

**TRANSFORMER LE PAYSAGE AUDIOVISUEL POUR LE BIEN-ÊTRE DES TÉLÉSPECTATEURS :
POUR UN SYSTÈME CENTRÉ SUR L'USAGER**
Conclusions intermédiaires de l'étude de la Fabrique Spinoza à sortir en février 2012



En 2011, les Français ont en moyenne regardé la télévision 3h32 par jour, selon un sondage Médiamétrie, ce qui place la télévision à la deuxième dépense de temps hors sommeil dans une journée, derrière le travail payé. Plus important encore, si on considère le temps de visionnage sur toute une vie, la télévision prend la première place, devant le travail. La télévision est devenue une activité fondamentale de notre vie et pour cause, nous la regardons en moyenne 10 ans au cours de notre vie.

Pourquoi passe-t-on autant de temps à regarder la télévision ? On pourrait penser que la place importante accordée à cette activité se justifie par un apport en termes de satisfaction élevé dans la vie des Français. Paradoxalement, des études montrent que ce n'est pas le cas : le plaisir suscité par le visionnement de la télévision est faible. Sur la base de la déclaration des usagers, la satisfaction obtenue est médiocre, la télévision obtenant une note de 4,8/10, très loin derrière les autres loisirs¹. Elle a beau être considérée comme distrayante, avec le recul son impact est globalement négatif sur le bonheur des individus² : plus le temps passé devant le poste est important moins l'individu s'estime heureux. Egalement, plus l'évaluation de l'expérience s'éloigne du début du visionnage, plus la satisfaction déclarée décroît. Qu'ils aient ou pas conscience de cette satisfaction médiocre, nombreux sont les usagers qui cherchent à diminuer leur « consommation » de télévision.

D'autres études s'attachent à démontrer les aspects nocifs pour l'individu³, en particulier les enfants, ciblant la violence, l'impact sur la santé (plus précisément sur le sommeil et la concentration), et le développement de l'enfant. *Sans verser dans le débat pour ou contre la télévision, il est possible d'avancer que celle-ci présente des dangers potentiels pouvant devenir effectifs ou non selon la manière dont on la regarde.* Le danger pour l'enfant est plus palpable car celui-ci n'est pas encore capable d'exercer son jugement et de prendre du recul par rapport à ce qu'il voit. C'est pourquoi les parents doivent accompagner le visionnage de la télévision en apprenant aux enfants à faire la distinction avec le monde réel. Les dérives au sein du Paysage Audiovisuel Français rendent de surcroît de plus en plus nécessaire cette distanciation : des stratégies commerciales s'appuyant sur les neurosciences tendent par exemple à flouer la frontière entre les programmes et les espaces publicitaires, laissant le téléspectateur moins à même de distinguer ce qui est de la publicité et ce qui n'en est pas.

I. Changer le rapport à la télévision – Eclairer et libérer

La télévision fournit à chaque instant des contenus, des idées, des thèses, des images qui sont réceptionnés par les usagers. Face à ce flot continu d'informations, il semble bénéfique, voire nécessaire qu'une **éducation à la télévision et plus globalement aux médias** soit dispensée aux enfants ainsi qu'aux parents. Apprendre à regarder la télévision (comprendre ses mécanismes, ses effets, ses pratiques, ses intentions ou biais possibles, etc.) permettrait de prendre de la distance y compris par rapport à sa consommation, et d'adopter un point de vue critique par rapport à l'information réceptionnée, donc éclairer et développer la liberté du téléspectateur.

La volonté de prendre du recul non pas par rapport au contenu mais par rapport à l'acte en lui-même de regarder la télévision, pour éviter le phénomène de surconsommation (sur une base auto-déclarée), pourrait être accompagnée grâce au **développement de modalités d'autocontrôle temporel** aidant les téléspectateurs à mieux gérer leur temps de visionnage, et à révéler les automatismes d'allumage du poste. Ces modalités permettraient notamment d'informer les individus sur le temps passé dans la journée et dans la semaine devant la télévision. Des aménagements de ce type, simples et qui laissent à l'individu toute liberté de choisir ou non de rester devant la télévision, visent à renforcer le contrôle des téléspectateurs sur leur pratique, et développer leur liberté « effective » (cf. Amartya Sen) ou « éclairée » (cf. Robert Misrahi).

