**L’éditorial de *La Croix*: Lumière sur la télé-réalité**

Sur nos écrans, les émissions de télé-réalité sont omniprésentes. Certains adorent tandis que d’autres sont farouchement opposés à ce qu’ils jugent vulgaire, abêtissant et sans aucune morale. Pour les intellectuels et les conservateurs, visionner de tels programmes audio-visuels influence le comportement des enfants. Ils expliquent ainsi tous les maux que l’on prête à cette génération : égoïsme, vulgarité et lâcheté.

Evidemment, la réalité est nettement plus complexe. D’abord, les téléspectateurs passionnés par la télé-réalité sont de tous âges. Ensuite, le terme de télé-réalité regroupe différents types de programmes, pas seulement ceux où les candidats se surpassent en débauche, dans des lieux clos (*Love Story*). Non. La télé-réalité définit tout programme centré sur l’individu et sa vie quotidienne. Il peut s’agir donc de survie sur une île inconnue (*Koh Lanta*) mais aussi de questions (*Questions pour un champion*) ou de d’aider un individu à retrouver des disparus (*Perdu de vue*).

Les candidats ne sont pas donc pas des acteurs mais des individus, se présentant comme tel. L’émission gagne ainsi en spontanéité et véracité. Les téléspectateurs sont sensibles à cet aspect. Ils sont plus proches de ces hommes et femmes, que des grandes vedettes richissimes et aux mœurs si débridées. D’où le nombre de programmes où ces « stars » sont durement tournées en dérision (*The simple life* avec Paris Hilton).

La télévision devient un espace dédié à l’Homme d’aujourd’hui, où il peut s’exprimer, se divertir et apprendre de nouvelles choses, en tant que candidat mais aussi en tant que spectateur. Dans certains cas, il peut se transcender et révéler une grande âme, notamment face à d’importantes difficultés (*Koh Lanta*). Dans d’autres, il peut faire connaître à autrui son existence différente, difficile (*Vis ma vie*). Le téléspectateur sensibilisé va alors faire preuve de compréhension et d’humanité, en questions ses a priori et ses préjugés.

La télé-réalité n’est donc pas à refuser dans son ensemble. Prendre plaisir à regarder ce genre d’émission n’est donc pas un péché. Il faut juste savoir choisir dans la multitude de programmes proposés, en écartant ceux où prennent sens les pires critiques émises à l’encontre du genre.

**Analyse de l’éditorial de *La Croix***

La Croix est un quotidien connu pour ses valeurs chrétiennes. Il exprime, aussi, une vision originale de l’actualité, centré sur l’individu, en présentant notamment des hommes et des femmes dont les actions sont porteuses d’espoir.

1. **Une approche originale**

Argumenter en faveur de la télé-réalité, honnie des milieux bien-pensants, constitue une approche originale. Afin que le lecteur ne soit pas rebuté dès les premières lignes, l’exorde reprend ce dont il a déjà connaissance. Il associe cette télévision à la jeunesse, la vulgarité, l’absence de morale, la violence, l’hypersexualité, etc. Son univers est alors planté, le fil argumentaire l’amène au fur et à mesure à revoir ses préjugés. Il s’agit, non pas de creuser un fossé entre chrétienté, valeurs morales conservatrices et monde moderne décadent, mais de concilier la vie moderne et chrétienne. Pour cela, les arguments sont choisis pour créer une passerelle entre les deux.

1. **Un journal ancré dans son temps**

La ligne éditoriale concilie valeurs chrétiennes et vie moderne. Elle recherche donc les avantages de la télé-réalité, ses bons côtés. Pour faciliter la prospection dans le genre télé-réalité, celui-ci a été analysé dans sa version étendue, permettant de mieux appréhender sa diversité. Des exemples concrets illustrent les différents types d’émissions présentés. Ils sont très connus, permettant ainsi au lecteur peu connaisseur de se repérer dans le paysage audio-visuel.

