

Réflexion sur les émissions dites « de télé réalité »

Synthèse des auditions et bilan de la réflexion

Dans le cadre de sa réflexion sur les émissions dites « de télé réalité », la Commission de réflexion sur l'évolution des programmes, co-présidée par M^{mes} Françoise Laborde et Francine Mariani-Ducray, membres du Conseil supérieur de l'audiovisuel, a réalisé un cycle de 24 auditions entre mars et juillet 2011. Ont été entendus un institut d'études, sept sociétés de production ou syndicats de producteurs, huit groupes audiovisuels, trois chercheurs et cinq associations familiales.

En raison de la complexité du sujet et de la diversité de points de vue des personnes entendues, les échanges ont permis d'aborder la « télé réalité » sous des angles multiples, d'apporter un certain nombre de réponses aux questions posées et de nuancer les postulats initiaux, tout en faisant émerger de nouvelles problématiques.

1. Contours des émissions dites « de télé réalité »

1.1. Champ de la réflexion

1.1.1. La « télé réalité » ne constitue pas un genre en soi

La question de la signification du terme « télé réalité » et du périmètre d'émissions qu'il recouvre a été discutée par tous les intervenants, signe du caractère problématique de la définition du concept et de sa validité même.

Il ressort d'emblée que les émissions dites de « télé réalité » ne constituent pas un genre en soi mais qu'elles relèvent des genres de programmes existants (jeu, autres divertissements, magazine etc.). Le genre « télé réalité » n'existe pas, il existe seulement des émissions dites « de télé réalité ». Les éditeurs et les producteurs eux-mêmes n'utilisent guère le terme de « télé réalité », sauf peut-être dans son sens restreint à la « télé réalité d'enfermement », car il recouvre un ensemble divers et flou composé de nombreuses sous-catégories n'ayant en commun que le terme de « réalité » ; il ne constitue donc pas une catégorie de classification opérante.

Cependant, de nombreuses émissions relevant de différents genres sont perçues comme telles en raison de certaines caractéristiques communes.

1.1.2. Genèse des émissions dites « de télé réalité »

Circonscrire le champ de la réflexion demande de **se poser la question de la genèse des émissions dites « de télé réalité »**. Pour la plupart des intervenants, la diffusion de *Loft Story* en 2001 a provoqué une rupture radicale et engagé un nouveau cycle télévisuel. Néanmoins, beaucoup estiment que la « télé réalité » trouve ses racines dans des émissions préexistantes, comme certaines émissions diffusées dans les années 1980 sous le vocable d'émissions de dévoilement (exemples : *Psy-show* et *Moi, je*) ou de « reality shows » (tels que *Perdu de vue* ou *L'amour en danger*), centrés sur les émotions d'inconnus placés dans des situations exceptionnelles.

Un représentant d'un groupe audiovisuel considère que le genre de la « télé réalité » procède de deux évolutions : l'évolution technique du numérique, permettant aux anonymes de produire et de diffuser des images, qui a bouleversé la façon de faire de la télévision ; une évolution sociologique : la volonté d'accéder à un moyen de « *mass média* » s'est généralisée. De ces évolutions est née une nouvelle

forme de narration fondée sur une temporalité mêlant deux modes narratifs : l'immédiateté de l'action et les commentaires des participants sur celle-ci.

Par ailleurs, pour Guillaume Soulez, un ensemble de mutations culturelles plus profondes a permis la naissance de la télé réalité (le pop'art, la culture psychologique et le développement du « *star system* »).

1.1.3. *Éléments de définition*

Si les définitions données divergent, deux grandes tendances se dessinent :

- **Une définition restreinte** qui cantonne la « télé réalité » au périmètre des émissions dites « d'enfermement », en reprenant les critères donnés par la recommandation du Conseil de 2001 : principe d'enfermement et d'élimination, et prise d'images quasiment continue. La notion d'enfermement peut être prise au sens strict (dans un espace unique et clos) ou au sens plus large d'isolement. Guillaume Soulez les définit comme étant « fondées sur une mise à l'épreuve de candidats cobayes pour réaliser les conditions d'une expérience psycho-sociale sous les yeux du public, afin de chercher à lui révéler une réalité ». Très souvent, ces émissions sont des jeux et adoptent le rythme du feuilleton, avec des saisons successives elles-mêmes composées de rendez-vous quotidiens et hebdomadaires.

