celui de *Caméra Café*, dont on apprend de manière tout à fait anecdotique que l'entreprise vend et répare des photocopieuses. Dans un cas comme dans l'autre, le travail produit des instruments de travail, des outils et des supports pour travailler, comme si le travail ne faisait qu'alimenter et servir le travail, dans une relation circulaire et absurde. Cette mise en abîme du travail nous plonge en pleine bureaucratie kafkaïenne, au royaume de la paperasserie. Ce « paradis sur terre des temps modernes » est composé d'employés et de cadres. Leur fonction est toujours clairement repérable : la secrétaire, le comptable, le commercial, le-la directeur-trice, la standardiste, le responsable des achats, la stagiaire, l'intérimaire, le formateur... autant de types signant lexicalement un univers professionnel banal. Pas d'excentricité (nul designer ou ergonomiste), mais des métiers traditionnels et des statuts communs. Ces fonctions ne sont pas accessoires : si l'on ne connaît pas toujours les noms des personnages, on connaît par contre toujours leur fonction. Ces désignations vont donc jusqu'à définir les personnages : elles ont un caractère identitaire. Car ce sont bien évidemment des types, très stéréotypés (le commercial est inculte, la directrice est sexy et castratrice, etc.). Les vêtements sont là encore sans excentricité⁶, c'est le banal vestimentaire de l'entreprise : costumes ou chemises cravates pour les hommes, jupes ou tailleurs pour les femmes.

Mais que font donc les acteurs de ces deux entreprises ? De manière frappante, nous allons voir qu'en fait le travail, en tant qu'activité, est quasi-absent. On ne voit pas ou très peu les personnages travailler dans le sens d'une activité de production dans ses dimensions de coopération, d'épreuve du réel, y compris temporel (répétition, échecs, correction) et de mise en jeu de sa subjectivité (engagement de sa personne dans le travail avec toute l'ambivalence qui y est inhérente). Il est question du travail, mais comme toile de fond.

Les personnages travaillent un peu mais pas trop. Les protagonistes de chaque série (les employés de *Caméra Café*, le manager du Bureau) sont, il est vrai, très paresseux. Le freinage au travail constitue même, de façon attendue, un mobile fréquent aux petites stratégies des employés de *Caméra Café* et un motif récurrent à plaisanterie. Les deux héros de *Caméra Café* sont pour l'un délégué syndical, revendiquant le fait de ne surtout pas se faire "emmerder", et pour l'autre un commercial qui cherche tous les moyens pour s'absenter : cherchant ensemble une ruse pour pouvoir se rendre au salon du camping car, il fait passer son copain pour un client qui l'appelle au téléphone pour une

6 A l'exception de l'homosexuel aux couleurs vives de *Caméra Café* et de la femme de ménage noire en boubou du *Bureau*. Il est frappant de noter le marquage des corps et la sur-singularisation qui sont ainsi opérés des minorités ethniques et sexuelles (ce sont l'unique homosexuel et l'unique personne de peau noire des deux séries).

demande de maintenance afin de pouvoir quitter son poste en toute légalité; à d'autres moments, sa chef lui reproche ses mensonges répétés pour justifier ses absences (« *vous avez enterré dix fois votre tante, trois fois votre père, etc* »). Dans *Le Bureau*, on rencontre la même caricature au niveau des ouvriers de l'entrepôt, des tire-au-flanc, passant leur temps à visionner des films téléchargés sur le net, et demandant cependant le recrutement d'une personne supplémentaire. Quant au manager, personnage central de la série, il travaille peu et mal. Ce qui fait rire, comme par un effet de renversement, c'est sa paresse et son absence de professionnalisme confrontées à l'activité constante de ses employés. Les employés de bureau, se distinguant nettement des ouvriers, ne sont pas zélés pour autant : ils travaillent dans le silence et la lenteur, s'économisant. Mais les employés travaillent continûment sans qu'il soit besoin de les y contraindre. C'est le manager qui les interrompt à maintes reprises pour leur lancer des plaisanteries ou leur raconter des choses futiles comme ses virées en boîte de nuit.

