

Zeitschrift: Domaine public
Herausgeber: Domaine public
Band: - (1974)
Heft: 255

Artikel: Télévision et radio selon le goût du public
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1026320>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 30.12.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Télévision et radio selon le goût du public

La télévision vit à l'heure des sondages d'opinion. Les programmes dépendent en grande partie des résultats des enquêtes effectuées auprès d'un nombre grandissant de téléspectateurs (près de 150 000 par an) qui sont interrogés oralement ou par téléphone sur leurs habitudes et intérêts en matière de petit écran. Le Conseil fédéral va même plus loin: « Les sondages auprès du public équivalent, dans une large mesure, à une intervention des auditeurs et téléspectateurs en matière d'élaboration des programmes. Ils permettent de reconnaître exactement les besoins des divers milieux et d'en préciser en quelque sorte l'importance numérique. C'est grâce à ces sondages qu'il est possible de déterminer et d'apprécier facilement la structure des opinions, vues, désirs et besoins d'un public de plusieurs millions de personnes. Il est plus facile d'établir un équilibre de cette manière qu'en recourant à des commissions paritaires » (Message à l'Assemblée fédérale concernant l'insertion dans la Constitution d'un article sur la radiodiffusion et la télévision).

Les sondages en lieu et place de l'imagination, ou la loi des moyennes appliquée au petit écran. Pas besoin de voyantes donc pour savoir ce que vous verrez à la TV en 1974. Il suffit de lire les sondages. Voici le sondage d'opinion type réalisé en 1972:

En Suisse alémanique, on regarde la télévision pendant 1 heure et 18 minutes par jour en moyenne, du lundi au vendredi, et pendant 1 heure et 40 minutes le samedi et le dimanche.

Il est apparu d'autre part qu'on écoute la radio quotidiennement pendant 1 heure et 25 minutes en moyenne du lundi au vendredi, 1 heure et 44 minutes le samedi et 1 heure et 2 minutes le dimanche.

Les mêmes personnes ont passé 25 minutes en moyenne par jour à la lecture des journaux du lundi au vendredi, 35 minutes le samedi et 32 minutes le dimanche.

Du lundi au samedi, on préfère écouter la radio que regarder la télévision; le dimanche, c'est le contraire.

Si l'on compare les régions, on constate qu'en Suisse romande et en Suisse méridionale, on utilise davantage la radio et la télévision qu'en Suisse alémanique. En revanche, les journaux y sont moins lus que dans cette dernière région.

Vu que de nombreuses femmes écoutent la radio en vaquant aux travaux ménagers, il s'ensuit forcément qu'elles le font davantage que les hommes, soit 1 heure et 44 minutes contre 1 heure et 2 minutes. Pour ce qui est de la télévision, les valeurs sont à peu près égales chez les femmes (1 h. et 19 min.) et chez les hommes (1 h. et 17 min.).

L'intérêt pour la radio et la télévision et le temps qu'on y consacre diffèrent beaucoup selon les classes d'âge.

Entre 15 et 24 ans, on passe quotidiennement 55 minutes devant la télévision, 1 heure et 23 minutes entre 25 et 44 ans, 1 heure et 25 minutes dès 45 ans. La comparaison avec le temps employé à la lecture des journaux et de périodiques est des plus intéressantes: les jeunes entre 15 et 24 ans y consacrent 21 minutes, les adultes entre 25 et 44 ans 20 minutes et les plus âgés 33 minutes.

Pour ce qui est de la radio, les écarts sont moindres et les valeurs ne présentent pas la même progression qu'en ce qui concerne la télévision. Entre 15 et 24 ans, on écoute quotidiennement la radio pendant 1 heure et 12 minutes, entre 25 et 44 ans pendant 1 heure et 31 minutes et par la suite pendant 1 heure et 24 minutes.

La comparaison entre les diverses classes sociales donne aussi des « résultats très intéressants » lorsqu'on distingue entre les classes suivantes:

1. Les anciens élèves d'écoles primaires et secondaires;
2. Ceux des écoles professionnelles;

3. Ceux des collèges, des écoles normales et des universités.

Il résulte des sondages d'opinion que l'usage de la radio est à peu près égal dans les trois classes, les valeurs ne variant qu'entre 1 heure et 22 minutes et 1 heure et 25 minutes. En revanche, les différences sont sensibles à la télévision, puisque ce sont les personnes les moins cultivées qui y consacrent le plus de temps. En effet, les anciens élèves des écoles primaires et secondaires regardent la télévision pendant 1 heure et 29 minutes par jour en moyenne, ceux des écoles professionnelles pendant 1 heure et 20 minutes et ceux des collèges, écoles normales et universités pendant 50 minutes seulement. Dans la comparaison entre les classes professionnelles, on constate que les personnes haut placées passent beaucoup moins de temps devant la télévision que les ouvriers, par exemple, 56 minutes en moyenne par jour contre 1 heure et 33 minutes, alors que la relation est contraire en ce qui concerne la radio. En effet, les premières sont à l'écoute pendant 1 heure et 52 minutes en moyenne par jour, alors que les seconds ne le sont que pendant 55 minutes. Les personnes ayant de hautes charges professionnelles lisent le journal pendant 25 minutes par jour en moyenne, les ouvriers pendant 18 minutes seulement.

Chronologiquement, la journée se déroule comme il suit. A la radio, on enregistre une première pointe entre 6 h. 30 et 8 heures. Entre 7 heures et 7 h. 30 environ, 15 pour cent des personnes consultées étaient à l'écoute. Une pointe beaucoup plus marquée se produit à midi: presque 35 pour cent des personnes consultées écoutaient la radio à 12 h. 30. Le soir, c'est l'usage de la télévision qui prédomine. Alors qu'il y a encore beaucoup plus d'auditeurs que de téléspectateurs à 18 heures, ils sont en nombre sensiblement égal à 19 heures, puis les derniers prédominent largement sur les premiers dès 20 heures.

Vous reconnaissez-vous ?