Pour ou contre la télé-réalité ?

Avant la télé-réalité, on trouvait les reality shows dans lesquels des hommes et des femmes dits ordinaires devenaient les héros le temps d'une émission, dévoilaient leurs secrets, leur «vraie vie», comme pour permettre aux téléspectateurs de se sentir moins seuls face à leurs propres problèmes. Puis est arrivée la télé-réalité, censée montrer la « vraie vie » de participants placés sous l'oeil constant des caméras. En France, depuis la diffusion de Loft story en 2001, de nombreuses émissions de télé-réalité ont vu le jour sur différentes thématiques : les émissions de chant, danse ou encore cuisine comme Nouvelle Star ou Top Chef...

Pour certains candidats, la télé-réalité est le moyen de satisfaire leur envie de se montrer. Toutefois, dans certaines de ces émissions, la captivité totale des participants peut créer une détresse psychologique des candidats face à la surveillance permanente. Cet enfermement est doublé d'un climat de complot travaillé par la production qui, au nom de l'Audimat, génère les conflits entre les participants, met en scène les coups bas, pousse les candidats à se méfier les uns des autres.

En outre, la plupart de ces émissions nient tout droit à l'intimité. Or, selon le psychologue Serge Tisseron, si le désir de montrer aux autres une part de sa vie intime correspond à une forme d'instinct chez les êtres humains, l'accomplissement de cet instinct doit, pour ne pas nuire à l'individu, s'accompagner de l'intimité et de l'estime de soi. Il est ainsi difficile psychologiquement d'être exposé au regard d'autrui et de ne plus avoir aucune intimité. De plus, les participants sont placés en pleine lumière de façon subite, puis tombent souvent rapidement dans l'oubli. Certains peuvent ainsi avoir du mal à gérer cette soudaine célébrité suivie d'un retour brutal à l'anonymat.

Le contenu de ces émissions peut aussi poser problème. Elles valorisent en effet certains comportements ou clichés : écraser l'autre pour gagner, la réussite ne serait atteinte que grâce à l'argent, la superficialité et l'apparence primeraient sur la pensée... Enfin, ce type d'émissions valorise le manque de culture et le vocabulaire qui y est employé est pauvre. Alain Lieury, chercheur en psychologie cognitive à l'université européenne de Bretagne à Rennes, recense ainsi en moyenne l'usage de 600 mots différents dans une émission de télé-réalité contre 1 000 dans une BD et 27 000 dans un manuel scolaire.

Les adolescents, eux, sont plus armés que les générations précédentes pour décoder la télé-réalité. Ils sont nés avec et souvent ne prennent pas ces émissions au premier degré. Ils savent s'en distancier, se renseignent sur le net et ont le plus souvent conscience du caractère fabriqué de la prétendue réalité qui s'y joue. Ils connaissent les outils numériques qui manipulent la réalité (par exemple les retouches effectuées grâce à Photoshop) souvent mieux que leurs parents.

Ces émissions, regardées en famille, peuvent permettre de placer face à face parents et enfants, de les amener à s'interroger les uns à propos des autres. En revanche, dans ces émissions, le problème est celui de l'identification du jeune téléspectateur aux participants et de l'influence des comportements véhiculés par ces émissions. Beaucoup les regardent pour se détendre et en parlent le lendemain au bahut. Mais les messages véhiculés sont négatifs, surtout pour un adolescent en pleine construction. Certains se voient participer à ce type d'émission, montent même des stratégies pour gagner et prennent pour exemple de réussite certains participants.

La télé-réalité entraîne chez le public un/une...

1. ...sentiment de la solitude.
2. ...comportement imprévisible.
3. ...manque de bagage lexical.
4. ...réflexion par stéréotypes.