

# LA TÉLÉVISION DANS LES MODES DE VIE CONTEMPORAINS

La plupart des foyers n'ont eu accès à la télévision qu'à partir des années cinquante. Actuellement, les Français y consacrent, en moyenne, environ trois heures de leur temps quotidien, ce qui illustre son importance dans les modes de vie contemporains.

Cette consommation est mesurée de plus en plus précisément grâce à de nouvelles techniques ; en effet, le succès d'un programme se caractérise avant tout par l'audience - que recherchent les annonceurs - et non par sa qualité intrinsèque. Néanmoins, la simple mesure de taux d'écoute ne permet pas de cerner l'impact réel de la télévision sur les modes de vie.

Bien que la télévision ait un attrait indéniable sur les téléspectateurs (I), on assiste à une évolution du public vers plus de maturité (II).

## I - La place considérable de la télévision dans les modes de vie

La télévision est ancrée dans la vie quotidienne des Français (A) et son influence ne fait pas l'unanimité (B).

### A. Le petit écran fait partie du quotidien des Français

La télévision est rentrée dans les mœurs et la durée de consommation des téléspectateurs, depuis quelques années, est globalement stable, mais certains en abusent, cette occupation empiétant parfois sur leur temps de sommeil.

Qu'il s'agisse des programmes regardés ou du temps d'écoute, les habitudes de consommation diffèrent sensiblement selon l'âge et l'activité des personnes mais, plus ou moins, les gens regardent la télévision à tout âge.

La télévision a acquis une place à part entière au sein de la famille. Elle peut être, dans certains cas, un facteur de cohésion qui rassemble parents et enfants mais également, parfois, une source de conflits ; c'est pour cela que certains achètent un second poste.

La télévision est un média mais il s'agit aussi d'un loisir : ce peut être tout simplement un moyen de se divertir. D'ailleurs, les téléspectateurs regardent parfois la télévision sans y prêter une grande attention.

### B. Un impact controversé sur les modes de vie

La télévision est l'objet de nombreuses critiques ; elle est accusée, entre autres, de nuire aux relations sociales et à la scolarité des enfants. Les problèmes viennent, en pratique, du temps d'écoute - lorsqu'il est excessif - et non de la qualité des programmes.

L'influence de la télévision est exagérée ; on la désigne même comme étant responsable du manque de sommeil ou du comportement violent de certaines personnes. Certes, la télévision peut avoir des effets néfastes, mais c'est une mauvaise utilisation de cet outil, en particulier une consommation excessive, qui est nuisible.

Il faut que les téléspectateurs parviennent à trouver un équilibre dans leur consommation de télé, qu'ils se comportent avec modération, qu'il s'agisse de programmes divertissants ou éducatifs.

Certaines personnes sont plus ou moins influençables et la télévision détient, quoi qu'on en dise, un pouvoir de persuasion. Toutefois, il ne faut pas surestimer cette influence : la plupart des gens ne sont pas démunis face à leur écran et font preuve, dans une certaine mesure,

d'esprit critique. Ce n'est pas parce que l'on voit des programmes violents qu'on le devient nécessairement, mais les images peuvent choquer.

Il convient de relativiser l'influence de la télévision, d'autant plus que la diversité des programmes et l'évolution des techniques entraînent une modification des mentalités.

## II – Vers de nouveaux rapports avec la télévision

Le comportement des téléspectateurs évolue (A) ; il en résulte moins de passivité et une plus grande liberté (B).

### A. Les téléspectateurs regardent différemment la télévision

Les gens sont mieux équipés ; par exemple, 3 Français sur 4 possèdent un magnétoscope. En outre, on assiste à la multiplication des chaînes, en particulier sur le câble.

Alors que les téléspectateurs, auparavant, se caractérisaient par leur fidélité à une chaîne, ils n'hésitent plus à changer de programme. Les causes de cette modification de comportement sont multiples.

Les progrès techniques (télécommandes, magnétoscopes) font qu'il devient plus facile d'effectuer une sélection des programmes intéressants. L'augmentation de l'offre est une autre cause de ce phénomène ; il est possible d'accéder à de nouvelles chaînes avec le câble, Canal +, Arte, etc. De plus, l'excès de publicité sur les chaînes traditionnelles contribue à cette évolution.

Le zapping est un aspect de ce changement. Bien que perçu comme une infidélité par les programmeurs, il conduit finalement ceux qui le pratiquent à rester fidèles à la télévision. Cependant, il risque aussi d'accroître la sensation de redondance due notamment aux rediffusions et, ainsi, de lasser ces téléspectateurs.

### B. Une nouvelle façon de regarder la télévision qui débouche sur plus de maturité

Les téléspectateurs tendent à effectuer une sélection de programmes en retenant, sur chaque chaîne, ce qui les intéresse ou ce qui est susceptible de leur procurer une certaine satisfaction. Ils sont plus actifs alors qu'ils avaient, dans les années soixante ou soixante-dix, une attitude passive devant la télévision ; le zapping est une pratique qui témoigne de l'aptitude des téléspectateurs à pouvoir naviguer de chaîne en chaîne. Ainsi, les téléspectateurs disposent d'une plus grande liberté.

Les gens savent mieux utiliser la télévision ; ils en ont une meilleure maîtrise, en particulier les enfants. La télévision est devenue un produit alors que c'était, jusque-là, un service. La plupart des téléspectateurs ont par conséquent un regard de plus en plus critique à l'égard de ce média et des informations qu'il diffuse ; ils y accordent moins de crédit et les enfants ont même tendance à s'en désintéresser, attirés notamment par les jeux vidéo.

En définitive, la télévision reste un élément à part entière dans la vie des Français, elle conserve une certaine influence, mais le public tend à avoir plus de recul et à la considérer comme un simple outil. Cette évolution conduit à une plus grande liberté des téléspectateurs.

Pour parvenir à mieux connaître l'impact de la télévision sur les modes de vie, il faudrait être en mesure de quantifier précisément l'attention des personnes face aux programmes télévisuels.