Les tenants de cette définition reconnaissent l'influence majeure de ce type d'émissions sur les contenus télévisuels des dix dernières années, créant de nouveaux codes et de nouvelles formes d'écriture. Ils estiment toutefois que les concepts nouveaux ou hybrides reprenant ces codes n'entrent pas pour autant dans le cercle restreint des émissions dites « de télé réalité ».

S'appuyant sur cette définition, certains producteurs affirment qu'ils ne produisent pas d'émissions dites « de télé réalité ».

- **Une définition plus large aux contours moins nets** incluant les émissions fondées décrites ci-dessus, mais qui répond également à d'autres critères. Ce cercle élargi comprend toutes les émissions qui placent des personnes anonymes ou des faits du quotidien dans des situations artificielles créées pour l'émission dans le but d'observer la réaction des participants pour susciter l'émotion « participative » du téléspectateur, encouragée par une forte tension dramatique et émotionnelle.

Comme le souligne Monique Dagnaud, ces émissions jouent souvent sur les limites : frontières entre fiction et réalité, limites de l'acceptable, mais également mélange des genres télévisuels.

Une telle approche conduit à inclure dans la définition des émissions dites « de télé réalité » :

- les émissions de tutorat,
- les concours de talents qu'ils soient culinaires, musicaux, de beauté ou autres,
- certains jeux d'aventure ou de séduction,
- ou encore des « docu réalités ».

Parmi les tenants de cette définition, nombreux sont ceux qui distinguent tout de même le noyau dur de la « télé réalité », fondé sur l'enfermement et l'élimination progressive des candidats, d'une nébuleuse beaucoup plus large d'émissions qui s'en inspirent de près ou de loin.

Au-delà de la question du genre, la « télé réalité » a fait évoluer la grammaire de l'image et étendu ainsi son influence sur tous les autres genres télévisuels, jusqu'à l'information.

1.1.4. *Entre réalité et fiction*

Beaucoup affirment que **les émissions dites de « télé réalité » ne sont pas scénarisées**, mais qu'elles reposent sur des « stimuli » : il s'agit d'introduire un élément perturbateur dans le jeu pour observer les réactions spontanées des participants. De plus, les formats mêmes de ces émissions créent un cadre

et des consignes particuliers. Les représentants d'une société de production précisent que la scénarisation ressentie à l'image provient du montage de séquences filmées préalablement et représentant des scènes spontanées de la vie des candidats.

Pour François Jost, la différence essentielle entre le documentaire et les émissions dites de « télé-réalité » réside dans le fait que dans celles-ci, on joue des scènes qui n'auraient jamais existé en-dehors du contexte créé par et pour l'émission.

Les émissions dites « de télé-réalité » semblent donc ne relever ni du documentaire ni de la fiction, mais tendre vers l'un ou l'autre de ces genres en fonction du degré d'intervention de la production sur les actions des participants.

Il convient de noter l'apparition naissante d'un nouveau concept de programme : la « *scripted reality* », que l'on pourrait traduire par « réalité scénarisée » et qui s'apparente à un programme « feuilletonnant » et scénarisé. La question de son appartenance au champ des émissions dites « de télé-réalité » se pose, car elle se situe à la limite extrême entre celles-ci et le feuilleton. En effet, la scénarisation n'est pas totale et laisse place à l'improvisation et à ses aléas ; néanmoins, les participants doivent respecter un canevas d'actions imposées par avance par la production. Une chaîne a récemment décliné ce concept, sous l'appellation « série-réalité ».

1.2. Avenir de la « télé-réalité »

Une minorité des intervenants considère que la « télé-réalité » est en perte de vitesse, voire en phase de déclin, notamment dans sa version d'enfermement dont le public se serait lassé.