1 Robinson et Godbey, 1995

2 Frey, 2007, « Does Watching television make us happy ? »

3 Michel Desmurget, 2011, Télévision Lobotomie

II. Rendre acteurs les téléspectateurs - Agir

En effet, l'une des caractéristiques de la télévision est qu'elle rend l'individu spectateur, c'est-à-dire passif, physiquement mais aussi, dans une certaine mesure, mentalement. C'est une activité qui ne demande aucun effort, ni même parfois celui de focaliser son attention sur un écran. Le développement de programmes interactifs faisant appel à une **participation de l'individu via les nouvelles technologies** pourrait redonner une place plus active à l'utilisateur, faire de lui un « téléacteur ».

Cette participation du téléspectateur se décline également au niveau de l'évaluation des contenus. Permettre aux individus de partager leur avis sur les programmes qu'ils visionnent donnerait à la télévision un nouvel essor, où les téléspectateurs auraient la **possibilité de noter les programmes**. Des systèmes facilitant la notation des émissions devraient être développés et diffusés, et les résultats des avis rendus accessibles, via des plateformes, à l'ensemble des téléspectateurs et des professionnels des médias. La mutation de la télévision, axée sur l'opinion et la satisfaction des individus (au delà de l'audimat qui est binaire), informerait les chaînes de ce que pensent les téléspectateurs, incitant celles-ci à prendre en compte ces avis dans leur programmation, tout en donnant aux téléspectateurs des clés supplémentaires pour décider et choisir leur visionnage. La télévision publique pourrait par exemple être évaluée à l'aune de la satisfaction déclarée de ses téléspectateurs.

III. Moderniser les contenus – (re)-Connecter

La mise en place d'une télévision plus interactive va de pair avec une modernisation de ce média dans sa globalité. Cette transformation a déjà été amorcée : la multiplication des chaînes avec le câble et la TNT, la télévision Replay, les passerelles avec les nouvelles technologies qui mettent à disposition les programmes sur les sites internet des chaînes. Les liens qui se tissent entre télévision et internet changent la manière dont le public choisit de regarder la télévision. Ces nouveautés rencontrent un certain succès auprès des jeunes téléspectateurs qui apprécient de pouvoir visualiser les programmes pendant ou après leur diffusion sans passer par l'objet télévision.

Dans la lignée de la modification des habitudes de visionnement, la nouvelle télévision **proposerait des passerelles inter-contenus** à la fin des programmes. En s'inspirant des systèmes déjà existants dans d'autres médias, les chaînes pourraient mettre en avant des contenus similaires à celui qui vient d'être visionné, sur le mode « si vous avez aimé ce programme, vous aimerez peut-être... ». Ce système est aussi intéressant pour le téléspectateur qui se voit proposer des programmes auxquels il n'aurait peut-être pas pensé, que pour les chaînes de télévision qui mettent en avant des programmes *via* des liens qui redirigent le téléspectateur vers d'autres contenus. La télévision est souvent taxée d'instance de désocialisation. Un pont jeté d'un programme télévision (donc virtuel) vers une activité réelle (club, association, sport, etc.) permettrait de capitaliser sur le potentiel de connexion, socialisation et de vie réelle du média. *In fine*, il s'agirait d'œuvrer pour le bien-être du téléspectateur *via* la connexion entre les connaissances et avec les activités télévisuelles et réelles.

IV. Améliorer la gouvernance du Paysage Audiovisuel Français – Participer et Dialoguer

La prise en compte des usagers passe aussi par une **intégration des téléspectateurs au niveau de la gouvernance du Paysage Audiovisuel Français** (PAF). Actuellement, les individus en tant que consommateurs ne sont pas présents au sein des lieux de décision de la télévision française. Étant donné la place fondamentale qu'elle prend dans la vie des individus, il semble indispensable que ceux-ci soient présents au sein de ces instances et représentent les intérêts de téléspectateurs. D'une part, des organes telles que le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) gagneraient à intégrer ces avis, et d'autre part, des lieux de concertations où seraient représentés pouvoirs publics, professionnels des médias et citoyens seraient un atout pour améliorer la gouvernance du PAF. Enfin, il faudrait œuvrer pour le **développement d'associations d'usagers de la télévision**, à l'image de « Les Pieds dans le PAF »⁴, qui agit depuis plus de vingt ans pour que la télévision soit présentée comme une question politique et sociale majeure. Il s'agit d'œuvrer pour s'assurer que la télévision soit bien au bénéfice des téléspectateurs.

En conclusion, la Fabrique Spinoza formule des propositions qui permettent de développer la liberté effective ou la puissance du téléspectateur vis-à-vis de la télévision, via l'éducation, l'autocontrôle, la pro-activité, la notation, l'interconnexion, et la participation à la gouvernance. Ce faisant, le potentiel de génération de bien-être de la télévision, tant en termes de divertissement que de développement, peut être augmenté.

⁴ Seule association dédiée en France, située à St Nazaire, non nationale, 1 seul salarié