De manière générale, le travail est traité comme un décor. Dans le bureau, le travail est uniforme, sans jamais aucune accélération ni précipitation, sans heurt ni conflit, sans qu'on entende parfois se détacher un ton plus élevé qu'un autre, comme dans une sorte d'abstraction du travail paradoxale avec l'effet très réaliste recherché par la série. Les employés travaillent sans qu'il soit besoin de prescriptions. Autonomes, ils savent ce qu'ils ont à faire et travaillent presque mécaniquement, en silence, sans passion, lentement, mais continûment. On les voit travailler en toile de fond : déplacements dans l'open space, en conversation au téléphone, à la photocopieuse, saisir sur ordinateur, en coopération l'un penché au-dessus de l'épaule d'un autre, en train de ranger ou de chercher des dossiers (agenouillés devant une armoire métallique, en position de prière...) comme dans un ballet ou une mécanique bien huilée. On voit un peu plus dans le détail le travail de Laetitia qui accomplit des tâches classiques de secrétaire standardiste, lorsqu'elle ne passe pas du temps à discuter et à flirter avec Paul : elle répond au téléphone, prend des notes lors des réunions, reçoit et présente les visiteurs, réceptionne et ventile le courrier. Globalement, les employés n'ont pas d'intérêt pour ce qu'ils font, entretenant avec le travail un rapport strictement alimentaire. La plupart fantasment sur l'idée de quitter leur poste mais craignent en même temps de perdre leur emploi lorsqu'il est question de licenciements. Ils sont ternes, lents, apathiques, infantilisés par leur directeur, attentistes et surtout soumis, au contraire de *Caméra Café* où les employés sont stratèges et manipulateurs.

C'est ainsi que dans la première saison de *Caméra Café*, les scènes qui montrent le travail se font encore plus rares : une erreur de comptabilité se manifeste par un virement trop important de la paye du commercial sur son compte bancaire. Cette erreur vient à être connue par ses effets et par l'inquiétude du comptable qui craint en être l'auteur alors que c'est finalement la banque qui se trouve fautive, à son grand soulagement. C'est ainsi la pression dans le travail, la peur d'être en faute, le zéro défaut, qui est montré. Un livreur

vient déposer le courrier et permet, en s'absentant, à Jean-Claude, le commercial peu scrupuleux, d'ouvrir une lettre destinée à sa supérieure. Enfin, on voit la secrétaire, Maeva, avec son appareil photo dans les mains car elle vient, précise-t-elle, de prendre des clichés durant un séminaire. L'appareil photo est momentanément substitué par les deux compères qui vont aux toilettes se photographier le sexe pour lui faire une blague. Dans les trois cas, ce sont les conséquences d'une erreur qui servent de prétexte à des quiproquos et à des plaisanteries. Enfin, une stagiaire est introduite dans le service et Jean-Claude et Hervé se disputent, devant elle, pour savoir qui la prendra dans son service. La stagiaire, dont tout le monde se figurait qu'elle était jeune, passe de la personne convoitée à la personne rejetée lorsqu'on découvre qu'elle a plus de 50 ans. Finalement, il n'est question de travail que dans très peu de scènes. Ce sont surtout les à côté du travail qui sont évoqués : mensonge et vol, violence et manipulation, agressivité et grossièreté, sexualité, drague et adultère, fêtes et alcool, fait d'être ou non cultivé (qui se révèle être un enjeu majeur), argent et loisirs. C'est donc surtout le hors-travail qui est évoqué alors même que ce hors-travail est dépeint comme très pauvre et limité et alors même que les séries nous montrent l'une comme l'autre l'impossibilité de sortir du monde du travail. On a en effet dans les deux cas une unité de temps et de lieu qui cloisonnent les personnages comme les téléspectateurs dans un univers fermé, carcéral, ce qui crée une impression de claustrophobie⁷. Le monde du travail est comme une prison dont ne sort pas qui veut : que ce soit par la contrainte d'un chef ou par l'échec à trouver une voie qui nous corresponde mieux ailleurs, on n'y échappe pas.

Il n'y a que les responsables qui s'investissent, d'une façon ou d'une autre, dans leur fonction et c'est donc le travail de management qui est le plus visible. Dans *Caméra Café*, c'est Carole, la chef castratrice, affublée d'André, son homme de main - agent de la sécurité à l'allure de garde du corps, qui passe son temps à crier (« *Je vais me le faire !* »), frapper, tenter de coincer ses subordonnés, à la manière d'un cartoon de Tex Avery où des chats courent après des souris. Les rapports salariaux ne sont pas « euphémisés », la violence étant même totalement banalisée. Dans *Le Bureau*, le travail de management est plus central. On voit Juliette, la « big boss », mener les réunions avec Gilles, le manager, de manière claire, droite, directe, frontale, autoritaire, pouvant être menaçante lorsqu'elle le juge utile (« *Visiblement, tu n'as pas les couilles de faire ton job* », « *Je suis ta boss, je suis là pour t'aider si tu n'as pas les épaules pour le faire* »), mais sachant aussi se montrer compréhensive (« *Ca va être dur, pour toi [de licencier – NDLR], tu es attaché à ton équipe* »). Bien que paresseux et se définissant comme un animateur, un humoriste, un meneur d'ambiance, il arrive parfois aussi à Gilles de travailler. En réunion avec Juliette, il essaie de négocier avec les injonctions qui lui sont faites, généralement à l'affect et à la