Mais **beaucoup ne croient pas à son essoufflement**, arguant que les échecs récents ne sont dus qu'à des problèmes de mise en œuvre de concepts, et non à l'appétence du public pour la « télé-réalité » en elle-même. Celle-ci serait appelée à se développer encore pour plusieurs raisons (équivalent moderne du feuilleton, adéquation avec la culture adolescente, coût de production modéré, etc.) ou à se transformer pour tenter de répondre à de nouvelles attentes du public.

Certains estiment néanmoins que les émissions dites « de télé-réalité » atteignent la fin d'un premier cycle. Le public plébiscite désormais plutôt des programmes plus « intimistes », mettant en avant les valeurs de partage et de solidarité, ainsi que les « docu-réalités ». Par ailleurs, les téléspectateurs attendent un retour au réel et à l'authentique.

En matière de nouveaux médias, les émissions dites de « télé-réalité » **encouragent parfois l'innovation**. Ainsi, le programme télévisé d'une émission dite « de télé-réalité » diffusée en 2010 était un dérivé d'internet, et non plus l'inverse. De plus, l'internaute pouvait constituer son propre programme en choisissant parmi plusieurs caméras diffusant simultanément et en direct. Enfin, les jeunes ayant l'habitude de visionner les programmes en les commentant simultanément sur internet, le site internet de l'émission était également conçu comme un forum de discussion permanent.

Ce lien privilégié entre télé-réalité et nouveaux médias, notamment par le biais des réseaux sociaux, inquiètent les associations, en raison de l'utilisation massive de ceux-ci par le jeune public, qui n'en maîtrise pas toujours les usages (cf. infra, 3.1.3), et en l'absence de toute règle de signalétique analogue à celles en vigueur pour la télévision.

1.3. Programmation et différences éditoriales

Certains groupes ont longtemps refusé de diffuser des programmes dits « de télé-réalité », en raison de l'assimilation fréquente de cette notion aux émissions fondées sur l'enfermement. Ils estiment désormais que certains d'entre eux peuvent avoir une place sur leurs antennes, à condition de leur garantir un cadre éthique rigoureux. D'autres n'envisagent toujours pas d'en programmer mais précisent que ce positionnement pourrait évoluer.

Les sociétés de production proposent et fabriquent le programme, mais **le diffuseur dispose d'un droit de regard important** et peut intervenir à tout moment. Les concepts proposés sont adaptés aux **lignes éditoriales des chaînes qui divergent en matière d'émissions dites de « télé-réalité »** : certaines souhaitent se démarquer par un interventionnisme très modéré ; d'autres affirment choisir de ne diffuser que des émissions fondées sur des valeurs positives. Nombreuses sont celles qui refusent de diffuser des émissions dites « de télé-réalité » d'enfermement, considérant qu'elles sont contraires à leurs valeurs actuelles.

Plusieurs éditeurs n'envisagent pas d'investir dans des formats originaux, pour des raisons de coûts. Ils diffusent pour certains des émissions étrangères doublées, souvent américaines ou britanniques, parfois néerlandaises. Toutefois, c'est une tendance à la baisse selon certains, qui disent percevoir que le public se reconnaît moins dans ces programmes étrangers.

2. Encadrement réglementaire et déontologique

En France, de nombreuses limites existent pour éviter que les émissions dites de « télé-réalité » ne deviennent de la « télé-poubelle ».

2.1. Dans le domaine du droit de la communication audiovisuelle, des règles qui s'adaptent aux évolutions éditoriales

En France, les émissions dites « de télé-réalité » sont soumises au respect du droit de la communication audiovisuelle tel que posé par la loi du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication et défini par la réglementation du Conseil dans ses délibérations et dans les conventions des chaînes de télévisions privées. Celle-ci a évolué dès 2001 afin de s'adapter au développement de ces émissions.

Des éditeurs ont fait remarquer que les règles du Conseil tendaient à fluctuer, évoluant généralement vers un durcissement (par exemple en matière de présence du tabac à l'antenne). L'un d'eux a tenu à appeler l'attention sur le danger que représente une classification trop stricte des programmes, susceptible de devenir un carcan pour la création. Il considère par ailleurs qu'il serait regrettable, et de toute façon impossible, d'établir une distinction entre une « bonne » et une « mauvaise » télé-réalité.

D'autres considèrent que la réglementation française n'est pas un frein, notamment pour la diffusion de programmes étrangers.

