

vega

V E N T U R E G A T E



S C R E E N
O D Y S S E Y

HOYOS GUEST

HOYOS / APP



Y3-V15



COMPANY | START-UP | PROJECT LEADER

Découvrez comment notre projet ambitieux vous offre une visibilité exceptionnelle dans le monde "Corporate". Nous vous invitons à saisir cette opportunité unique pour partager vos idées et réussites sur nos pages prestigieuses.

Notre magazine, VEGA "Venture Gate", est un véritable tourisme économique, un moteur de croissance, soutenant les entreprises et les entrepreneurs, qu'ils soient publics ou privés, de toutes envergures, dans leur développement national et international.

Joignez-vous à une économie novatrice et engagée qui englobe divers domaines tels que la technologie, l'industrie, les sciences, la santé, l'éducation, la recherche, l'agriculture et bien d'autres secteurs cruciaux comme les transports et les énergies.

Nous amplifions vos efforts en diffusant notre magazine dans les Ministères, les Ambassades et auprès d'autres acteurs économiques majeurs. Profitez de cette opportunité de faire rayonner votre entreprise et vos projets auprès des organismes influents et diversifiés, propulsons votre succès vers de nouveaux sommets.

MAGAZINE INTERNE DISTRIBUÉ AU
NIVEAU DES MINISTÈRES, AMBASSADES,
FOIRES, ÉVÉNEMENTS, GRANDS HÔTELS,
OPÉRATEURS TÉLÉPHONIQUES
GRANDS OPÉRATEURS ÉCONOMIQUES,
PREFESSIONS LIBÉRALES.

V E N T U R E G A T E



CITRON YELLOW BUSINESS
CORPORATE DESIGN AGENCY
citron.dz/contact@citron.dz

06 • THE PRIME
what's there ?08 • CHAPITRE I
Histoire et origine14 • CHAPITRE II
Évolution de la télévision24 • CHAPITRE III
Télévision vs cinéma28 • CHAPITRE IV
La télévision et l'enfant36 • CHAPITRE V
Consommation des programmes42 • CHAPITRE VI
Technologies de la télévision48 • CHAPITRE VII
La télévision intelligente54 • FOCUS
HOYOS App56 • THE LATE
Fusion

تطبيق جزائري للمصادقة على الشركات
APPLICATION ALGERIENNE
D'AUTHENTIFICATION D'ENTREPRISES



DEVENEZ UNE ENTREPRISE AUTHENTIQUE AVEC VOTRE QR CODE UNIQUE.

En adoptant un QR code unique pour votre entreprise, vous pouvez renforcer votre identité et créer une expérience authentique pour vos clients. Ce code QR personnalisé vous distingue de vos concurrents et permet à vos clients d'accéder facilement à des informations exclusives, des promotions spéciales, ou des contenus interactifs.

En intégrant cette technologie, vous montrez votre engagement envers l'innovation et la transparence, tout en facilitant l'engagement et la fidélisation de votre clientèle. Profitez de cette opportunité pour renforcer votre marque et offrir une valeur ajoutée à votre audience.

TÉLÉCHARGEMENT GRATUIT



hoyos.dz / welcome@hoyos.dz

L'APPLICATION «HOYOS» EST UNE PROPRIÉTÉ DE L'AGENCE HOYOS



IMPRIMERIE NUMÉRIQUE
POUR LES PROFESSIONNELS
DES ARTS GRAPHIQUES



On dit d'un fruit qu'il est mûr
lorsque ses couleurs sont pures.

“THE PRIME”

what's there ?

Dans les années 1950 et 1960, la télévision est devenue une présence incontournable dans les foyers. Les familles se rassemblaient autour de l'unique appareil pour regarder les émissions du soir.

À cette époque, les programmes étaient limités en nombre et en diversité, mais ils jouaient un rôle crucial dans la vie quotidienne. Les émissions de variétés, les actualités et les sitcoms étaient des éléments fédérateurs.

La télévision jouait un rôle central dans la vie domestique, créant des rituels familiaux et renforçant les liens sociaux. Regarder la télévision était une activité collective qui réunissait les générations et alimentait les discussions autour de la table à manger.

Dans les années 1970 et 1980, la télévision a continué à évoluer avec l'introduction de nouvelles technologies et de formats plus variés. L'apparition de la télévision couleur a transformé l'expérience de visionnage, rendant les programmes plus attractifs visuellement.

Les chaînes ont commencé à diversifier leurs contenus pour attirer un public plus large, introduisant des genres tels que les émissions de télé-réalité, les talk-shows et les feuilletons.

La diversification des programmes a permis aux téléspectateurs de choisir des émissions correspondant à leurs intérêts personnels, créant une expérience de visionnage plus individualisée.

Les émissions de variété et les talk-shows ont continué à jouer un rôle central dans la culture populaire, tandis que les séries et les feuilletons offraient des récits plus complexes et engageants.

Les années 1980 et 1990 ont vu l'explosion des chaînes câblées et satellitaires, offrant une multitude de choix. Cette diversité a permis aux consommateurs de découvrir des contenus spécialisés, des chaînes de niche aux films en passant par les documentaires.

Les chaînes câblées ont introduit des formats innovants et des contenus plus audacieux, souvent non disponibles sur les chaînes traditionnelles.

Cette période a également vu la naissance de chaînes dédiées à des genres spécifiques, comme les chaînes de sport, de musique, et de cinéma.

La fragmentation de l'audience a permis une personnalisation accrue des habitudes de visionnage, chaque téléspectateur pouvant choisir des programmes correspondant à ses goûts particuliers.

Les chaînes d'information en continu ont transformé la façon dont les gens consomment l'actualité, offrant des mises à jour en temps réel et des analyses approfondies.



L'arrivée des chaînes satellitaires a également ouvert la porte à la diffusion internationale, permettant aux téléspectateurs d'accéder à des contenus de différentes cultures et langues.

Cette ouverture a non seulement élargi les horizons des téléspectateurs mais a aussi contribué à une meilleure compréhension des perspectives culturelles et sociales globales.