⁷ Dans les deux séries, les lieux et les temps sont ceux du bureau. Nulle vie extérieure à celle professionnelle n'est montrée (hormis une scène entre collègues en boîte de nuit dans *Le Bureau*).

séduction (« *Licencier... Tu sais que je n'aime pas ça... C'est toujours une tragédie...* », répond-il avec un sourire de minauderie à Juliette qui lui demande de réduire ses effectifs). A un autre moment, il tente piteusement de lui donner l'assurance de ses capacités pour obtenir une promotion. On le voit également sévir avec son personnel lorsqu'il estime que l'un ou l'autre a dépassé les bornes, brandissant la menace et la sanction (faire sortir physiquement d'une réunion un employé qui s'est permis une mauvaise blague alors que lui-même ne cesse d'en faire, menacer de licenciement). Il essaie d'être proche de ses employés (« Parle, vide ton sac », dit-il à Paul qu'il convoque dans la salle de réunion avant de se fâcher contre lui et de l'insulter), ou esquive leurs demandes d'informations par une fin de non-recevoir. On assiste aussi à des scènes typiques de management : une séance de formation, où il s'évertue à garder la vedette dans un rapport de rivalité avec le formateur, et une séance de recrutement, où il exerce sa sélection de manière discriminante, choisissant comme secrétaire une femme qu'il tente de séduire plutôt qu'un candidat masculin qu'il expédie de manière grossière. Il tient un discours de transgression par rapport aux règles (« *Vas te faire foutre avec tes ordres !* »), exprime un hiatus entre siège et terrain (« *elle est peinarde, elle !* ») mais se montre lâche lorsqu'il est confronté à sa supérieure et n'assume pas son rôle d'intermédiaire entre directives et réalités du terrain, ce travail d'organisation et de re-normalisation du prescrit. Le responsable est en fait un narcissique irresponsable abusant de sa position de pouvoir sur les autres.

Quant à Joël, l'adjoint, il travaille de façon très investie, en tant que second et homme de main de Gilles. D'ailleurs, à son instar, le travail est sa vie et il ne semble pas avoir de vie hors-travail. Mais comme il est psychologiquement malade (obsessionnel, maniaque, passionné d'armée et d'actions militaires), et comme, du fait d'un chef défaillant, il dispose d'une large latitude, il se réapproprie le travail à ses propres fins. On assiste ainsi à de véritables interrogatoires en vue de débusquer l'employé coupable d'un montage photo ridiculisant le chef, à une séance de soit disant formation CHST qui s'apparente à du harcèlement sexuel à l'encontre de la jeune et jolie nouvelle recrue, et à une proposition d'enquête afin de découvrir qui sort avec la protégée du chef. A travers Joël, le travail est montré comme un espace où les pervers peuvent se réaliser, trouver un mode d'expression et de libération de pulsions. D'ailleurs, la seule scène qui montre une activité réalisée discutée et évaluée par des tiers est l'interrogatoire qu'il organise. Cette activité est critiquée comme illégitime par Paul et Laetitia lorsque ceux-ci y sont soumis. Et en amont, ils montrent à la caméra des pancartes que Joël a imprimées pour les afficher sur la porte de la salle de réunion qu'il essaie de s'approprier comme bureau. Sont donc montrés et moqués des essais d'intitulés qui correspondent à une phase d'installation et de définition d'une nouvelle activité, qui procède par tâtonnements, essais et erreurs. On a donc ici et exceptionnellement accès à une activité, et cet accès s'effectue par le biais de ses productions écrites, comme si le travail en train de se faire était trop difficile à saisir.

