

Télévision : un bouleversement socio-culturel

Robert Claude

Number 43, December 1965

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/51789ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

La revue Séquences Inc.

ISSN

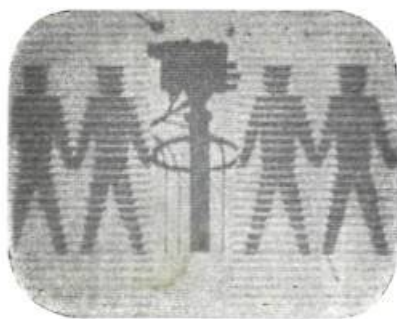
0037-2412 (print)

1923-5100 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Claude, R. (1965). Télévision : un bouleversement socio-culturel. *Séquences*, (43), 76–80.



TÉLÉVISION

Un bouleversement socio - culturel

Robert Claude

Récemment, à l'occasion de son 25^e anniversaire, la B.B.C. a réalisé un reportage qui permit à ses spectateurs de réaliser la puissance mondiale de la T.V. Dans ce but, ses reporters sont allés se promener à travers le monde, partout où fonctionne le petit écran. Les séquences de ce reportage font voir, dans chaque pays visité, les publics de la T.V., leurs réactions, la réalisation des émissions, et même la fabrication des postes.

1. Puissance obsédante

Pour les Italiens, la T.V. n'est pas seulement un instrument de distraction et d'information. La nouvelle technique sert à lutter contre l'analphabétisme. Groupés dans les cafés, autour du petit écran, des hommes et des femmes adultes apprennent ainsi à écrire.

En Thaïlande, plusieurs chaînes officielles et officieuses se concurrencent : celle du gouvernement, celle de l'armée, celle de la police.

Aux Etats-Unis, lorsque les parents, trouvent, le soir, les enfants s'attardant à regarder un spectacle de T.V., ils les envoient au lit et s'installent à leur place. Mais les enfants, la figure barbouillée de savon, prolongent leur toilette du soir, car le cabinet de toilette, comme le salon, est pourvu d'un appareil de T.V.

L'impression dominante qui se dégage de la vision de ce reportage, c'est la puissance obsédante de la T.V. et la variété de l'usage que l'on peut en faire : transmission immédiate des nouvelles, émission d'un spectacle de cirque à domicile, propagande politique, diffusion de la culture, prolongement de l'enseignement, projection d'un film, musique, sports, etc. La T.V., c'est tout cela, chez nous, à la portée de notre main et de nos yeux. Dans les cafés de Milan, sur les places du Caire, dans les foyers des cinq continents, des hommes, des femmes, des enfants, se rassemblent, devenus soudain immobiles, réceptifs, passifs, pour regarder les images qui se succèdent rapides sur le petit écran ⁽¹⁾. Combien sont-ils dans le monde à être soumis, chaque jour, à chaque instant, à cette extraordinaire suggestion ?

2. Emprise universelle

Il y a aujourd'hui, dans le monde, environ 130 millions de postes

(1) Cf. *Le Monde*, 15 octobre 1964.

récepteurs, ce qui fait 650 millions de téléspectateurs. En 10 ans, de 1955 à 1965, le nombre total de récepteurs a augmenté de 75 millions. Réservé, à l'origine, aux pays industrialisés, cet essor a atteint les nations les moins favorisées. La T.V. fonctionne dans 72 pays et est en voie d'installation dans 23 autres. Elle compte aujourd'hui 1962 postes émetteurs. Chaque jour, dix mille nouveaux téléviseurs entrent en service, soit, chaque jour, 50,000 nouveaux téléspectateurs. D'après les statistiques officielles, pendant les derniers Jeux Olympiques, 25,000 nouveaux appareils ont été achetés en Suède; en Finlande, la vente a décuplé. L'expansion de la T.V. est spectaculaire dans des pays comme le Japon, qui possède 108 postes émetteurs et 6 chaînes, ou les U.S.A., dont elle est la quatrième industrie nationale, avec 54 millions de téléviseurs, 592 postes émetteurs indépendants et, dans certaines villes, 7 programmes simultanément offerts, jour et nuit, aux téléspectateurs; 98% des foyers y possèdent un poste et 10% de ceux-ci en ont deux.

