

Conçus pour des  
appels professionnels.  
Où que vous travailliez.

EVOLVE<sup>2</sup>

# Télé-réalité : « Il y a un certain sadisme du téléspectateur »

« LOFT STORY » A 20 ANS. Depuis son arrivée en 2001 en France, la télé-réalité inquiète autant qu'elle fascine. Des spécialistes décryptent son impact.



*Par Thibaut Déléaz et Alice Pairo-Vasseur*

A portrait of Jérôme Béglé, a man in a suit and tie, is shown from the chest up. The background is dark red. A white box with a red border contains his name.

**Jérôme Béglé**

Directeur adjoint  
de la rédaction  
du Point

**Le Point**

Publié le 26/04/2021 à 07h00

**M**ême Éric Dupond-Moretti ne peut pas s'empêcher de regarder. « Je suis fasciné par la télé-réalité », confiait le garde des Sceaux début mars sur le plateau de *C à vous*, sur France 5. « *Les Marseillais* j'adore, je connais tout par cœur ! » Qu'il est loin le temps où, quand M6 lançait *Loft Story*, les intellectuels criaient au scandale en lui reprochant au mieux de faire entrer la « télé poubelle » chez les Français, au pire de créer un « camp de concentration » moderne (dessin de Plantu dans *Le Monde*). Vingt ans après son arrivée en France, la télé-réalité captive, jusque dans les plus hautes sphères de l'État. C'est toute l'ambivalence de ces programmes. Éric Dupond-Moretti n'est pas fan, mais « fasciné par ce qu'on propose à notre jeunesse », fasciné « qu'on puisse accepter de s'enfermer dans une espèce de cage, d'être filmé en permanence ». « La télé-réalité nous permet de ressentir un large panel d'émotions, au point qu'on ne sait même plus trop quoi en penser, analyse Stephen Dehou, psychologue et spécialiste des médias. C'est quelque chose de pathétique et risible à la fois. »

**À LIRE AUSSI**

**Alexia Laroche-Joubert : « Nous sortirons de ce Loft Story avec un formidable appétit de vie »**

## Sadisme

Les Français adorent regarder la télé-réalité autant qu'ils aiment la pourfendre. En 2001, les critiques fusent mais *Loft Story* offre des records d'audience à M6. Sept millions de personnes suivent le prime hebdomadaire du jeudi. Le soir de la finale, près de la moitié des télé-spectateurs ont regardé la victoire de Loana et Christophe. Encore aujourd'hui, TF1 fait ses meilleures audiences avec *Koh-Lanta*, inépuisable après 25 saisons, et *Les Marseillais* boostent l'audimat de W9. Comment expliquer un tel succès ? Il y a d'abord l'attrait de la nouveauté, une forme de voyeurisme, et une révolution : le pouvoir donné au public. « Qui sera le couple idéal ? C'est vous qui décidez », proclame le générique de *Loft Story*. Par l'intermédiaire de son téléphone, le téléspectateur est placé au centre du jeu, et peut décider qui reste ou qui doit partir. « Le vote du public, c'est comme un droit de vie ou de mort ! » souligne Stephen Dehoul.

---

« On prend plaisir à voir ces candidats qui sont dans des lieux de rêve mais qui se gâchent la vie parce qu'ils n'arrêtent pas de s'engueuler »

**François Jost**

Au-delà de cette interactivité, la télé-réalité doit surtout son succès à la mise en scène « de candidats qu'on adore détester », explique le psychologue. « On aime les méchants, car ils nous permettent d'expulser quelque chose de négatif. C'est cathartique ! Ces émissions permettent cela : on adore se moquer, on adore détester. » Se moquer d'eux nous reconforte, acquiesce le journaliste Paul Sanfourche, auteur de *Sexisme Story : Loana Petrucciani* (Seuil, 2021), une enquête sur la gagnante du *Loft 1*. « En exposant ces candidats, on peut se rassurer : ils sont beaux, mais quand même, ils sont un peu bêtes. C'est le même proces-

sus que quand on ouvre la presse people, une fascination et une joie de les regarder dans leur médiocrité. »

« Il y a un certain sadisme du téléspectateur, note François Jost, sémiologue et spécialiste des médias. On prend plaisir à voir ces candidats qui sont dans des lieux de rêve et ont tout pour être heureux, mais qui se gâchent la vie parce qu'ils n'arrêtent pas de s'engueuler. »  
Et pour cause, le conflit est central dans la télé-réalité : les producteurs en font leur miel pour nourrir l'intrigue et retenir le téléspectateur, quitte à le provoquer en plaçant les candidats dans des situations qui vont conduire à l'affrontement.