1. **Une vision humaniste**

Le lecteur, aussi téléspectateur, est amené à porter un autre regard sur la télé-réalité. Les valeurs supérieures donnent une nouvelle couleur à ce qui paraissait dépravé. Ainsi, l’individu au centre des préoccupations religieuses est aussi au centre de l’attention de la télé-réalité. Elle en fait un héros. Elle offre à n’importe quel individu l’opportunité de se faire connaître, entendre, mais aussi de montrer son intelligence, sa capacité d’adaptation, etc ; en un mot de se révéler devant des caméras et donc ses semblables. Les parallèles avec la religion sont nombreux. L’éditorial met en évidence l’aspect humain, avec ses errements mais aussi ses merveilles. Il donne cet avantage, à la télé-réalité, de présenter l’Homme tel qu’il est et de s’y intéresser pour cela. La spontanéité et la véracité des faits et des états filmés sont autant d’arguments faisant de la télé-réalité un espace pour les Hommes d’aujourd’hui.

1. **Des idées et un lexique chrétiens**

Le style de l’argumentation repose sur l’usage d’un lexique religieux et l’expression de certaines valeurs. Elles sont présentes mais ne sont pas martelées ; le journal *La Croix* cherchant à s’ouvrir à de nouveaux publics. Les notions de plaisir et de péché concluent l’éditorial, mais elles ne sont que des clins d’œil. Elles offrent toute latitude au lecteur et ne l’enferment plus dans des contraintes. Celui-ci peut donc zapper avec l’assurance de la clémence divine.

**L’éditorial du Canard enchaîné : Une famille en dés-or-dre**

Au sein de nos chaumières, un nouveau conflit intergénérationnel éclate nos joyeuses familles. Difficile de ne pas prendre parti sur ce sujet, tout le monde semble avoir quelque chose d’intéressant à y ajouter. Le Canard enchaîné aussi. Et il n’hésite pas à tomber dans la mêlée et à défendre sans vergogne les plus faibles : les jeunes, pour une fois.

Vous aurez sans aucun doute devinez qu’il s’agit de ce nouveau phénomène télévisuel qu’est la télé-réalité. Nous connaissons tous par cœur les récriminations faites à son encontre par les biens pensants et les vieux en général. Car oui, la télé-réalité fédère les jeunes. A la pointe des nouveaux bouleversements des émissions en vogue, les jeunes laissent donc de côté leurs anciens, qui ne veulent rien savoir et surtout ne rien voir.

Pourtant, notre génération de futurs vieux croulants a tout à y gagner à intégrer le jeu de ces petits jeunes pour leur montrer de quoi elle est encore capable. Comme disait l’autre, si l’on peut le plus, on peut le moins. Facile, et pourtant la télé-réalité est diverse ; on n’y trouve de tout, des jeux type *Questions pour un champion* aux très hot (commençons à utiliser le lexique de la jeunesse) *Iles de la tentation*. Les chrétiens et autres puritains en frissonnent en leur bonne moralité. Alors, pour tous les anticléricaux et sympathisants athées, pour déplaire à votre concierge bigote, n’hésitez plus, foncez sur ces émissions de télé-réalité et faites en l’apologie devant ce cher être innocent.

Mais attention, le genre télé-réalité apparaissant sous de multiples formes, ne vous méprenez pas sur les dernières modes. Vouloir vous la jouer en répétant les dernières questions de Julien Lepers n’est pas une technique appropriée et vous serez dès lors la victime des risées alentours. Tous les soirs, votre choix de programme sera décisif.

N’ayez plus aucune honte face à vos interlocuteurs encore de l’autre côté et assumez pleinement. Vous aurez la côte chez les jeun’s, au moins. En plus, vous y prendrez même du plaisir, à voir tous ces idiots de candidats emberlificotés dans des situations intenables, se la racontant, ou faisant preuve de leur bêtise sans aucune mesure. Régalez-vous sans gêne, ils sont là pour ça. Et puis, certains en profiteront pour reluquer à loisir certaines créatures plutôt bien roulées.

**Analyse de l’éditorial du Canard enchaîné :**

Le Canard enchaîné est un hebdomadaire indépendant satirique. Il ne prend pas part ; difficile donc de vanter un objet, sans en donner ses inconvénients.