2.2. Dans le domaine du droit social, une jurisprudence en cours de constitution

Les questions liées aux statuts des participants aux émissions dites « de télé-réalité » ont fait ou feront l'objet de plusieurs décisions de justice.

Certains éditeurs ont rappelé que la décision récente de la cour de cassation requalifiant certaines participations en contrat de travail ne concernait que les participants aux cinq premières saisons de l'émission *L'île de la tentation*. S'agissant des émissions dites « de télé-réalité » prévoyant un gain, une décision devrait être prochainement prise au sujet de l'émission *Koh Lanta*.

Les chaînes tiennent désormais compte de la jurisprudence, même si plusieurs intervenants considèrent qu'elle va à l'encontre de l'esprit même des émissions car elle crée une relation de subordination entre les participants et la production, supprime la possibilité de gain des participants à un jeu et implique des contraintes horaires qui ne sont pas conciliables avec certaines émissions. Si beaucoup affirment qu'elle n'aura pas pour autant de conséquences importantes sur leur

programmation actuelle et à venir d'émissions dites de télé-réalité, il a néanmoins été rappelé que la captation permanente d'images des participants à des émissions de « télé-réalité d'enfermement » et leur diffusion sur un canal dédié a été interrompue en raison de l'incompatibilité entre contrat de travail et captation permanente.

Plusieurs des sociétés de production entendues refusent pour l'instant de rémunérer les candidats ou de leur faire un contrat de travail à partir du moment où il s'agit d'un jeu. Ils bénéficient tout au plus d'une rétribution pour la cession de leur image.

Un éditeur a par ailleurs souhaité relever un point de sensibilité concernant les contrats d'artiste-interprète : selon lui, si les tribunaux reconnaissaient ce statut aux participants à une émission, cela accroîtrait considérablement les contraintes financières de ces émissions et pénaliserait potentiellement les intermittents du spectacle. Il convient de noter qu'une chaîne a d'ores et déjà accordé ce statut aux participants d'un programme ; il s'agissait toutefois d'une émission de « série-réalité ».

2.3. L'autorégulation

Deux chartes ont été adoptées en 2010.

La charte du SPECT est destinée à encadrer la participation des candidats aux émissions de télévision (notamment celles dites « de télé-réalité ») et à leur garantir un certain nombre de droits : garantie de la liberté d'expression et du consentement éclairé, préservation des droits fondamentaux, notamment en termes de droit du travail, et assistance pendant et après la réalisation du programme. Négociée avec les diffuseurs en présence du Conseil et cosignée par plusieurs sociétés de production, elle définit une position commune pour tous ses adhérents. Il s'agit d'un engagement moral qui n'a pas de valeur contractuelle, le SPECT ne disposant pas de pouvoir de sanction. Il a été reconnu que ce document pourrait davantage prendre en compte les questions que pose l'arrivée des nouvelles technologies telles que les téléviseurs connectés. Par ailleurs, certains intervenants ont fait part de leurs doutes quant au caractère réaliste de cette charte qui laisse penser qu'aucune instruction n'est donnée aux candidats.

Quant à **la charte déontologique d'Endemol**, elle est applicable à l'ensemble des programmes de la société afin « d'engager l'entreprise dans une démarche responsable et exemplaire ». Cette charte « expose les principes et les valeurs » de la société (« dignité », « liberté », « égalité, diversité, solidarité », et « intégrité ») et prend un certain nombre d'engagements vis-à-vis des téléspectateurs et des participants. Afin de suivre l'application de cette charte, la société a créé un Comité de déontologie composé de huit personnalités (notamment des psychiatres et des professionnels des médias et de leur régulation).

La société a précisé que ce texte correspondait à de réels engagements (notamment envers les candidats) qui ont accru la conscience déontologique tant des équipes de production que des participants. Ils ont rappelé que le comité de déontologie qu'elle instaure, loin d'avoir valeur de « caution morale », fait en sorte que les programmes respectent systématiquement les engagements de la charte.

Par ailleurs, en France, une autre dynamique d'autorégulation est créée *de facto* par le refus des annonceurs d'être associés à des programmes trop polémiques.