En 1960, la Belgique possédait 400,000 postes, la France 1,900,000, l'Allemagne Fédérale 4,000,000, le Canada : 4,500,000 ⁽²⁾, la Grande-

(2) Pour le Canada, les chiffres sont ceux de 1965, tels qu'ils sont donnés par le rapport Fowler ; 92% des foyers ont un poste.

Bretagne 12 millions, les Etats-Unis 53 millions. Ceci fait : Etats-Unis, un poste par 3 habitants; Angleterre et Canada, 1 par 4 habitants; Allemagne, 1 par 12; Belgique, 1 par 21; France, 1 par 22.

Des pays de vieille civilisation, comme la France et la Belgique, ont longtemps hésité : soit qu'ils n'y croyaient pas, soit qu'ils considéraient la T.V. comme un moyen d'expression inférieure. Mais aujourd'hui, ce cap des hésitations et des tâtonnements est franchi d'un pas alerte. Actuellement, en France, un million de postes sont vendus chaque année, soit 3,000 par jour.

Nous assistons ainsi à une révolution qui est à la fois politique, sociale, culturelle et religieuse. Nous sommes en face d'un phénomène aussi important dans l'histoire de l'humanité que l'apparition du livre imprimé. Les grandes stations de T.V. jouent désormais dans le monde un rôle aussi capital que celui pris par les premiers imprimeurs le long des bassins du Rhin et du Rhône, depuis Anvers jusqu'à Milan. La Renaissance, la Réforme, l'apparition du capitalisme, sont nées de quelques inventions dont celle du livre est la principale. De la T.V., sont en train de sortir des bouleversements aussi importants.

3. Dictature invisible

Sans que nous nous en doutions, la T.V. exerce dans les pays les plus démocratiques une véritable dictature. Des centrales de production d'émission choisissent les pièces de théâtre que nous allons voir, nous offrent à domicile certains films et pas d'autres, composent à notre place les spectacles de variété, assemblent et interprètent les événements d'actualité qui nous seront présentés sous un certain angle.

Quel risque de conditionnement, et de conditionnement politique, physique, psychique, mental, social, total. Si nous considérons la polyvalence de la T.V. et ses aspects multiformes, nous ne pouvons pas ne pas réprimer un premier geste d'effroi. Cette "propagande" dont nous dénonçons l'horreur dans les Etats totalitaires, parce que, prenant le citoyen dès son enfance, elle le mène à travers les lavages de cerveau jusqu'à une sorte de monotonie totale dans le jugement, la réflexion et les façons de voir, et même de vivre..., voici qu'elle s'installe chez nous sous une forme insidieuse, confortable et familiale.

4. Incidences quotidiennes

Combien de temps passe-t-on devant le poste ? Dans des pays comme la France et la Belgique, il semble que la moyenne, tant pour les jeunes que pour les adultes, soit de

deux heures par jour. Cela ne paraît pas excessif à première vue : mais ces 15 heures hebdomadaires de T.V. sont prises sur les 25 heures de loisirs dont dispose normalement un travailleur de ces pays : cela mérite réflexion. Nous sommes loin cependant de ce que révèle une enquête faite en Californie auprès de jeunes étudiants du secondaire : 30 heures de T.V. par semaine, contre 25 heures de classe.

Le temps passé devant le poste dépend évidemment de différents facteurs. Pas de l'âge, semble-t-il, bien qu'il existe un âge privilégié de la T.V. : de 10 à 12 ans. Freinent l'usage du poste : les tâches professionnelles (on connaît pourtant des médecins qui changent leurs heures de consultation à cause de la T.V.), les travaux scolaires, les devoirs sociaux, l'inscription à un club sportif ou à un mouvement de jeunesse.