"Tu redescends"  
Entre Léna et Luna  
c'est le clash ❖❖  
#LMAD  
-#REPLAY :  
[https://t.co/Xcftp-](https://t.co/XcftpBKXuEu)  
[KXuEu](https://t.co/XcftpBKXuEu) [pic.twitter.-](https://t.co/XcftpBKXuEu)  
[com/4hBHWKTTax](https://t.co/XcftpBKXuEu)  
— W9 (@W9) [April 2,](#)  
[2021](#)

## **Stéréotypes sexistes**

Des pratiques qui risquent de banaliser des comportements problématiques, alerte le Haut Conseil à l'égalité. Dans un rapport publié en mars 2020, il note que « dans *Les Marseillais* ou *Les Anges* [...], il est courant de s'insulter, de jeter les affaires de l'autre par la fenêtre ou dans la piscine et puis de ruminer et/ou pleurer sa "confusion

« dans la piscine et puis de ruminer et/ou pleurer au confessionnal ». Dans les émissions de télé-réalité, la violence verbale et les clashes sont inhérents à la vie de couple ».

---

« C'est comme ça que marchent les émissions de télé-réalité : il s'agit d'enfreindre sans aller trop loin »

**Paul Sanfourche**

L'institution pointe aussi du doigt les stéréotypes sexistes véhiculés par ces émissions, et prend l'exemple des *Marseillais*, où les hommes sont présentés « par leur capacité à se battre, leurs muscles, leur détermination, leur agressivité par rapport aux adversaires », quand « les femmes sont considérées comme susceptibles de plaire aux adversaires et donc de créer des rivalités masculines au sein de l'équipe adverse ». Thomas est présenté comme « sanguin », Julien comme « déterminé » et « courageux », Léana est « jalouse » et « à toujours faire des histoires ». Les femmes sont régulièrement insultées de « pute » ou « salope », et « lorsqu'elles visent des hommes, les injures remettent en cause leur virilité ».

Un avis que partage le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA). Dans une étude sur la télé-réalité publiée début 2021, il note que malgré des évolutions positives, « des archétypes de sexe ou comportements sexistes persistent » dans ces programmes. Le gendarme de l'audiovisuel a pourtant tenté de réguler ce nouveau genre dès l'arrivée du *Loft*, tant pour protéger le public (interdiction de certains programmes aux moins de dix ans) que les candidats (pièce sans caméra, pause quotidienne obligatoire). L'une de ses premières demandes a été de revoir les termes du vote du public lors de la première saison de *Loft Story* : il ne fallait pas voter « contre » un candidat pour le faire partir, mais pour « sauver » un candidat nommé par ses colocataires.

## Réforme de l'audiovisuel : ce qui va changer pour les téléspectateurs

Depuis, les émissions jouent globalement le jeu, reconnaît le CSA, mais elles ont parfois reçu des mises en garde. Ces dernières années, *Les Anges*, *Le Bachelor*, ou encore *Les Marseillais* ont été rappelés à l'ordre pour « l'accumulation des stéréotypes dévalorisants qui y étaient véhiculés ». « La télé-réalité a toujours intégré les polémiques, note Paul Sanfourche. C'est comme ça que marchent les émissions : il s'agit d'enfreindre sans aller trop loin. La production joue un jeu habile entre la censure et la polémique, on pousse le bouchon puis revient en arrière. »

### Violence indirecte

Le CSA justifie sa vigilance par « l'impact que certaines émissions de télé-réalité [...] peuvent avoir sur le jeune public ». En 2019, la Mental Health Foundation, un organisme caritatif britannique qui lutte pour la protection de la santé mentale, a mené une grande enquête auprès de 4 000 jeunes Britanniques âgés de 18 à 24 ans. Il en ressort qu'un quart d'entre eux a déclaré que regarder des émissions de télé-réalité les complexe. Le D<sup>r</sup> Antonis Kousoulis, responsable de la fondation, cite alors le programme *Love Island*, dans lequel il note « l'absence de diversité » des corps des candidats, réduits à des femmes bimbos et des hommes bodybuildés.

---

« Tout ça n'est pas la réalité : on se base uniquement sur de l'image, sur du rien, sur du conflit »

**Stephen Dehoul**

« Ces programmes mettent les téléspectateurs à rude épreuve en les soumettant à une forme de violence indirecte avec une uniformisation des corps », acquiesce Paul Sanfourche, qui note que cette absence de diversité s'est resserrée avec le temps. « La sélection est de plus en plus drastique, pour faire rêver le téléspectateur avec des corps parfaits selon les canons de beauté. Il y avait plusieurs archétypes dans le Loft, désormais, c'est réduit à ces deux rôles caricaturaux : le mâle puissant, musclé et conquérant ; la femme hyper-sexualisée et tentatrice. »

« Ça peut être dangereux pour les adolescents qui sont en pleine quête d'identité, souligne Stephen Dehoul. Même s'ils disent regarder la télé-réalité avec distance et du second degré, tout cela renvoie l'idée que l'on peut réussir uniquement grâce à son image. » Le psychologue suggère aux parents de rappeler à leurs enfants que « tout ça n'est pas la réalité, qu'on se base uniquement sur de l'image, sur du rien, sur du conflit... », mais aussi que si « on ne trouve pas dans ces émissions d'autres alternatives que le conflit, la fourberie et la tromperie, c'est parce que ça fait spectacle, mais que la vie propose d'autres réponses pour régler ses problèmes ».