3. Aspects sociaux

3.1. Impacts sur le public

3.1.1. Valeurs véhiculées

La question des valeurs véhiculées par les émissions dites « de télé réalité » a principalement été abordée par les chercheurs et les associations, révélant la complexité et l'ambiguïté des discours qui sous-tendent ces émissions et des valeurs qu'elles portent.

Les associations entendues ont fait part de leurs craintes quant aux valeurs véhiculées par les émissions dites « de télé réalité », tout particulièrement leurs valeurs « anti-éducatives » et « anti-familiales » qui iraient à l'encontre de la responsabilité sociale et éthique des éditeurs : dégradation de l'image des jeunes, en particulier des jeunes femmes ; promotion de l'individualisme et manipulation d'autrui ; corrélation nécessaire entre la réussite personnelle et l'enrichissement ; humiliation de l'individu « bouc-émissaire » par le groupe ; banalisation du conflit et exaltation successive de sentiments contradictoires ; voyeurisme et exhibition de l'intime.

Une association a d'ailleurs réalisé, pour les besoins de son audition, une brève enquête relative aux émissions dites « de télé réalité » auprès de ses adhérents. Ce sondage a montré qu'environ 4500 des 5000 familles interrogées estimaient qu'elles étaient susceptibles d'avoir des conséquences négatives sur les téléspectateurs, en particulier sur le jeune public.

Pour ces raisons, une autre association a fait part de son souhait qu'aucune aide publique (qu'elle soit directe ou indirecte) ne soit accordée aux émissions dites « de télé réalité » et a appelé le Conseil à les encadrer davantage.

Monique Dagnaud quant à elle estime que les émissions dites « de télé réalité » nécessitent une vigilance particulière du Conseil en raison des deux risques qui leur sont constitutifs : l'atteinte potentielle au respect de la dignité humaine et leur construction autour du principe implicite du bouc-émissaire qui place les téléspectateurs dans la position de « complices ».

François Jost a souligné le caractère paradoxal de ces émissions qui, si elles semblent amORALES, restent de son point de vue très souvent fondées sur un socle implicite de valeurs traditionnelles issues du roman sentimental ou du conte.

Une autre ambivalence caractérise selon lui les émissions dites « de télé réalité » qui cherchent à mettre en avant des valeurs positives : elles tendraient à atténuer la conscience politique du public en laissant croire que l'intervention de la télévision, accompagnée de quelques efforts, constitue une solution imparable à tout problème.

3.1.2. Réception par le public

En termes de public ciblé, certaines chaînes cherchent avant tout à toucher le responsable des achats de moins de 50 ans, mais les émissions diffusées en première partie de soirée ciblent souvent un public large et familial. Mais comme l'indique une association, le jeune public semble dans certains cas être une cible prioritaire (en particulier pour les émissions diffusées en fin d'après-midi).

Le succès des programmes dits « de télé réalité » peut s'expliquer par :

- l'identification du téléspectateur à un participant ou à sa situation ;
- à l'inverse, la distanciation rassurante que provoquent chez le téléspectateur certaines situations jugées humiliantes ou ridicules ;
- le rejet de la parole d'experts, à laquelle s'est substituée une plus grande confiance du public envers les anonymes et leurs pairs ;
- les émotions successives et toujours changeantes qu'ils font naître chez le téléspectateur (Monique Dagnaud) ;

- leur dimension sociale (représentation des classes sociales populaires) et leur symbolique « démocratique » (possibilité offerte à tous d’agir par le vote) (Guillaume Soulez) ;
- le plaisir ambigu que les téléspectateurs y trouvent (François Jost, Guillaume Soulez, Monique Dagnaud).

Concernant le jeune public, les émissions dites « de télé réalité » sont parfois vues comme un moyen de réconcilier les jeunes avec la télévision généraliste. Selon certains, le jeune public apprécierait particulièrement le spectacle de jeunes adultes qui se comportent comme des adolescents. Mais actuellement, il aurait plus tendance à se reconnaître dans des émissions de réalité scénarisée (« *scripted reality* ») que dans les formats fondés sur l’enfermement, selon certains producteurs et éditeurs.