Avec l'arrivée des services de streaming comme Netflix, Amazon Prime, et Disney+, les modes de consommation ont radicalement changé. Le "binge-watching" est devenu un phénomène courant, où les consommateurs regardent plusieurs épisodes, voire des saisons entières, en une seule séance.

Cette pratique a modifié la dynamique de la production télévisuelle, avec des séries conçues pour être regardées en continu, augmentant l'immersion et l'engagement des spectateurs.

Les plateformes de streaming proposent des catalogues vastes et accessibles à tout moment, éliminant les contraintes des horaires de diffusion traditionnels.

Elles investissent massivement dans la production de contenus originaux, ce qui a conduit à une diversité accrue des récits et des représentations, donnant une voix à des histoires et à des personnages auparavant sous-représentés dans les médias traditionnels.

Les consommateurs ont désormais accès à un éventail plus large de perspectives culturelles et sociales.

Cette ouverture a permis à des communautés diverses de se voir reflétées à l'écran, favorisant une meilleure compréhension et une plus grande appréciation de la richesse culturelle mondiale. Les émissions de télévision ont un impact majeur sur la culture populaire.

Des séries comme "Friends", "Game of Thrones", et "Stranger Things" deviennent des phénomènes culturels, influençant la mode, le langage et les comportements sociaux. Les émissions de télé-réalité, quant à elles, ont créé de nouvelles formes de célébrité et ont modifié la perception publique de la vie privée et du succès.

La télévision reste un sujet de conversation central dans les interactions sociales. Les "watercooler moments", ces discussions autour de la machine à café au bureau sur le dernier épisode d'une série populaire, sont des exemples de la manière dont la télévision peut créer des points de connexion sociale.

Les réseaux sociaux amplifient ce phénomène, offrant des plateformes où les fans peuvent discuter, théoriser et partager leurs réactions en temps réel.

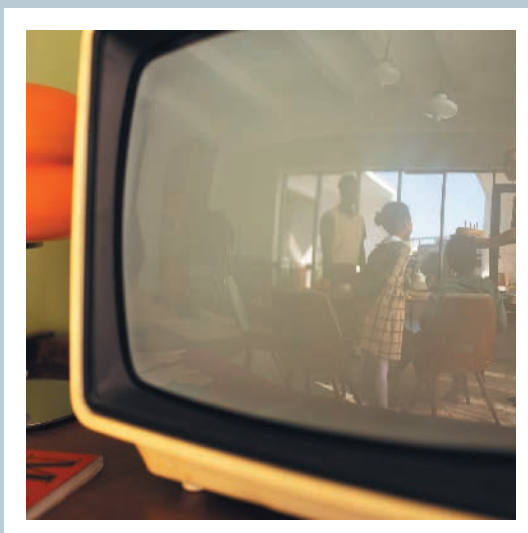
Les services de streaming utilisent des algorithmes sophistiqués pour personnaliser les recommandations en fonction des habitudes de visionnage des utilisateurs.

Cela permet une expérience plus personnalisée, où les consommateurs découvrent de nouveaux contenus adaptés à leurs préférences, mais soulève également des questions sur la diversité et l'exposition à des points de vue différents.

La télévision intègre déjà des technologies comme la réalité virtuelle (VR) et la télévision interactive. Ces avancées pourraient offrir des expériences de visionnage immersives et participatives, transformant encore une fois la manière dont nous consommons les contenus.

De ses débuts comme simple divertissement familial à son rôle actuel de créateur de contenu diversifié et personnalisé, la télévision continue de façonner nos comportements, nos conversations et notre culture.

CHAPITRE I



HISTOIRE ET ORIGINE

...



La télévision, telle que nous la connaissons aujourd'hui, est le résultat de l'ingéniosité de plusieurs inventeurs à travers le monde. L'un des principaux pionniers de cette technologie est l'Américain Philo Farnsworth.

En 1927, à l'âge de 21 ans, Farnsworth a réussi à transmettre une image électronique en mouvement pour la première fois. Son invention, appelée le dissector d'image, était capable de convertir une image en un signal électronique, puis de retransmettre cette image sur un écran, posant ainsi les bases de la télévision électronique.

Parallèlement, John Logie Baird, un ingénieur écossais, a également fait des avancées significatives. En 1925, Baird a réalisé la première démonstration publique d'un système de télévision mécanique à Londres, utilisant des disques rotatifs pour créer des images en mouvement.

En 1928, il a effectué la première transmission transatlantique d'images télévisées entre Londres et New York, et a également expérimenté la télévision en couleur.

D'autres inventeurs ont également contribué à l'évolution de la télévision. Vladimir Zworykin, un ingénieur russe travaillant pour RCA, a développé l'iconoscope et le kinescope dans les années 1930, qui ont été des avancées cruciales pour la télévision électronique.

Ces contributions diverses ont convergé pour créer un système capable de transmettre des images en mouvement à des foyers du monde entier.

Les premières diffusions publiques régulières ont commencé dans les années 1930, et après la Seconde Guerre mondiale, la télévision est devenue un média de masse, transformant la communication, le divertissement et l'information dans la société moderne.

Aujourd'hui, la télévision continue d'évoluer avec l'intégration des technologies numériques, du streaming et de la télévision intelligente, mais les fondements posés par ces pionniers restent au cœur de cette révolution médiatique.



// LES PREMIÈRES EXPÉRIMENTATIONS

> **Transmission d'images fixes :** En 1884, Paul Nipkow, un étudiant allemand de 23 ans, perfectionne le principe du balayage systématique de l'image. Il invente un dispositif où la rotation d'un disque perforé décompose l'image en ses différents éléments. Chaque élément détermine un flux lumineux qu'une cellule au sélénium retranscrit en signaux électriques.