Ce constat d'une difficulté à saisir le travail par la télévision est en effet ancien. Leblanc (1983), Heller (1998) ou encore Balbastre et Stechel (1996) ont également pointé cette absence et cette difficulté. La principale explication évoquée résiderait dans l'opposition structurelle entre travail et loisirs, comme si le travail, du côté de la contrainte, de l'ennui et de la pénibilité, ne serait pas télégénique parce qu'impropre à nous divertir. Plus, les programmes seraient conçus non seulement comme si le travail n'existait pas mais pour faire oublier qu'il existe. Comme le dit Heller, « *c'est là le grand paradoxe de l'audiovisuel : il montre le travail sans le montrer : il montre des hommes et des femmes au travail, mais ne montre par le Travail* ». Avec *Caméra Café* et *Le Bureau*, si le monde du travail est devenu un objet possible à la télévision, c'est justement par le biais du divertissement et en évacuant encore une fois le travail réel (activité et conditions de travail). Si on voit que travail et divertissement peuvent donc, dans une certaine mesure, coïncider, il faut continuer à voir sous quelles conditions en regardant plus attentivement ce qui nous est montré dans ces deux séries du monde du travail, où elles sont par contre beaucoup plus prolixes. Quel reflet est-il donné de la vie professionnelle ? Les styles de management décrits sont-ils crédibles ? Comment sont mis en scène les rapports sociaux qui structurent ce monde ? C'est donc maintenant ce monde professionnel tel qu'il est montré qui va être analysé en rapport avec ses visages tels qu'ils sont dépeints par les chercheurs en sciences sociales.

Les relations professionnelles au vitriol : révéler l'illicite

Nous l'avons souligné, l'employé, le bureaucrate sont rarement érigés en personnages centraux de fictions d'autant plus si elles sont statiques, sur décors immobiles de moquette grise et d'armoires métalliques. Ils seraient en quelque sorte les « irreprésentables » car les anti-héros de la fiction. Cela suffirait-il pour autant au postulat de la révélation ?

"L'intimité" révélée du monde du travail pourrait bien renvoyer au fait que ce qui est habituellement et par définition occulté et tu, car ayant lieu à notre insu en milieu professionnel – trahison, hypocrisie, manipulation, mensonge, coups bas, concurrence, concupiscence – trouverait ici sa forme d'expression. Une entreprise "décomplexée" en quelque sorte, dont la réalité ne serait exprimable que par le recours à la fiction, genre permettant de transgresser non-dits et conventions d'autant plus s'il est "de divertissement". Les utopies du couloir-coulisse anonyme et aseptisé de *Caméra Café* et du faux documentaire assumé sont les biais par lesquels peut s'effectuer la représentation d'un irreprésentable du monde professionnel *signifié comme tel*. Ici on ne cherche pas à nous "faire croire", le documentaire est d'emblée présenté comme ne pouvant exister dans les termes qui sont les siens. Ce qu'il représente ne pourrait l'être dans un « vrai » documentaire. Pour autant ce qu'il montre relèverait du genre documentaire dans le sens du dévoilement opéré.

Ce faisant, la machinerie représentationnelle est activée et nous pouvons interroger le rapport, non plus cette fois formel mais de fond, que les deux séries entretiennent dans leur propos avec le réel. En quoi cela parle-t-il au téléspectateur ? A quoi cela fait-il référence de ce que nous connaissons de "la vie en entreprise" ?

Concernant les personnages, le mode de représentation utilisé s'assimile à la caricature, celle-ci coïncidant peu ou prou avec des stéréotypes professionnels portant sur les fonctions occupées. C'est le cas dans les deux séries mais cela apparaît plus nettement encore dans *Caméra Café* : le commercial agressif, ringard, inculte et vulgaire (Jean-Claude); le syndicaliste fainéant (Hervé); la cadre supérieure bourgeoise, sexy et dominatrice (Carole); la secrétaire idiote et poète (Maéva); le comptable effacé et coincé (Sylvain); le patron catholique et bourgeois épris de scoutisme et de références militaires (Jean-Yves); le vigile-surveillant homme de main de la direction brutal et sadique (André)...

Dans ce premier cas, le format court du sketch pourrait expliquer le recours au trait appuyé et au raccourci de caractérisation offert par le traitement caricatural. Cependant, les personnages du *Bureau* dont les épisodes sont plus longs et permettraient de fouiller les psychologies, présentent eux aussi plusieurs traits caricaturaux et pour partie redondants : la standardiste, jolie, jeune et ambiguë (Laetitia); l'adjoint au directeur en homme de main pervers, obsédé de surcroît par les activités paramilitaires (Joël); la cadre supérieure bourgeoise, sexy et castratrice (Juliette); le commercial agressif et vulgaire (Didier Leguélec); la femme de ménage noire en boubou (Fatou); le groupe des comptables effacés et silencieux; le jeune cadre fraîchement diplômé sympathique et ambitieux (Paul); le formateur universitaire, intellectuel chauve et barbu; le manager à l'affect, "jeuniste", manipulateur et faussement amical (Gilles)...