La T.V. recule aussi l'heure du coucher. Il est certain qu'en ce siècle de la T.V., on se couche tard. Mais la T.V. ne fait que suivre le courant du siècle. Avant de charger la T.V., chargeons notre époque de noctambulisme.

La moitié des Français reconnaissent se coucher plus tard à cause de la T.V. En Angleterre, plus d'un tiers des enfants sont devant le poste après 22 heures. En Californie, — encore — 58% des enfants sui-

vent les émissions après minuit au moins une fois par semaine. En Belgique, une enquête auprès d'étudiants de 17 ans révèle que durant le mois d'août leur heure moyenne de coucher a été une heure du matin, notamment à cause de la T.V.

La télévision influence même notre ameublement et la manière de nous vêtir. Dans les revues féminines, on trouve la mention : "Vêtements pour le spectacle télévisé : tenues d'intérieur soignées, ou robes somptueuses pour recevoir vos amis". Et encore : "Pour vos télé-lunchs : le "bras palette", très long qui présentera vos sandwichs et vos gâteaux sans déranger vos invités — verres TV, sur pied de 25 cm : on boit sans quitter des yeux l'écran, etc". Tel fabricant a fait fortune en construisant des tables en tiers de cercle, permettant de dîner en famille tout en regardant la T.V.

5. "Massification" et standardisation

La raison principale de l'influence exercée par la T.V., c'est qu'elle atteint tout le monde dans une société globale donnée.

On est étonné de trouver des récepteurs même dans les taudis. *Télé-Revue* rapporte le trait suivant. Dans une seule pièce d'un taudis d'un quartier misérable italien où vivent huit personnes, le seul espace libre est occupé par un énor-

me téléviseur. Et voici le dialogue qui s'engage :

—Excusez-moi, mais qu'est-ce qui vous a amenés à acheter un objet aussi luxueux ?

—Parce que nous sommes pauvres.

—Comment ?

—C'est pourtant clair. Ceux qui ont de l'argent peuvent se distraire de mille façons. Nous, point. Nous sommes huit; seulement en allant au cinéma nous dépenserions une fortune. Par contre, avec 10,000 livres par mois, nous achetons un téléviseur qui constitue pour nous à la fois le cinéma, le théâtre, le stade, l'opéra, les variétés et bien d'autres choses encore. A partir de cinq heures et demie, nous regardons la T.V., nous ne pensons plus à nos misères. Vous comprenez, nous avons trop d'enfants et nous sommes trop pauvres pour sortir de notre trou. La T.V. nous apporte le monde à la maison.

Cette anecdote nous éclaire sur l'importance sociale et familiale de la T.V. : dans ce taudis, tous voient tous les spectacles sans discernement, les marmots, les enfants, et les adolescents.

On a pu croire, il y a quelques années, que dans les pays de vieille culture, comme la France et la Belgique, tous les milieux sociaux ne

seraient pas atteints de la même façon. Les bourgeois, les intellectuels, les membres des classes moyennes se refusaient à acheter un poste : ils en craignaient les répercussions sur leur vie familiale; ils éprouvaient même quelques mépris pour la T.V. Les enquêtes récentes montrent que ces milieux sont de plus en plus gagnés.

Les hommes, chargés d'établir les programmes ou de réaliser les émissions, s'adressent de plus en plus à l'ensemble de la nation : hommes et femmes, riches et pauvres, vieillards, adultes et enfants, croyants et athées, ruraux et citadins.

Chaque jour, chaque homme connaît donc cette magnifique et terrible servitude. Il est évident que l'homme qui sera assis deux heures durant, chaque jour, devant son petit écran, et cela pendant dix ou vingt ans, ne sera plus le même. Un nouvel homme est né. Il est évident aussi que cette T.V., qui convient aux riches comme aux pauvres, aux malades comme aux bien-portants, aux actifs comme aux retraités, aux Canadiens comme aux étrangers, entraîne déjà et entraînera de plus en plus un phénomène de "massification" et de standardisation. L'homme collectivisé de la T.V. sera aussi différent de l'homme des livres que celui-ci l'était de l'homme des cathédrales ou de l'homme des papyrus.