Ces signaux sont ensuite transmis via un circuit électrique. La reconstruction de l'image se fait grâce à un deuxième disque perforé, synchronisé avec le premier, à travers lequel passent les signaux lumineux émis par une source de lumière polarisée. Grâce à la persistance rétinienne humaine, une image peut être produite et affichée en 1/25e de seconde. Nipkow dépose ainsi le brevet de la première télévision électromécanique. Ce système de disque tournant est considéré comme le premier procédé d'analyse et de reproduction de l'image par balayage.

En 1889, Julius Elster et Hans Geitel inventent la cellule photoélectrique, qui supprime les cellules au sélénium. Ces dernières réagissent trop lentement aux variations lumineuses, constituant un facteur limitant pour la retranscription d'images mobiles en temps réel.

En 1906, l'avocat français Georges Rignoux, avec Augustin Fournier, professeur de physique, dépose le brevet du "Téléphote". Ce dispositif permet d'afficher, par rétroprojection et un réseau de câbles électriques, des formes géométriques fixes successives, comme des lettres de l'alphabet. Une démonstration publique d'un prototype a lieu fin 1911.

En 1907, le Français Édouard Belin présente le belinographe, un appareil permettant de diffuser à distance, par câble, des images fixes. Ce procédé, ancêtre du fax, est amélioré en 1922 pour permettre la retransmission par ondes radio. Grâce à ce procédé, largement utilisé dès le début du XXe siècle, des photographies en fac-similé sont transmises sur les lignes téléphoniques et télégraphiques, notamment pour la presse quotidienne.

Le 11 décembre 1909, le journal parisien L'Illustration rapporte la première démonstration de transmission "instantanée" d'images fixes à deux tons faite à Paris par Georges Rignoux et A. Fournier. Ils utilisent un scanner à miroir rotatif et une matrice de 64 cellules.

En 1911, Boris Rosing et son élève Vladimir Kosma Zworykin inventent un système de télévision utilisant un analyseur à miroir tournant. Ce système retransmet des images de qualité médiocre sur une ligne vers un tube cathodique. Les images restent fixes en raison du manque de sensibilité et de rapidité des cellules.

> **La télévision animée :** Les historiens de la télévision considèrent que cette technologie connaît un réel démarrage dès lors que l'image projetée reproduit des images animées naturelles et en direct, prises à partir d'un capteur ou d'une caméra. Dès le début des années 1920, plusieurs chercheurs, techniciens ou inventeurs produisent dans leur laboratoire ce qui va devenir la télévision, un moyen de retransmission et d'affichage d'images animées à distance, facile à interpréter et à identifier.

Le 30 octobre 1925, l'inventeur écossais John Logie Baird réalise une première expérience révolutionnaire. Il présente l'image télévisée noir et blanc d'une silhouette mobile lors d'une démonstration au magasin Selfridge's à Londres. Un an plus tard, il dévoile à un public restreint la première image animée de télévision conforme à une échelle de gris, puis en démonstration publique à son laboratoire de Londres en janvier 1926. Bien que ces premières images n'exploitent que 30 lignes de balayage, elles sont suffisantes pour reconnaître un visage.

En 1927, Baird repousse encore les limites en transmettant un signal de télévision sur 438 miles entre Londres et Glasgow. La même année, sa société diffuse le premier signal de télévision transatlantique de Londres à New York, puis vers un navire en mer. Il procède également à des démonstrations pionnières de la télévision en couleur, par infrarouge et même en relief stéréoscopique, en utilisant des optiques et des filtres additionnels motorisés.

Parallèlement, Baird développe un système d'enregistrement sur vidéodisque appelé "phonovision" en 1927. Bien que révolutionnaire, le système de Baird atteint une résolution de seulement 240 lignes en 1936. Il est néanmoins adopté par la BBC avant d'être finalement supplanté par la télévision électronique à 405 lignes de EMI (Marconi) puis celle à résolution 455 lignes, exploitée en France en 1938. Ces avancées marquent les prémices d'une ère nouvelle dans le monde de la communication visuelle, ouvrant la voie à la télévision moder.

> Les innovations Mondiales : Aux États-Unis, Charles Francis Jenkins réalise des avancées significatives dans le domaine de la télévision. En juin 1925, il présente la retransmission de la silhouette d'un jouet mobile, un moulin à vent, depuis une station radio jusqu'à son laboratoire de Washington DC. Jenkins utilise une caméra à scanner dotée d'optiques tournantes, exploitant 48 lignes et 16 images par seconde. De plus, il dépose un brevet en 1925 pour la "lampe télévision", améliorant la lumière produite à travers les disques d'analyse ou de reconstitution d'image de type Nipkow.

En Union soviétique, Léon Thérémine développe également un système à miroirs tournants. En 1925, il produit des images de 16 lignes, puis de 32 et 64 avec entrelacement en 1926. Thérémine transmet et projette des images en quasi-temps réel sur un écran carré de 5 pouces. Il atteint 100 lignes en 1920, performance dépassée en 1931 par RCA avec 120 lignes.

De plus, Herbert Eugene Ives des Bell Labs réalise une démonstration de télévision en avril 1927. Il expérimente un système de télévision à lumière réfléchie, visualisé sur un petit écran de 2 x 2,5 pouces et un grand écran de 24 x 30 pouces, entre Washington et New York par fil, puis radiodiffusé depuis Whippany, New Jersey. Les sujets, incluant Herbert Hoover, sont éclairés par un scanner à faisceau d'une ouverture de 50, à 16 images par seconde. Ces avancées témoignent de l'effervescence mondiale dans le développement de la télévision et de la course à l'innovation qui caractérisait cette époque.

> La télévision électronique : Le développement de la télévision prend un tournant décisif avec l'invention des premiers dispositifs de prise de vue à balayage électronique, également appelés balayage entrelacé. Ces avancées permettent enfin d'atteindre une définition d'image acceptable, avec plusieurs centaines de lignes et des dizaines d'images par seconde.

Si le tube cathodique est déjà utilisé pour l'affichage de certains appareils, c'est en 1911 que l'ingénieur Alan Archibald Campbell-Swinton décrit en détail comment une image peut être retransmise et affichée en utilisant un tube cathodique à l'émission comme à la réception. Son discours, rapporté par le Times, reproduit une publication parue dans le journal Nature en 1908.