Quant à la **capacité de recul du public** face à ces émissions, les représentants d’une société de production considèrent que les enfants ne sont pas dupes et qu’ils sont conscients qu’elles constituent manifestement des programmes de divertissement. Certains, dont François Jost, sont en total désaccord avec cette idée, considérant que non seulement les enfants, mais également de nombreux adultes, ont une approche très naïve de ces émissions, et qu’en dépit d’une lecture possible au second degré, l’impact est réel. Elles pourraient même constituer, selon une fédération de parents d’élèves, un élément d’explication parmi d’autres face à l’augmentation de la violence et du harcèlement chez les jeunes, notamment en milieu scolaire.

Ayant dressé des constats assez alarmants sur l’impact des émissions dites « de télé réalité » sur le jeune public, les associations familiales ont émis plusieurs préconisations. Certaines associations souhaiteraient que ces programmes fassent l’objet de restrictions horaires, afin qu’ils ne soient plus diffusés en journée et qu’ils soient déconseillés aux enfants de moins de 12 ans. Une autre replace la question de la classification de ces émissions dans la problématique plus large de la signalétique jeunesse du Conseil, à laquelle elle aimerait que soient ajoutés des éléments d’explication motivant au cas par cas la classification des programmes. Elles souhaiteraient par ailleurs disposer d’un espace de discussion avec les chaînes afin de leur faire prendre conscience des risques qu’elles pointent.

3.1.3. *Problématiques transmédia*

Le cycle d’auditions a également permis d’évoquer un phénomène de société actuel qui constitue une des principales problématiques en matière de protection du jeune public et d’éducation aux médias : les risques qui découlent de l’utilisation des nouveaux médias par les jeunes.

La capacité des programmes dits « de télé réalité » à créer des dynamiques « transmédia » est indéniablement un atout en termes d’innovation et de développement (cf. supra, 1.2). Internet joue désormais un rôle capital à la fois dans la conception et dans la réception des programmes dits « de télé réalité ». Il permet de proposer au public des prolongements de l’émission diffusée en linéaire à la télévision (télévision de rattrapage, « best-of »), nourrit le suivi du programme par le biais des réseaux sociaux, des forums de discussion ou des blogs, et, depuis quelques années, est devenu le support de contenus spécifiques (vidéos inédites, sites internet directement reliés aux réseaux sociaux, mise en œuvre d’étapes du jeu parallèles à son déroulement dans le programme télévisuel, etc.).

Ces contenus non télévisuels sont d’autant plus développés qu’il s’agit de programmes appréciés des jeunes publics. Or, l’usage intensif d’internet par les jeunes, en particulier par les enfants de 8 à 13 ans, ne s’accompagne pas d’une maîtrise suffisante de cet outil. Comme l’a montré une récente étude publiée par la CNIL et plusieurs associations¹, il existe notamment un lien entre la montée du phénomène de harcèlement chez les jeunes et leur forte mobilisation sur internet autour de programmes fondés sur le principe de l’élimination progressive et susceptibles de placer un ou

¹ *Réseaux sociaux : quelles sont les pratiques des nos enfants ? Quel est le rôle des parents ?*, étude réalisée pour l’UNAF, Action innocence et la CNIL par TNS Sofres sur l’usage des réseaux sociaux par les 8-17 ans.

plusieurs des participants en position de « bouc-émissaires ». En outre, l'anonymat et la liberté de parole que permet internet peuvent inciter les jeunes à transgresser certaines règles sociales, transgressions qu'ils seront ensuite tentés de reproduire dans leurs rapports sociaux « réels ».

3.2. Conséquences sur les participants

3.2.1. Sélection des participants

Selon les producteurs et les chaînes auditionnés, la sélection s'appuie sur des critères déterminés par le thème de l'émission.

Les candidats ont évolué depuis dix ans : ils connaissent davantage les codes des émissions dites de télé-réalité, ce qui les rend plus susceptibles de s'adapter ; c'est pourquoi il faut sans cesse faire évoluer les mécaniques de jeu des émissions pour créer de la surprise.

Les candidats actuels, issus d'une génération qui a pris l'habitude de rendre publiques des informations relatives à sa vie privée, **maîtrisent les codes du genre**. Au cours des premiers jours, ils cherchent souvent à prouver qu'ils contrôlent la production, et non l'inverse.