Ici, pour les personnages/fonctions types, le degré de réalité ne tient ostensiblement pas à la tentative d'une figuration réaliste des protagonistes. Ce qui serait restitué en revanche serait les représentations sociales inhérentes à certaines fonctions, représentations qui seraient en elles-mêmes figuratives de rapports sociaux existants (Mace, 2006) au sein de l'entreprise. Serait présenté ici *un implicite* du regard porté sur les fonctions, les femmes, les niveaux hiérarchiques. Il y aurait par conséquent *distorsion* du réel à des fins d'expression du non-dit du "monde du travail", que ce non-dit concerne les modes de pensée (sur la secrétaire, sur le commercial... conjuguant métiers et genre à travers la division sexuelle du travail) comme les rapports interpersonnels. Ces derniers, tels que présentés par les deux séries : harcèlement, drague, violence, concurrence, trahison, sexisme, discrimination... sont révélés de facto par outrance, du fait qu'ils ne peuvent être que conventionnellement tus sur les lieux du travail quand ils se produisent.

Un autre élément pouvant contribuer au réalisme soutenant l'argument de la "révélation" des séries, est propre au *Bureau*. Il tient dans la représentation qui est faite du management et de ses modalités contemporaines : management à l'affect, rôle motivationnel du chef et discours patronal du bonheur au travail⁸. Le personnage de Gilles Triquet, directeur de filiale de la *Cogirep*, peut-être vu comme l'incarnation ironique du manager contemporain. "Patron pote" parlant le langage de la "grande famille" qu'est l'entreprise, le personnage de Gilles Triquet centralise, déforme et triture ce qui nous est présenté d'emblée comme une évidence et par sa bouche puisqu'il pense l'incarner : ce que serait un "bon patron" ou un manager idéal.

Un bon patron se définit pour lui par différentes qualités :

- un bon patron est soucieux du bien-être de ses employés, or Gilles Triquet ne prête aucune attention à son assistante qui fond bruyamment en larmes à côté de lui;

- il est à l'écoute, disponible, ce qu'il signifie en assurant qu' *"ils [ses employés] savent qu'ils peuvent tomber sur ma messagerie 24h/24"*;

- c'est un animateur garant de *"l'ambiance d'enfer"* qui assure motivation et implication de ses salariés : *"je crois que j'ai réussi à créer une atmosphère où je suis un pote"*. En guise de bonne ambiance, Gilles Triquet impose fêtes et beuveries qui ont pour but de combler la vacuité familiale et sentimentale de son existence et de servir de tremplin à sa réalisation narcissique;

- il place l'humain et les principes de confiance (*"blind trust"*) au cœur de la réussite de l'entreprise : *"ce qui est le plus important, c'est les personnes, l'investissement dans les personnes"* versus Gilles Triquet accepte le principe du licenciement collectif de ses collaborateurs pour pouvoir être promu;

- il est tolérant, ouvert, prônant l'égalité, l'entraide, ce qui lui fait dire : *« si quelqu'un lave le sol et a besoin d'aide, je vais l'aider, frotter »* avant de corriger : *« ... enfin c'est une image ! »*. Par ailleurs, il ne manque pas de prononcer des propos racistes comme sexistes.

- un bon patron pratique l'abnégation de soi pour le bien-être du groupe : *"Gagner ensemble. Il n'y a pas de place pour les ego"* versus *"je ne fais pas ça pour qu'ils me disent merci. Je le fais pour qu'ils disent : c'était un sacré bonhomme, faudrait peut-être que je lui dise merci"*.

...soit le passeur vers ce *"dernier PARADIS SUR TERRE DES TEMPS MODERNES : LA VIE EN ENTREPRISE"* que nous vante, capitales à l'appui, la jaquette du DVD.

En ceci, Gilles Triquet serait une incarnation du recyclage par le patronat de la "critique artiste" née de 1968 et rejetant paternalisme, autoritarisme,

⁸ Le MEDEF consacrant par exemple à cette thématique un atelier lors de son université d'été 2005.

horaires imposés, tâches prescrites... (Boltanski et Chiapello, 1999). Gilles Triquet n'organise pas le travail, il anime des équipes dont les acteurs sont autonomes. Il tient des discours de coopération plus que d'autorité. Son discours prône l'authenticité des rapports en milieu professionnel. Et il porte les principes égalitaristes et la liberté de transgression du cadre traditionnel du travail : *"je dis fuck le règlement"*.