1. **Us et coutumes du journal**

Le *Canard enchaîné* est très vite reconnaissable, dans la mise en page, mais aussi dans le style, avec un langage simple, truffé de mots ou expressions populaires utilisés dans les conversations quotidiennes. Le titre doit se composer d’un jeu de mot ; ici le jeu télévisé *Une famille en or* est détourné pour coïncider avec l’idée principale de l’exorde : le conflit intergénérationnel. Un petit clin d’œil est fait au côté anticlérical du journal, dans l’argument appelant le lecteur à regarder la télé-réalité pour choquer sa concierge, adepte pudique et moralisatrice du culte chrétien.

1. **Point de vue en contre-pied**

Dans cet éditorial, le point de vue adopté détourne un fait de société : la télé-réalité, la présentant sous un axe original. Ses avantages, inconvénients, causes et effets ne sont pas expliqués. Les arguments ont pour objectif de donner, au lecteur, un avis plus positif sur la télé-réalité. Les stéréotypes et tous les « on-dit » sont exagérés à l’absurde. Les traits sont caricaturaux.

1. **Combat intergénérationnel**

Les jeunes et vieux sont opposés, mais ces derniers sont amenés à s’intégrer dans le mode de vie de leurs descendants. Cette caricature opposant deux générations, dépeint à l’extrême cette idée reçue que seuls les jeunes regardent les émissions de télé-réalité. Ce qui suppose alors un conflit de valeurs entre les jeunes, forcément amateurs de cette télévision, et les vieux, eux aussi brossés caricaturalement, restant à l’écart et refusant la modernité. De plus, la télé-réalité devient passerelle entre ces générations et un moyen de suivre la mode, de s’intégrer auprès des jeunes « modernes ».

1. **Connivence avec le lectorat**

L’utilisation des pronoms « nous » et « vous » instaure une communication directe entre le rédacteur du journal et son lecteur. Celui-ci se retrouve, en quelque sort dans certains propos qui semblent émanés de l’expérience du narrateur, qui n’hésite pas à pencher dans l’autodérision. La connivence s’installe aussi, par le biais de l’ironie et de références partagées, et le sourire amusé et complice apparaît sur les lèvres du lecteur.

1. **Convaincre par l’humour**

Le lien intellectuel, unissant l’auteur de cet éditorial et son lecteur, est indispensable pour que celui-ci soit convaincu des atouts de la télé-réalité. L’argumentation prend le pari de faire changer les clichés par l’humour. Ainsi, le lecteur amusé est plus attentif à l’objectif de l’argumentaire : donner au lecteur une vision plus positive de la télé-réalité ; notamment en leur donnant envie de visionner par eux-mêmes les programmes cités, pour se rendre compte de visu. De plus, leur approche sera influencée par cette lecture. Ils chercheront donc les points exprimés ci-dessus et peut-être découvriront, en plus, de nouveaux aspects propres à leur plaire.

**L’éditorial du 20 Minutes : La télé-réalité sans fard**

Nombreuses sont les critiques faites à l’encontre de la télé-réalité. Les intellectuels lui reprochent, notamment, son voyeurisme, sa stupidité, sa vulgarité et son hyper-sexualisation. Les candidats de ces émissions sont eux aussi très mal appréciés par l’élite intellectuelle. Pourtant, cela ne l’empêche pas de faire de l’audimat à chaque soirée. Les téléspectateurs se tromperaient-ils à ce point sur leur choix de divertissement ?

Non, bien entendu. La télé-réalité est devenue omniprésente sur nos écrans. Elle fédère toutes les générations, tous les groupes sociaux et tous les sexes. Son public augmente, tout comme ses programmes. De plus, le seul indicateur de la qualité d’une émission réside dans la satisfaction du public. Il a enfin devant lui un espace qui lui est dédié et qui lui offre la possibilité, en ces temps difficiles, de se changer les idées.

Les programmes proposés sont divers, offrant au public un large éventail de choix en matière de divertissement. Il peut donc aisément trouver l’émission qui lui plaît. Il peut même participer à celle-ci soit en tant que candidat soit simplement en donnant sa voix pour tel ou tel participant depuis chez lui.