À la fin des années 1920, tandis que la télévision électromécanique est en plein essor, deux inventeurs, Philo Farnsworth et Vladimir Zvorykin, travaillent chacun de leur côté sur un système de caméra électronique. En 1923, Vladimir Zvorykin, chercheur russe, dépose le brevet de l'iconoscope. En 1926, la solution du balayage entrelacé d'une prise de vue utilisant l'émission secondaire avec accumulation pendant tout un cycle de balayage est décrite pour la première fois par le Hongrois Kálmán Tihanyi, puis précisée en 1928.

En septembre 1927, Philo Farnsworth produit la première image avec son "tube caméra" (une simple ligne droite), dans son laboratoire du 202 Green Street à San Francisco. En 1928, Farnsworth dispose d'un système assez développé pour présenter à la presse une image de film animé. En 1929, le système électronique est amélioré, en supprimant toute pièce mobile ou mécanique.

La même année, Farnsworth affiche la première image humaine sur un écran de 3 x 3,5 pouces, représentant le visage de son épouse Pem, les yeux clos en raison sans doute de la lumière trop intense. Ces progrès marquent une avancée majeure dans la transition vers la télévision moderne et ouvrent la voie à de nouvelles possibilités dans le domaine de la communication visuelle.

En 1931, Vladimir Zvorykin expérimente le tube cathodique pour créer des images. Avec l'équipe de RCA, il développe la première caméra appelée Iconoscope. En parallèle, la société britannique EMI, qui mène des essais de télédiffusion depuis 1929, reconnaît la supériorité du procédé de Zvorykin et choisit de l'améliorer pour le proposer à la BBC. Philo Farnsworth, cependant, estime que son brevet de 1927 recouvre également ces avancées.

Le 25 août 1934, Farnsworth réalise la première démonstration publique d'un système complet de télévision au Franklin Institute à Philadelphie. Bien que d'autres inventeurs présentent des composants similaires à cette époque, Farnsworth est le premier à combiner le balayage électronique d'une caméra et d'un récepteur pour afficher en direct une image animée en niveau de gris. Cependant, sa caméra requiert une quantité de lumière excessive, ce qui limite ses progrès.

En 1935, une décision de l'agence américaine des brevets reconnaît la priorité à Farnsworth par rapport à Zvorykin. Au Royaume-Uni, Isaac Shoenburg développe le tube "Emitron" de Marconi-EMI, basé sur l'idée de Zvorykin, pour la caméra de la BBC. Le 2 novembre 1936, avec l'organisme public anglais, débute un service de télévision à 405 lignes depuis les studios de Alexandra Palace, transmis par un pylône spécialement installé sur le toit du bâtiment. Après avoir perdu un procès, RCA est contraint, en novembre 1939, de verser 1 million de dollars à Farnsworth pour exploiter son brevet.

> **La course à la définition :** Dans les années 1930, les ingénieurs des nations industrialisées se lancent dans une compétition pour établir une norme de télévision électronique en noir et blanc. En l'espace de deux décennies, la définition de l'image passe de quelques dizaines à près d'un millier de lignes.

> **Contexte stratégique politico-industriel :** Après la Seconde Guerre mondiale, une lutte intense émerge pour établir les normes de diffusion de la télévision en noir et blanc. La Grande-Bretagne reste fidèle à son format de 405 lignes jusqu'en 1964, tandis que d'autres pays européens font des choix différents. Philips défend un système à 567 lignes, tandis que le format à 625 lignes, développé par des ingénieurs russes, est adopté par l'Allemagne et la Suisse.

Malgré son isolement initial avec une norme à 819 lignes, la France rejoint ultérieurement le format 625 lignes développé par les Soviétiques en 1946. Ce mouvement vers une standardisation européenne montre les tensions entre des intérêts techniques, politiques et économiques dans la course à l'établissement des normes télévisuelles.

> **L'enregistrement des programmes :** En 1945, l'introduction du télécinéma révolutionne la diffusion télévisuelle en permettant la projection de films de qualité sans nécessiter de vastes ressources humaines ou techniques. Cet appareil combine mécanique, électronique et optique pour capturer les images de films projetées sur un petit écran dépoli. Les films, enregistrés sur pellicule, sont généralement synchronisés à 25 images par seconde, légèrement plus rapidement que les 24 images par seconde du cinéma traditionnel, pour leur diffusion à la télévision.

> **La télévision en couleur :** Le désir de rendre la télévision en couleur est ancien, comme en atteste le premier brevet déposé en Russie en 1889 pour un système de balayage électronique en couleur. Cependant, c'est en août 1940 que l'ingénieur mexicain Guillermo Gonzalez Camarena franchit une étape majeure en inventant le "système trichromatique séquentiel" de télévision en couleur. Dans les années 1960, il simplifie ce système pour créer le "système de bicouleur simplifié". Gonzalez Camarena lance avec succès la télévision en couleur au Mexique, bien avant l'adoption du standard américain NTSC.

Le 25 mars 1954, à Bloomington, dans l'Indiana, RCA dévoile le téléviseur modèle CT-100. Bien que les chaînes américaines diffusent principalement en noir et blanc à cette époque, le succès commercial du CT-100 est mitigé. Malgré son prix initial de mille dollars, il est rapidement réduit de moitié en août 1954.

Le lancement du CT-100 est un semi-échec, avec seulement quelques milliers d'exemplaires vendus. Ce n'est qu'au début des années 1960 que la télévision couleur devient populaire en Amérique du Nord. Malgré une réduction de prix à 500 dollars, soit environ 3 000 euros de 2024, comparable à celui d'une voiture haut de gamme à l'époque, il nécessite des réglages réguliers pour assurer un bon fonctionnement et une qualité d'image correcte.



> **L'exception italienne :** En Italie, la télédiffusion en couleur est officiellement lancée le 1er février 1977. Cependant, dès 1976, plusieurs dizaines de chaînes privées locales, principalement commerciales, utilisent déjà le standard PAL.

