

MECANISMES PSYCHOLOGIQUES A LA TELEVISION

La fascination pour l'image, le spectacle et les symboles est ancienne, et fut notamment utilisée par le système panem et circenses mis en place par l'empire romain.

La télévision est un « média de masse » qui offre une gratification immédiate et temporellement apparemment infinie aux téléspectateurs. Celui-ci peut alors rester totalement passif, avec l'illusion de vivre une communication sociale (On lui parle, on lui montre, on le fait rire ou pleurer, on le cultive, mais cette communication est à sens unique, à la différence de l'Internet dans le cas du Web 2.0).

Certaines enquêtes montrent que le petit écran serait l'un des loisirs les plus frustrants pour l'individu qu'est le téléspectateur lui-même. La corrélation entre le nombre d'heures passées devant le téléviseur et les indices de satisfaction est négative. Selon Robert Putnam, comme toute consommation compulsive ou addictive, la télévision est une activité étonnamment peu valorisante.

©wikipedia