Cette diversité ne supporte pas la généralisation qu’en font ces détracteurs. Ces derniers la jugent en effet sur les programmes les plus stéréotypes, regardant le pire et ne s’intéressant pas au reste. Certes certains moments sont osés, si ce n’est obscènes, mais il ne s’agit que de situations bien connues des Hommes en général.

Autre reproche bien connu, celui de l’abêtissement. Les candidats sont de simples individus qui ne jouent pas un rôle, mais restent eux-mêmes. Ils sont représentés tels qu’ils sont véritablement. Alors oui, parfois le dialogue n’est pas très construit et ne porte pas sur des sujets dignes de ce nom, mais ils sont vrais. Ce sont des discussions de ce genre que les individus ont au quotidien.

La télé-réalité n’est donc pas la somme de ce qu’en disent ces pourfendeurs. Elle est un concept télévisuel mettant à l’honneur l’individu simple, avec sa personnalité, ses défauts, ses problèmes ; tout ce qui le différencie d’un acteur jouant la comédie. En ces temps de crise, la télé-réalité offre aux candidats chanceux la possibilité d’arrondir ses fins de mois difficiles et aux spectateurs un espace de divertissement, loin de ses difficultés quotidiennes.

**Analyse de l’éditorial du 20 Minutes**

20 Minutes est un quotidien gratuit diffusé dans les villes importantes. Il cible un public de jeunes citadins. La télé-réalité est donc un phénomène de société qu’ils connaissent bien, généralement. Les critiques à son encontre leur sont bien connus. L’argumentation de l’éditorial détourne ces critiques et en prend le contre-pied.

1. **L’audimat**

Chaque reproche énoncé par les bien-pensants est démonté, laissant apparaître les qualités de la télé-réalité. C’est une démonstration par l’absurde. D’abord, leur réprobation est opposée à un argument concret sans équivoque : l’audimat. Alors qu’une minorité tempête contre, de plus en plus de téléspectateurs regardent ce type d’émissions. Il s’agit donc d’opposer une minorité à un plus grand nombre. Ce trait est accentué par une question rhétorique sans appel et par une assertion faisant de l’audimat le seul juge de la qualité des programmes télévisuels.

1. **La diversité de la télé-réalité**

Dans cet éditorial aussi, la télé-réalité est présentée dans toute sa diversité. Cet argument est utilisé pour décrédibiliser les critiques des réfractaires à cette télévision. Leur vision de celle-ci est une généralisation, qui ne prend pas en compte les différences. Elle est donc biaisée et fallacieuse. Ce qui amène le lecteur à remettre en question tout ce qui a pu être déjà dit sur le sujet par de grandes éminences pensantes.

1. **Deux univers différents**

A son tour, le reproche d’abêtissement est lui aussi détourné. Ce qui semble, aux yeux des intellectuels, stupides et sans intérêt, n’est que l’image du quotidien des individus. La sexualité, envahissant ces programmes, est présentée comme relevant de la nature du genre humain, donc naturelle et allant de soi. Le fossé entre les élites et le reste des individus est ici clairement énoncé. Leurs visions du monde différent, donc ils ne peuvent pas comprendre ce qui est le quotidien, les intérêts et les préoccupations des gens simples. Ce décalage est aussi visible dans le type des arguments, qui concède un fait ou un état, avant d’exprimer un argument supérieur au premier propos.

1. **Les qualités**

Les qualités prêtées à la télé-réalité apparaissent d’autant plus fortes que les reproches qui lui ont été faits, ont été démontés en amont. De plus, le fort audimat ainsi que la diversité du public, sont autant d’arguments de poids pour légitimer ces qualités : l’aventure et le divertissement pour le candidat et le téléspectateur. Placé dans un contexte de crise, le divertissement comme le gain du vainqueur, apparaissent comme justifiés.

1. **La majorité**

L’ensemble de l’éditorial est écrit dans un style simple. Le pronom « on » permet une approche générale, du côté de la majorité, sans plus d’engagement de la part du rédacteur. Les arguments sont très clairement énoncés, faciles et rapides à lire. L’argumentation a pour objectif d’assurer les admirateurs de télé-réalité dans leur goût et de faire pencher les autres, ceux qui n’aiment pas, vers l’opinion majoritaire, celle énoncée par l’audimat.