Dix ans après l'adoption de la télédiffusion en couleur par la France, l'Allemagne et la plupart de leurs voisins européens, l'Italie a accusé un retard significatif. Ce retard s'explique principalement par des délibérations politiques prolongées sur le choix entre les deux standards européens, sous la pression de la France d'un côté, et de l'Allemagne et du Royaume-Uni de l'autre. Pendant cette période, seuls les habitants vivant près des frontières pouvaient espérer capter des chaînes de télévision en couleur, notamment françaises et monégasques, ou encore suisses.

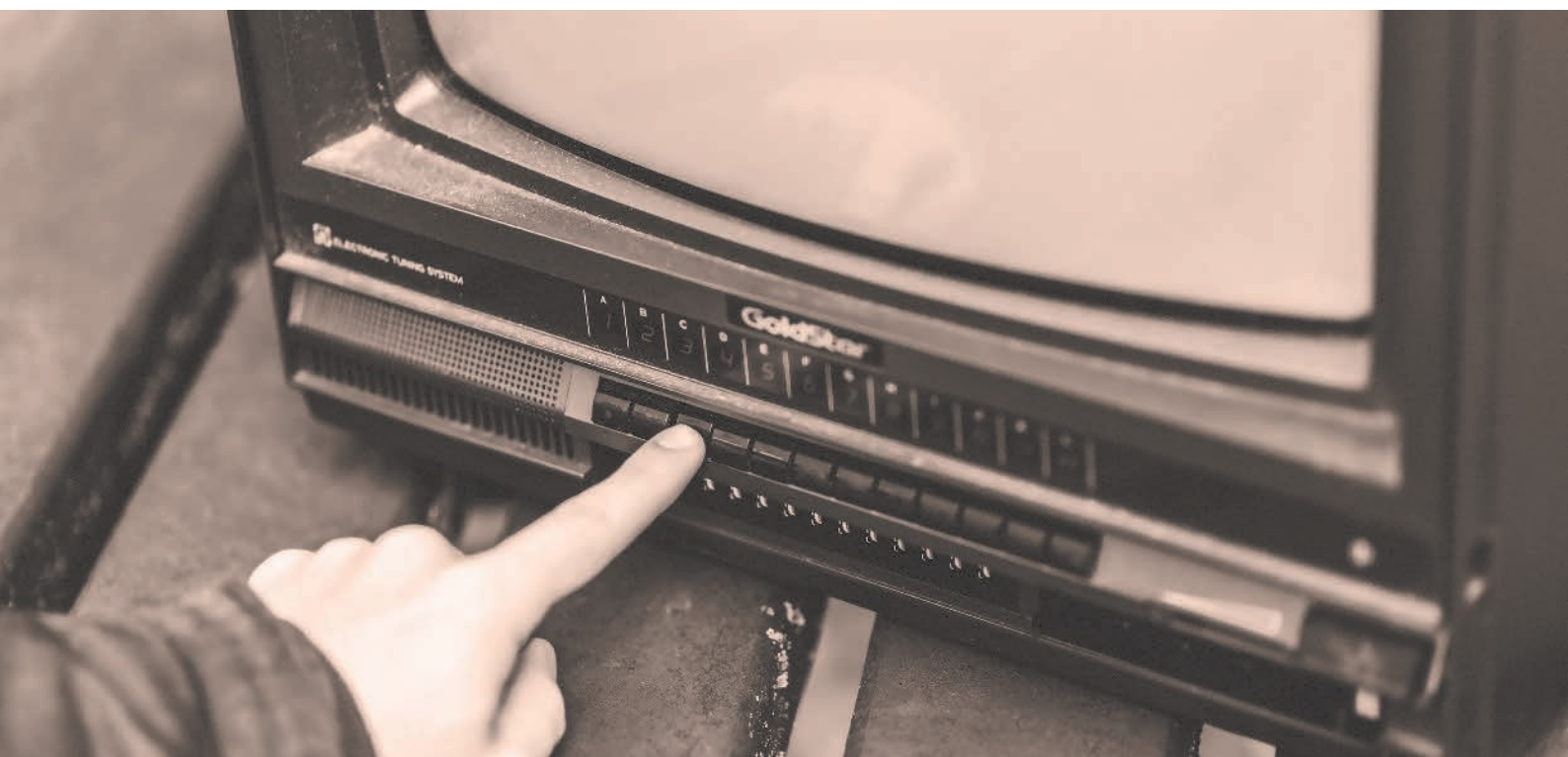
À partir de la fin des années 1960, les divergences entre les partis politiques italiens ont retardé la décision officielle sur le standard couleur pendant de nombreuses années. Le sénateur républicain Ugo La Malfa a même initié un débat parlementaire pour s'opposer à l'abandon de la télévision en noir et blanc au profit d'un écran couleur, qu'il considérait comme vaniteux et consumériste.

En 1972, pendant que les Jeux Olympiques de 1972 sont diffusés en Italie en alternance avec le système SECAM et le système allemand PAL, ce même sénateur, fervent opposant du standard français, menace même de retirer son soutien à la coalition gouvernementale à laquelle il appartient si le système français est adopté par l'Italie, ce qui entraînerait inévitablement sa chute.

Cependant, depuis le début des années 1970, la société italienne Indesit, en collaboration avec le groupe public SEIMART (Société exercice d'Entreprises Industrielles Radio et TV), travaille sur son propre standard couleur. Baptisé I.S.A. ou ISA (Identification à Suppression Alternée), l'objectif principal est d'éviter de payer des licences ou des brevets aux créateurs des standards Sécam et PAL. Cependant, ce standard reste encore à un stade expérimental.

Le service public italien effectue des tests quotidiens sur ses émetteurs dès 1974, diffusant des émissions et des mires codées en PAL le matin de 10 h à 11 h et l'après-midi de 15 h à 16 h. Le 11 août 1975, l'Italie officialise son choix en faveur du standard PAL, mettant ainsi fin au développement du standard national ISA. Cependant, les téléspectateurs doivent encore patienter avant de pouvoir bénéficier pleinement de cette évolution.