3.2.2. Encadrement des participants

Les représentants de sociétés de production ont tenu à rappeler que les candidats restaient libres de leurs choix dans l'émission et qu'ils avaient la possibilité de la quitter dès qu'ils le souhaitaient.

Les chaînes et les sociétés de production affirment qu'elles s'attachent à assurer un bon encadrement des participants avant, pendant et après le tournage, notamment sur le plan psychologique. Lorsqu'il existe des risques de stigmatisation des participants, il arrive qu'une émission ne soit diffusée qu'une seule fois.

En dépit de cet encadrement, François Jost considère que la « télé-réalité » **d'enfermement est une « machine à rendre fou »** qui donne aux participants une illusion de notoriété et les place dans des situations où ils doivent faire des choix impossibles, dont la difficulté constitue le ressort même du jeu. En outre, les candidats subissent une réelle violence lors du tournage, parfois physique, mais aussi symbolique, étant « désocialisés » pendant une longue période.

Guillaume Soulez et Monique Dagnaud ainsi qu'une association préconisent une action du Conseil pour protéger les participants, telle que la réalisation d'une enquête sur les conséquences à long terme de la participation aux émissions dites de « télé-réalité ».

4. Aspects économiques

4.1. Données économiques

Certains éditeurs affirment que contrairement à l'idée communément répandue, une émission dite « de télé-réalité » tel que le jeu d'enfermement coûte très cher, notamment en raison du dispositif mis en place : un programme de télé-réalité d'enfermement diffusé sur une chaîne à fortes audiences coûterait environ 20 millions d'euros. De plus, c'est un choix très risqué pour la chaîne qui le programme. C'est pourquoi beaucoup de ces programmes sont issus de formats importés.

Comme l'a rappelé un producteur, ce risque concerne les chaînes, pour lesquelles la rentabilité d'un programme dépend de son audience, et pas les sociétés de production.

4.2. Question des formats

Selon certains, le débat autour de la « téléralité » est propre à la France. Dans les autres pays, où l'industrie des programmes est plus développée, c'est **la question plus générale des formats** (concepts d'émissions susceptibles d'être dupliqués) qui est évoquée, donnant naissance à une hybridation des genres et des termes, tels que le *factual-entertainment* (divertissement fondé sur des faits réels), et à l'émergence de nouvelles tendances en matière de programmes, telles que les programmes dits de *constructed-reality* (réalité construite) ou *scripted reality* (réalité scénarisée). En France, selon eux, le débat autour des formats documentaires est brouillé notamment par le système de soutien financier à la production audiovisuelle par le CNC qui octroie des aides exclusivement aux documentaires de création.

Les producteurs et éditeurs ont souligné le rôle de certaines filiales françaises de sociétés de production internationales² qui adaptent des formats de la « maison-mère », mais en ne pouvant toutefois prendre que certains formats au sein du catalogue en raison des spécificités des différents marchés audiovisuels. L'achat de formats étrangers demande toujours selon eux un certain travail d'adaptation lié à la réglementation mais aussi aux spécificités des attentes du public français, qui par exemple apprécie une écriture proche de celle du documentaire. L'adaptation contribue déjà selon certains producteurs à enrichir le secteur puisque la production est réalisée localement. Ces filiales revendiquent cependant le fait de développer quelques formats inédits.

Plusieurs raisons ont été avancées par les producteurs et les éditeurs **pour expliquer l'absence de la France sur le marché international des formats**, notamment dans le domaine des divertissements qui couvrent les émissions dites de « téléralité » :