Le Bureau, ce faisant, s'avère être un exercice de déconstruction au vitriol des discours de management contemporains auxquels "il taille un costard" en effet. Car les propos de Gilles Triquet ne masquent pas ses agissements qui viennent annuler consciencieusement, et une par une, chacune de ses affirmations managériales. En guise d'animation, on observe une arène narcissique du chef et un détournement des principes de bonne ambiance à des fins personnelles. En guise de coopération et aplatissage des lignes hiérarchiques, il réaffirme, règles implicites obligent, son ascendant dès que son leadership lui apparaît discuté et écrase de sa logorrhée ses collaborateurs. Le copinage et les discours affectifs laissent place à un brutal "pas de tendresse dans le business" quand sa promotion passe par la liquidation de sa structure...

La peluche du casimir fichée en haut du porte manteau (héros de *L'île aux enfants*, le *"pays joyeux des enfants heureux, des monstres gentils, oui c'est un paradis"*) intervient par contraste dans un environnement bureaucratique terne, parcouru par l'angoisse de la restructuration, peuplé de salariés en grande partie déprimés et rêvant d'une autre vie (*"C'est chiant. Je voulais être chanteur"*) où la seule affiche décorative est celle d'un homme plongeant dans le vide à qui un graffiti fait dire *"au secours !"*.

Le jeu managérial et social proposé par l'entreprise serait donc un leurre, à l'image du « Trivial poursuit », jeu à première vue bon enfant organisé par Gilles Triquet où en fait tous les coups sont permis pour gagner; ou encore à l'image de la séance de formation où, sous couvert de discours de liberté d'expression (« *Quel est ton rêve absolu ?* »), les propos à tenir sont en réalité étroitement balisés.

L'authenticité, de bout en bout, est le champ aveugle de la série en contrepoint de l'illicite qui semble en constituer le propos central. De fait, le postulat réaliste de la fiction, sa "révélation", pourrait tenir à la dénonciation des rapports "vrais" et positifs qui, dans l'entreprise, seraient impossibles, seraient une mise en scène. Tel le résumerait le personnage de Gilles parlant de son rôle de patron : *"Leur faire croire que tout est possible"*.

Un autre « possible » du discours du manager, soit un impossible de « la vie en entreprise » selon la série, serait la dimension d'affect des relations dirigeant-employés, très en vogue dans les pratiques contemporaines (Aries, 2002). Fêtes entre collègues, virées et beuveries collectives en boîte, drague, constituent un idéal de connivence pour Gilles Triquet. Ici, la confusion vie personnelle – vie professionnelle bat son plein : le patron est « le pote ». Son

argument managérial est que le travail est un loisir et il prend, de fait, comme une injure personnelle l'absence de motivation de ses collaborateurs (l'un des comptables qui avoue que son travail est pour lui alimentaire et Paul qui souhaite quitter l'entreprise). A l'inverse, ses employés, hypocritement silencieux face aux débordements de leur chef même s'ils n'en pensent pas moins, se lâchent quand les rapports de hiérarchie et d'exploitation deviennent clairs tout comme le fait que leur patron les sacrifie à ses ambitions personnelles. Le patron « pote » devient alors « *un connard* », « *une merde* », « *un minable* » – « *du balai, tout est fini, au revoir la petite famille* »... pour finalement mieux faire la fête avec lui quand ses plans échouent et que la filiale de la Cogirep survit.

Les salariés dépeints sont infantiles, opportunistes : ils se soumettent au diktat de la fête, rient du patron derrière son dos, mais ne s'organisent pas collectivement, ne se syndiquent pas, ne protestent jamais ouvertement, hormis un senior voué par Gilles à la première charrette.

Le dévouement des plus fidèles comme Joël, à qui Gilles annonce qu'il devra partir, est récompensé de la manière la plus chiche : une perforatrice offerte en guise de don personnel - cadeau pour lequel on se doit de remercier en un jeu polysémique autour du « remerciement ».

Caméra Café est sur ce point concordant : la sympathie a ses limites et on se trahira même entre amis dès qu'il y a enjeu (Hervé fait ainsi porter à son bon copain Jean-Claude la responsabilité de l'accident de voiture qu'il a eu avec leur supérieure hiérarchique). Les propos amicaux entre collègues auront pour but d'instrumentaliser l'autre à l'image de Jean-Claude sympathisant avec Sylvain pour le plus grand malheur de celui-ci qui se fera tabasser à sa place. Plus encore, les figures coopératives sont les personnages les plus faibles et du même coup des victimes potentielles (Sylvain, Maeva ou la stagiaire Annie Touchard).