Le 15 juillet 1976, l'Italie met fin brusquement à son monopole d'État sur la télévision, suite à une faille dans la loi qui permet la libéralisation des ondes à travers le pays. En conséquence, des milliers de stations de radio locales émergent rapidement, accompagnées de centaines de chaînes de télévision, principalement commerciales, qui choisissent le standard PAL pour leur diffusion.



CHAPITRE II



ÉVOLUTION DE LA TÉLÉVISION



L'ère du prestige télévisuel (2000>2010) a vu une augmentation significative de la production de contenu original par des chaînes câblées et des plateformes de streaming, qui ont investi massivement dans des séries ambitieuses, rivalisant souvent en termes de budget et de qualité avec les productions cinématographiques.

L'âge du streaming et des plateformes numériques, qui s'est intensifié (2010>2020), a été caractérisé par une explosion des services de streaming tels que Netflix et Amazon Prime Video. Ces plateformes ont révolutionné la consommation de la télévision en produisant des contenus originaux et des séries exclusives, souvent disponibles en intégralité dès leur sortie, facilitant ainsi le phénomène du binge-watching.

Plusieurs facteurs ont influencé cette évolution de la télévision. Les avancées technologiques en matière de diffusion, d'affichage et de connectivité ont radicalement transformé l'expérience de visionnage, offrant des images de haute qualité et une accessibilité accrue.

Parallèlement, les changements culturels et sociétaux ont joué un rôle crucial. Les goûts, les attentes et les comportements des spectateurs ont évolué, favorisant une diversification du contenu pour répondre à une demande de plus en plus segmentée et spécialisée.

Enfin, la dynamique économique et industrielle a été un moteur puissant de cette transformation. La concurrence féroce entre les chaînes traditionnelles et les nouvelles plateformes de streaming a stimulé l'innovation, poussant les producteurs à élever la qualité et la diversité de leurs offres pour attirer et fidéliser un public exigeant.

L'évolution de la télévision est donc le reflet d'une convergence de progrès technologiques et de transformations socioculturelles. En s'adaptant constamment aux nouvelles tendances et aux attentes des téléspectateurs, elle démontre une capacité remarquable à se réinventer et à rester au cœur des habitudes de consommation médiatique.



// L'ÈRE DES NOUVEAUX PROGRAMMES

L'intégration des dispositifs numériques par les médias audiovisuels, notamment la télévision, entraîne des mutations significatives. L'une des plus marquantes est la multiplication des services de visionnement à la demande (VAD) ou video on demand (VOD), qui jouent aujourd'hui un rôle crucial dans la production, la circulation et la réception des contenus audiovisuels. Cet article explore les transformations induites par ce phénomène de plateformisation.

Les plateformes de VOD favorisent la production et l'accès à une plus grande diversité de contenus, offrant une inclusivité accrue en matière de formats et de représentations. Toutefois, la compétition entre ces services crée un oligopole menaçant l'expansion d'autres acteurs de l'audiovisuel, ce qui pourrait limiter la diversité des contenus dans les années à venir.

Les discours et dispositifs des plateformes encouragent de nouvelles pratiques de visionnement et d'engagement des publics, ouvrant à des formes d'autonomie et de participation. Cependant, les stratégies de fidélisation adoptées par les grandes plateformes (avec une offre abondante et continuellement renouvelée de contenus exclusifs) cadrent les pratiques de consommation et restreignent la découvrabilité des contenus audiovisuels.

Cette accélération de l'offre, incitant à une consommation rapide des contenus, génère chez les publics une certaine anxiété, un désir de décélération et un sentiment de nostalgie. Ce sentiment, largement exploité par les acteurs du secteur audiovisuel, en particulier les grands services de VOD, pourrait offrir une perspective réflexive et ouvrir des pistes pour envisager l'audiovisuel de demain.

L'intégration des dispositifs numériques par les médias audiovisuels, notamment la télévision, s'accompagne de réagencements majeurs. Les plateformes de visionnement à la demande, surtout internationales, prennent une place grandissante dans les processus de production, de circulation et de réception des contenus audiovisuels.

Ce phénomène de plateformisation des industries culturelles s'inscrit dans un mouvement de transformations sociotechniques, marqué par la numérisation et le stockage des contenus, la convergence accrue entre différentes catégories de médias, et la reconfiguration des rapports de force au sein de l'écosystème médiatique, due en partie à la déterritorialisation croissante des services et des utilisateurs, et au déploiement des plateformes transnationales.

Historiquement, la télévision a toujours été un média à l'identité instable et aux dispositifs multiples. Les nouvelles formes de télévision distribuée par l'Internet ont profondément affecté ce média et ses modes de production. À l'origine, la télévision était définie comme un média linéaire, signifiant que la diffusion de sa programmation répondait à des contraintes temporelles et séquentielles. La télévision dite linéaire, associée à la notion de flux télévisuel, désigne le mode traditionnel de diffusion où toute chaîne doit offrir une programmation séquentielle, que ce soit par voie hertzienne, câble ou satellite.

Ce modèle repose sur des contraintes temporelles, il faut syntoniser la chaîne au bon moment pour voir le programme désiré et d'offrir une seule émission peut être diffusée à chaque moment, rendant la télévision linéaire un média homochrome nécessitant une synchronicité entre le temps de l'émission et celui de la réception médiatique.

La numérisation des contenus et leur distribution via Internet permettent désormais une délinéarisation de l'offre télévisuelle, modifiant ainsi les pratiques de visionnement. Que ce soit à travers les services de télévision de rattrapage offerts par les câblodistributeurs, ou les diverses formes de télévision distribuée sur Internet apparues depuis 2010 (applications, plateformes de VOD, sites Web des télédiffuseurs, etc.), la télévision non linéaire se distingue par une abondance de choix, une fragmentation des contenus (le flux continu de programmes est brisé) et une libération des contraintes temporelles. Les spectateurs peuvent maintenant regarder le contenu de leur choix au moment qui leur convient le mieux.