- une difficulté des producteurs français à « industrialiser » les concepts créatifs ;
- créer un concept peut s'avérer financièrement intéressant mais aussi très risqué, alors que l'adaptation de formats déjà testés à l'international permet de réduire les aléas d'audience. Les chaînes historiques seraient particulièrement prudentes, en raison des moyens qu'elles engagent dans ce type de programmes mais aussi de la position historique ultra-dominante d'une chaîne sur le marché de l'audience et des ressources publicitaires de la télévision gratuite qui aurait pénalisé, selon certains producteurs, la prise de risque sur la création de formats originaux ;
- développer un format demande un travail long et coûteux que les producteurs auraient de plus en plus de mal à financer ;
- l'interdiction posée par le service public français sur la mise à l'antenne d'émissions dites de « téléralité » durant de nombreuses années qui aurait pénalisé certains formats de divertissements alors que dans d'autres pays d'Europe, comme au Royaume-Uni, le service public joue un rôle moteur sur le développement de l'industrie de formats ;
- en France, les sociétés de production disposeraient de peu de moyens, notamment en raison de la séparation entre les métiers de producteur et de diffuseur posée par législation française ce qui ne leur permettrait pas d'être des interlocuteurs de taille suffisante sur les marchés internationaux.

Les éditeurs affirment *a contrario* qu'en termes de format, ils sont plus enclins à privilégier les créations françaises. Toutefois, un producteur explique que lorsque le format existe déjà, l'éditeur est plus confiant, tandis que pour les créations inédites, la discussion entre producteur et diffuseur est beaucoup plus poussée, à l'instar de celle qui existe pour d'autres genres (comme les fictions). Le producteur peut être amené à proposer plusieurs options, puis à modifier l'option choisie.

5. Préconisations

² Parmi ces filiales, quatre particulièrement notables se sont installées récemment en France : BBC France, ITV France, Shine France, et Talpa France.

Au terme du cycle d'auditions, il est apparu nécessaire au Conseil de renforcer la protection déjà existante des deux publics particulièrement sensibles aux risques que peut présenter la « télé-réalité » : le jeune public et les participants.

5.1. Concernant les participants

- Le Conseil appelle les producteurs et les éditeurs à faire preuve de la plus grande prudence dans le recrutement des candidats aux émissions dites « de télé-réalité » fondées sur le principe de l'enfermement, particulièrement des personnes jeunes et/ou potentiellement fragiles.
- Il leur demande d'assurer aux participants aux émissions dites « de télé-réalité » un accompagnement personnalisé et effectif sur le plan médical et psychologique, avant, pendant et plusieurs mois après le tournage, et à indiquer l'existence de ce suivi dans le règlement de l'émission.
- Il leur rappelle que, quel que soit le concept de l'émission, ils ne doivent pas placer les participants dans des situations dégradantes ou pouvant les amener à adopter une attitude humiliante.
- Enfin, il leur demande de préciser dans les contrats des participants que ceux-ci sont fondés à saisir le Conseil sur des questions relevant de sa compétence.

5.2. Concernant le jeune public

- Le Conseil appelle producteurs et éditeurs à réfléchir sur leur responsabilité sociale et éthique concernant les valeurs que véhiculent ces programmes, susceptibles d'être regardés par le jeune public quelle qu'en soit la signalétique en journée et de trouver un écho particulièrement fort sur internet, notamment sur les espaces communautaires (forums, blogs, réseaux sociaux...), dont les contenus sont moins régulés.
- Il les encourage à afficher le pictogramme « -10 ans » sur toute la durée des programmes dits « de télé-réalité » qui sont assortis de la signalétique de catégorie II.
- Il les appelle, dans un souci d'honnêteté des programmes et de bonne information du public, à porter à la connaissance de celui-ci sur les supports de leur choix des renseignements relatifs aux modalités de réalisation des émissions dites « de télé-réalité » (conditions de tournage, sélection des participants...).
- Il incite les parents et les adultes responsables d'enfants à davantage de vigilance et de dialogue sur les usages de visionnage des enfants et des jeunes adolescents et sur les contenus des programmes qu'ils regardent à la télévision et qu'ils suivent par le biais d'autres médias, dont internet. Il appelle particulièrement leur attention sur les dangers de la forte mobilisation des jeunes sur internet autour de certains programmes dits « de télé-réalité », dont les mécanismes (élimination progressive, candidats « bouc-émissaires ») sont susceptibles d'accompagner la montée de phénomènes alarmants chez les jeunes comme le harcèlement.

5.3. L'organisation d'une rencontre entre les différentes parties

Afin de favoriser le dialogue et la concertation, le Conseil propose aux différentes parties qui le souhaitent de les réunir.