Ce que la caméra cachée dans la machine à café donne à voir des rapports hiérarchiques est sans ambiguïté, au contraire du *Bureau*. Les rapports de hiérarchie sont dans *Caméra Café* directement ceux du contrôle et d'une autorité castratrice (Carole) ou d'une délégation à ses subalternes pour pouvoir partir plus tôt (Jean-Yves). Pour *Le Bureau*, cette révélation se fait en deux temps : le temps du discours managérial, le temps des actions du manager.

Dans les deux cas, le collectif est une dimension absente, à l'image de la critique portée par les psychologues et les sociologues du travail sur les organisations contemporaines (Clot, 2002; Dejours, 200; Linhart, 2002). Pas ou peu de coopération, de la concurrence, des coups bas et un grand déficit de solidarité y compris face aux risques de licenciement collectif. La caméra, en se focalisant sur les individus, leurs pratiques et leurs relations, à défaut de la question même du travail et de ce qu'est travailler, intervient en renfort de la thèse. Les individus sont seuls face à leurs tâches et à leurs collègues dans un univers aux accoutrements hédonistes et égotistes. De plus, à aucun moment

des deux séries l'organisation n'est montrée. Nous ne voyons qu'une somme d'acteurs, autonomes, « entrepreneurs d'eux-mêmes » en toute situation. La structure de l'entreprise se résume à ses composants mobiliers, réduits au degré zéro de l'expression d'une identité d'entreprise par leur surcodage (éléments mobiliers professionnels types). Nulle stratégie, nulle coordination, nulle organisation du travail, aucune régulation.

A leur insu ces séries révéleraient en effet un « réel » de l'entreprise souligné aujourd'hui par les sciences sociales : individualisme et fin des collectifs, responsabilisation des acteurs et déresponsabilisation des dirigeants, brouillage managérial entre sphères professionnelle et personnelle, psychologisation des rapports en milieu de travail, critique du recyclage de la critique artiste par le patronat.

Mais le propos du dévoilement n'est pas toujours celui de la dénonciation de pratiques illicites voire de la violence des situations professionnelles. Car les personnages les plus actifs dans la nuisance à autrui, s'ils peuvent être pointés par le rire, sont scénaristiquement également ceux par lesquels le spectateur peut rire. Fourbes, secoués de pulsions sexuelles et d'emprise, ils ne se résument pas à être l'objet de la satire; ils sont aussi les conducteurs ambigus d'un rire illicite et cette fois-ci non distancié sur les femmes (« *mi-putes mi-soumises* », « *porn star* »), sur les salariés âgés (à l'adresse de ses salariés, stigmatisant le plus âgé : « *toi tu ne seras pas viré, toi tu ne seras pas viré, toi... (moment d'hésitation) tu vois !* »), sur les pratiques de harcèlement ou de violence interpersonnelle (le coup de boule de Joël à la secrétaire, le passage à tabac de Sylvain)... L'ambivalence de ces séries serait à l'image de Paul, du Bureau, dont on nous fait part du regard critique sur son environnement de travail et qui, à la fin, au lieu de quitter un travail et une entreprise qui l'ennuient et qu'il trouve médiocres, restera par opportunité de promotion. Par un effet de renversement, dans une entreprise réconciliée momentanément par le retour du patron prodigue (qui ne trahit pas... faute de le pouvoir), Paul accepte ce qu'il présentait avant comme l'inacceptable: rester et faire carrière à la *Cogirep*. La fête célébrant la fin de la saison 1, seule saison à ce jour diffusée en France, signe le principe de soumission librement consentie (La Boetie, 1576; Beauvois et Joule, 1999) de salariés renonçant à leurs aspirations propres, où les ennemis d'hier deviennent fréquentables, et les compromis momentanés des acceptations assumées. L'oubli serait le mot d'ordre de cette "fin", oubli de ce à quoi on renonce, du temps qui passe, de l'impossible authenticité des rapports humains sur le lieu de travail.

Par contraste avec les productions cinématographiques contemporaines sur le travail⁹ qui font souvent une large place à l'émotion que suscite la dureté

9 Nous pensons à « Sauf le respect que je vous dois » (Godet, 2006), « Ressources humaines » (Cantet, 2000), « Violence des échanges en milieu tempéré » (Moutout, 2004) et à des documentaires comme « J'ai très mal au travail » (Carré, 2007), « Ils ne mourraient pas tous mais tous étaient frappés » (Bruneau et Roudil, 2006)...

des rapports professionnels, *Le Bureau* et *Caméra Café* affichent un silence émotionnel tout à fait singulier. L'ensemble des éléments que ces séries sont censées dénoncer (cet illicite de la révélation « corsée ») sont déréalisés par le rire. Les personnages sont « harrassables » et « maltraitables » à l'envi, ce que permettent les traits outrés de leur représentation qui les transforme en caricatures, soit des ersatz fictionnels auxquels on pourrait tout infliger. Par conséquent, le public est ainsi « protégé » de l'empathie et des effets qu'aurait un traitement émotionnel des situations décrites. Le divertissement peut bien avoir lieu.

