

Exemple de relevé d'idées

Il s'agit ici de la méthode des colonnes.

Document 1	Document 2	Document 3	Document 4	Document 5	Document 6	
<p>La télévision a acquis une place importante dans la vie des Français. Ils passent, en moyenne, 3 heures à la regarder chaque jour.</p> <p>Les téléspectateurs les plus assidus sont moins attentifs et ils accordent de moins en moins de crédit à ce média.</p> <p>Ce phénomène est accentué par la multiplication de l'offre (davantage de programmes) ; le zapping en est un aspect.</p> <p>Aussi ne faudrait-il pas évaluer la concentration avec laquelle les gens regardent la télévision ?</p>	<p>Les téléspectateurs deviennent plus libres et critiques à l'égard de la télévision. Les enfants ont même tendance à s'en désintéresser.</p> <p>Toutefois, certaines catégories de téléspectateurs, notamment les personnes âgées, conservent un comportement traditionnel (consommation forte et passive).</p>	<p>Les adultes regardent davantage la télévision que les enfants, sans forcément y prêter une grande attention.</p> <p>La télévision est un élément qui a une place à part entière au sein de la famille ; elle peut renforcer les liens, mais ce peut être également une source de conflits (d'où l'utilité d'un 2nd poste).</p> <p>Les problèmes viennent du temps d'écoute, lorsqu'il est trop long, et non de la qualité des programmes.</p> <p>La télévision est l'objet de nombreuses critiques (on l'accuse de nuire aux relations sociales, à la scolarité des enfants). Il faut en fait que les téléspectateurs apprennent à la regarder. Il est nécessaire de trouver un équilibre dans la consommation de télévision, qu'il s'agisse de programmes divertissants ou éducatifs.</p>	<p>La consommation excessive de télévision serait nuisible : elle conduirait, entre autres, à un manque de sommeil ou à un comportement violent. Ces méfaits proviennent d'une mauvaise utilisation de la télévision.</p> <p>Mais la plupart des téléspectateurs ont un regard de plus en plus critique à l'égard de la télévision et des informations qu'elle diffuse, bien que celle-ci ait tout de même une certaine influence sur leur comportement.</p>	<p>Depuis quelques années, la "consommation de télé" est stable, mais elle s'effectue d'une façon différente. Les téléspectateurs sont devenus mobiles alors qu'ils se caractérisaient par leur fidélité à une chaîne → plus de liberté dans le choix.</p> <p>Les causes de cette nouvelle tendance sont :</p> <ul style="list-style-type: none"> - les nouveaux moyens technologiques (plus de facilités de sélection), - l'augmentation de l'offre (plus de chaînes), - l'excès de publicité sur les chaînes généralistes (TF1, France 2 et 3). <p>On constate une meilleure maîtrise dans l'utilisation de la télévision, qui n'est plus perçue comme un service, mais comme un produit. Les téléspectateurs sont en train de devenir des "télénavigateurs".</p>	<p>Le zapping est une preuve de la présence active du téléspectateur.</p> <p>L'infidélité du zappeur à une chaîne ne permet-elle pas, en fait, de rester fidèle à la télévision ?</p> <p>Limite : il risque d'accroître la sensation de "déjà vu" et donc la lassitude du téléspectateur.</p>	<p>Introduction</p> <p>La mesure de l'audience s'est améliorée ; d'un point de vue commercial, elle importe plus que la qualité des programmes. (document 6)</p> <hr/> <p>Transition</p> <hr/> <p>Conclusion</p> <p>Ne faudrait-il pas prendre en compte l'attention des téléspectateurs, en plus de l'audience ? (fin du document 1)</p>