À LIRE AUSSI

## **Banijay-EndemolShine : naissance du leader mondial de la télé-réalité**

Les jeunes ne sont toutefois pas totalement dupes. Interrogés par un sondage de *20 Minutes* et *OpinionWay* début avril, 90 % des 18-30 ans assurent qu'ils n'ont aucune envie de participer à ces émissions. Et parmi ceux qui en regardent, les deux tiers ont réduit leur consommation de télé-réalité. Une prise de recul ? Avec le temps, les candidats se sont créés des personnages : ils savent à quoi s'attendre, maîtrisent

mieux leur image, et d'une certaine façon marquent plus la différence entre la réalité et leur vie. En 2001, *Loft Story* entendait observer la vraie vie de jeunes représentatifs de la société. Aujourd'hui, note François Jost, « plus personne ne croit à la réalité de la télé-réalité ».

## Découvrez tous les épisodes de notre série sur les 20 ans de « Loft Story » :

1. 2001, le tsunami « Loft Story »
2. Loana, la Marilyn des faubourgs
3. « Il y a un certain sadisme du téléspectateur »
4. Le difficile suivi psychologique des candidats - Mardi 27 avril
5. Quand Loana passait chez Ardisson - Mardi 27 avril
6. De « Loft Story » aux « Marseillais », 20 ans qui ont bouleversé la télé - Mercredi 28 avril

## LA RÉDACTION VOUS CONSEILLE

- Thierry Ardisson : « Une culture de la création s'est perdue »
- Banijay-Mediawan : comment la France est devenue un géant de la production audiovisuelle
- Nicolas de Tavernost : « M6 et TF1 sont des nains par rapport à Netflix »



SOCIÉTÉ

MÉDIAS

Contenus sponsorisés

Taboola Feed

Vente flash à -50% : aujourd'hui !



## Gros moment de malaise entre Ludivine Sagnier et Pierre Lescure sur le plateau de C à vous

Contenu sponsorisé

Voici

## Cancún Yucatán 4Ψ: Un Resort familial au cœur de la culture Maya

Contenu sponsorisé

Club Med All Inclusive

## Ces sportives ont des corps de rêve

Contenu sponsorisé

TDN

## En avril, Nouvelle ID.3 City à partir de 169€/mois.

Contenu sponsorisé

Volkswagen - Offre du Moment

## Top 50 des meilleurs mots doux (ou durs) à l'attention des voisins

Contenu sponsorisé

TDN

## Voici nos offres exclusives web : produits de soin, parfums, maquillage en promo

Contenu sponsorisé

Marionnaud

## Pourquoi Vianney arrête sa carrière

Contenu sponsorisé

Cosmopolitan.fr

## Neuroplanète revient ! Découvrez le programme 2021

## Affaire Sarah Halimi et plainte en Israël : « On a délaissé la raison »

**Le Point**

« Artiste, c'est un métier ? » : tollé face aux affiches de la mairie de Bordeaux

Revivez le décollage de Thomas Pesquet vers l'ISS en 10 photos

Fusillade à Paris : la victime était une figure du banditisme marseillais

Bernard Tapie, l'homme de culture

4 Commentaires 

[Commenter](#)

Par mireil le 26/04/2021 à 09:18

### **Ce type d'émission**

Joue dur le pire de l'humanité : le voyeurisme

Par RT 49 le 26/04/2021 à 09:16

### **Méchanceté déguisée en jeu**

Il suffit de lire « Apocalypse cognitive » pour comprendre le succès de ce genre d'émissions déguisées en jeux.

Le bêtise et la méchanceté humaine sont et restent les plus juteux marchés de l'audiovisuel privé car, en plus, cela ne coûte rien à produire. Et pendant qu'ils regardent cela les gens ne lisent pas et ne s'informent pas sur ce qui est vraiment important pour eux et leurs proches.

Par le blaireau de Champagnac le 26/04/2021 à 09:07

**En français, ce serait bien aussi**

## **En français, ce serait bien aussi**

Aux auteurs de l'article, qui parlent comme les protagonistes de la télé réalité.

On ne dit pas «insultées de... » mais «traitées de... »

De même on dit : «il m'a insultée»et non pas «il m'a traitée ».