Mais que génère ce postulat du « on peut rire de tout » ? Outre le brouillage entre ce que l'on dénonce et les situations cautionnées car censées être « drôles » pour le public ? Que cela autorise-t-il voire banalise-t-il des situations de travail où des actions similaires, moins « euphémisées », ont cours ? Là est toute l'ambiguïté de ces fictions et de leur rapport à ce « paradis sur terre des temps modernes » qu'est l'entreprise, rejoignant en ceci l'ambivalence au fondement du travail : entre plaisir et souffrance, accomplissement et aliénation.

Bibliographie

- Abric, J.-C. (1994) *Pratiques sociales et représentations*, PUF, Paris.
- Allport, G. W. (1954) *The nature of prejudice*, New York: Doubleday Books.
- Aries, (2002) *Le Harcèlement moral ou le nouveau management*, Golias, Villeurbanne.
- Auge, M. (1992) *Non-lieux*, Seuil, Paris.
- Balbastre, G., Stechel, J. (1996) "Le monde du travail, interdit de télévision. Un grand continent englouti par les ondes », *Le Monde Diplomatique*, pp. 6-7, Juin.
- Beauvois, J.L., Joule, R.V. (1999) *La Soumission librement consentie*, PUF, Paris.
- Boltanski, L., Chiapello, E. (1999) *Le Nouvel esprit du capitalisme*, Gallimard, Paris.
- Clot, Y. (2002) « Cliniques du travail et psychopathologie du travail », *Cliniques méditerranéennes*, 66, Erès, Ramonville Saint-Agne.
- Dejours, C. (2000) *Souffrance en France*, Points, Paris.
- Friedmann, G. et Naville, P. (1961) *Traité de sociologie du travail*, Editions Armand Colin, Paris.
- Garsten, C., Laroche, H. (2008) « 'You're such a laugh' : Boredom and humour in The Office », *24th EGOS Colloquium, Université d'Amsterdam*, 10-12 juillet.
- Heller, T. (1998) « La télévision face au travail », *Centre de recherche sur les institutions et les publics de la culture*, Université d'Avignon.

(Source : <http://sociomedia.ibelgique.com/liste%20des%20textes.htm>)

Hughes, E. C. (1996) *Le Regard sociologique : Essais choisis*, Editions de l'EHESS, Paris.

Jodelet, D. (1994) *Les Représentations sociales*, Paris, PUF.

Jodelet, D. (2002) « Les représentations sociales dans le champ de la culture », *Social Sciences Information, Symposium : "Représentations sociales"*, 41(1), 111-133.

Jodelet, D. (2006) article « Représentations sociales », *Dictionnaire des sciences humaines*, PUF, Paris.

La Boetie, (1993) *Discours de la servitude volontaire*, Garnier Flammarion, Paris.

Laroche, H. (2004) "The office – complete series one & two", *Gérer & Comprendre*, Annales des Mines, n°78, décembre.

Leblanc, G. (1983) *Quand l'entreprise fait son cinéma*, Presses universitaires de Vincennes.

Leyens, J.-Ph. (1983) *Sommes-nous tous des psychologues ?*, Bruxelles, Mardaga.

Linhart, D., Rist, B. et Durand, E., (2002) *Perte d'emploi, perte de soi*, Erès, Ramonville Saint-Agne.

Mace, E. (2006) *La Société et son double*, Armand Colin, Paris.

Morin, E., (1986) *La Méthode. 3. La connaissance de la connaissance*, Seuil, Paris.

Moscovici, S. (1984) *La psychanalyse, son image et son public*, Paris, PUF, 1961 puis *La Psychologie sociale*, Paris, PUF.

Pessis, G. (1997) *Entreprise et cinéma. 100 ans d'images*, La Documentation française, Paris.

Rouquette, M.-L. (2005) « La 'communication sociale' entre pléonasme et subversion », *Psychologie sociale et communication, Hermès*, 41, Paris.

Ughetto, P. (2004) « Le travail comme activité et comme action – quelques perspectives sociologiques récentes », *Revue de l'IREM* n°44, 1.

DVD

La Crème de *Caméra Café*, (2001) CALT productions - 121 Productions, M6 vidéo.

Le Bureau, (2006) saison 1, Elzevir films, Studio Canal.