L'émergence de la télévision non linéaire démontre que la télévision n'est pas intrinsèquement liée à une diffusion linéaire, où le flux de programmes serait dicté par une grille horaire. Cette perception de la télévision comme un média dépendant d'une logique de flux est née de sa dépendance historique à des modes de distribution tels que le câble, le satellite et la diffusion hertzienne, qui ne permettaient pas l'offre simultanée de programmes.

L'avènement des services de télévision non linéaires, principalement à travers les plateformes VOD, a profondément remodelé l'industrie audiovisuelle. En permettant une sélection plus personnalisée des contenus, Internet a ouvert la voie à une diversité accrue de programmes par rapport à la télévision traditionnelle linéaire. Cette évolution a favorisé une décentralisation de la production télévisuelle, offrant aux producteurs indépendants de nouvelles possibilités de création et de financement, notamment grâce au sociofinancement. Nous entendons par là, des plateformes personnalisées mettant en avant des créateurs qui attirent un public très ciblé.

Ces jeunes créateurs trouvent également des opportunités sur des réseaux sociaux comme Facebook, Instagram, YouTube et TikTok, qui privilégient les formats courts. TikTok, en particulier, a contribué à mettre en lumière des récits queer à travers des séries de très courte durée. De plus, les plateformes de VOD, notamment Netflix, ont facilité la diffusion mondiale de séries produites aux États-Unis et ailleurs, favorisant ainsi une circulation internationale de contenus variés, une stratégie qui s'est intensifiée pendant la pandémie de Covid-19.

Les algorithmes de la plateforme Netflix, privilégient les préférences de spectateurs spécifiques plutôt que l'origine culturelle des contenus. La popularité croissante de ces œuvres reflète une ouverture esthétique et culturelle chez les spectateurs, stimulée par des thèmes universels ou contemporains, tels que la critique du système néolibéral dans *Squid Game* (jeu du calmar). La disponibilité du doublage et des sous-titres sur les plateformes de VOD, cette "grammaire transnationale", facilite l'engagement du public avec ces productions.

Malgré le discours promotionnel de Netflix axé sur la diversité, l'exotisme et la nostalgie pour camoufler ses ambitions impérialistes sous une apparence humaniste, la circulation des séries transnationales est principalement motivée par des considérations commerciales. Cette dynamique entraîne une adaptation et une standardisation des productions pour répondre aux attentes mondiales. Ainsi, les formats et les stratégies des plateformes jouent un rôle essentiel dans la circulation et la réception des séries transnationales.

Bien que les plateformes de VOD transnationales offrent un potentiel de diversification des contenus audiovisuels, leur montée en puissance soulève également des préoccupations quant à l'accroissement des inégalités au sein de l'industrie. Contrairement aux modes de diffusion traditionnels, la délinéarisation des services de distribution permet aux agrégateurs de contenus de prendre le dessus, créant un écart entre les offres des grandes plateformes transnationales et celles des diffuseurs linéaires.

Les investissements des plateformes de streaming américaines, telles que Netflix et Amazon Prime Video, ainsi que des nouveaux venus comme Disney+ et HBO Max, favorisent la production de contenus exclusifs, marginalisant ainsi les plateformes locales. Cette domination étrangère entrave l'essor de l'industrie télévisuelle et réduit la visibilité des contenus locaux, où Netflix et Amazon Prime Video occupent les premières places des abonnements à la VOD, avec Disney+ en pleine expansion.

L'absence de réglementation des plateformes étrangères leur permet de contourner les obligations de soutien à la production locale, accentuant ainsi les disparités et entravant la promotion des productions nationales. En somme, la montée en puissance des plateformes de VOD transnationales risque de perpétuer les inégalités et de limiter la visibilité des contenus des pays sur la scène internationale.

La montée en puissance de la platformisation et l'utilisation croissante des algorithmes dans la sélection des contenus ont un impact significatif sur la découvrabilité des contenus audiovisuels, introduisant ainsi une nouvelle forme d'intermédiation culturelle. Les systèmes de recommandation privilégient souvent les catégories de genre (sexe, âge, religion...) et la popularité globale au détriment de la diversité des contenus, limitant ainsi la visibilité des productions locales sur des plateformes transnationales comme Netflix. Cette situation soulève des préoccupations quant à la promotion de la diversité culturelle et linguistique, incitant à développer des stratégies pour accroître la visibilité des petits distributeurs.

En ce qui concerne les modes de financement de l'industrie audiovisuelle, le modèle de financement par abonnement, propre à la vidéo à la demande, gagne en popularité en raison de sa réduction des dépenses pour les consommateurs par rapport aux tarifs des distributeurs de télévision traditionnels.

Cependant, cela crée une segmentation de l'accessibilité des contenus, dépendant des ressources financières individuelles, contrairement au modèle du broadcasting où les chaînes hertziennes sont accessibles gratuitement pour toute la population. Ce changement de paradigme soulève des questions importantes sur l'accessibilité des productions télévisuelles à l'ère numérique et ses implications pour les différents segments de la société.

// EXPANSION DES GENRES TÉLÉVISUELS

> **Divertissement (jeux de société, concours) :** Il explore les divers aspects des jeux de société et des concours, soulignant leur importance culturelle et sociale. Il examine comment ces activités, bien qu'anciennes, continuent d'évoluer et de captiver les publics de tous âges. Les jeux de société, avec leurs règles complexes et leurs dynamiques sociales, offrent non seulement du plaisir mais aussi des opportunités d'apprentissage et de développement des compétences.

Les concours, quant à eux, stimulent l'esprit de compétition et la créativité, tout en rassemblant les communautés autour de passions communes.

> **Information télévisée (JT politique, économie, météo, ...)** : Elle constitue un pilier essentiel du paysage médiatique, offrant une fenêtre sur le monde en temps réel. Des journaux télévisés aux programmes spécialisés en politique, en économie ou en météo, ces émissions fournissent des analyses, des reportages et des interviews qui informent et éclairent les téléspectateurs sur les événements nationaux et internationaux.

En offrant une couverture approfondie et en temps opportun, l'information télévisée joue un rôle crucial dans la formation de l'opinion publique et dans le maintien de la démocratie en permettant aux citoyens de rester informés sur les enjeux de société et les événements qui les touchent.

> **Emission (culture, cuisine, religion, ...)** : L'émission explore la diversité et l'impact des programmes télévisés qui couvrent des domaines variés tels que la culture, la cuisine, la religion, et le sport... Elle examine comment ces émissions enrichissent la programmation télévisuelle en offrant des contenus spécialisés qui répondent aux intérêts et aux passions des téléspectateurs.

L'émission culturelle ouvre des fenêtres sur le monde des arts, de la littérature, et de l'histoire. L'art culinaire, quant à lui, séduit par la démonstration de recettes, de techniques de cuisine, et de la culture gastronomique. L'émission religieuse joue un rôle crucial en fournissant des plateformes pour les discussions spirituelles et la diffusion des pratiques et croyances religieuses, pour une meilleure compréhension interconfessionnelle.

> **Débats (talk-shows, critique) :** Les émissions de débats, y compris les talk-shows et les critiques, jouent un rôle clé dans le paysage médiatique. Ces formats offrent une plateforme pour discuter des sujets d'actualité, de société et de culture, permettant l'expression de diverses perspectives.

Les talk-shows engagent les téléspectateurs avec des discussions interactives et des interviews, tandis que les émissions de critique offrent des analyses approfondies de films, livres, et autres œuvres culturelles. Ces programmes enrichissent la télévision en promouvant le dialogue et la réflexion critique.



> **Emissions en direct (cérémonies, couverture événement)** : Les émissions en direct, telles que les cérémonies et la couverture d'événements, occupent une place cruciale dans la programmation télévisuelle. Ces diffusions en temps réel captivent les téléspectateurs en leur offrant une expérience immersive et immédiate.

Les cérémonies, comme les remises de prix, les mariages royaux, ou les événements sportifs majeurs, créent des moments de rassemblement collectif et de partage émotionnel. De même, la couverture en direct d'événements d'actualité permet au public de rester informé en temps réel, ajoutant une dimension de pertinence et d'urgence à l'information. Ces émissions enrichissent l'offre télévisuelle par leur dynamisme et leur capacité à connecter les téléspectateurs avec des événements marquants au moment même où ils se déroulent.

> **Fiction télévisée (société, personnage, thème...)** : La fiction télévisée explore un vaste éventail de thèmes et de sujets, plongeant souvent dans les intrications de la société, la psychologie des personnages, et les dynamiques relationnelles. Les séries et les feuilletons mettent en lumière les aspects les plus profonds de l'expérience humaine, traitant de questions sociales pertinentes telles que la justice, l'amour, la famille, le pouvoir, et l'identité.

Les personnages sont souvent au centre de ces récits, développant des arcs narratifs complexes qui captivent et intriguent les téléspectateurs. À travers la fiction télévisée, les créateurs explorent la condition humaine, offrant des réflexions profondes sur la nature humaine et la société dans laquelle nous vivons.

> **Films (cinéma, télévision, théâtre)** : Les films, qu'ils soient destinés au cinéma, à la télévision ou au théâtre, offrent une expérience immersive qui transporte les spectateurs dans des mondes imaginaires ou qui reflètent la réalité de manière saisissante. Ils explorent une multitude de genres, des drames émotionnels aux aventures palpitantes, des comédies légères aux thrillers captivants.

À travers une narration visuelle et sonore soigneusement élaborée, les films captivent et émeuvent leur public, tout en offrant une réflexion sur des thèmes universels tels que l'amour, la mort, le pouvoir et la quête de sens. Que ce soit sur grand écran, à la télévision ou sur scène, les films continuent de fasciner et d'inspirer les spectateurs du monde entier.

> **Documentaire (science, histoire, faits divers,...)** : Le documentaire se penche sur la richesse et la diversité de ce genre cinématographique, qui englobe des sujets variés tels que la science, l'histoire, et les faits divers. Il analyse, éduque, informe et sensibilise le public sur des thèmes complexes et souvent méconnus. Les documentaires scientifiques démystifient les phénomènes naturels et les avancées technologiques, rendant la science accessible à tous.

Les documentaires historiques plongent dans le passé pour éclairer le présent, offrant des perspectives nouvelles sur des événements et des figures marquantes. Enfin, les faits divers captivent par leur exploration des histoires humaines, souvent dramatiques et intrigantes, qui révèlent les aspects les plus profonds et parfois sombres de la société sur la culture populaire.



> **Musique (clip, live, concerts) :** La musique occupe une place centrale dans de nombreux programmes télévisés, qu'il s'agisse de clips vidéo, de concerts en direct ou d'émissions dédiées à la musique. Les clips vidéo offrent une forme d'expression artistique visuelle qui accompagne les chansons, créant une expérience audiovisuelle immersive pour les téléspectateurs.

Les émissions de concerts diffusent des performances en direct ou préenregistrées d'artistes renommés, offrant ainsi aux spectateurs la possibilité de vivre l'excitation et l'énergie d'un concert depuis le confort de leur foyer. Ces programmes musicaux contribuent à promouvoir de nouveaux talents, à célébrer la diversité musicale et à enrichir la culture télévisuelle avec une variété de genres musicaux.

> **Nouveaux genres (infotainment, reality-show...) :** Les nouveaux genres télévisuels ont élargi le paysage médiatique, offrant aux téléspectateurs une variété de contenus allant de l'infotainment aux reality-shows. L'infotainment fusionne informations et divertissement, proposant un contenu éducatif ou informatif présenté de manière divertissante pour captiver l'audience.

Les reality-shows, quant à eux, permettent aux téléspectateurs de suivre la vie quotidienne de personnes réelles, souvent dans des contextes inhabituels ou compétitifs. Ces nouveaux genres télévisuels reflètent l'évolution des préférences des téléspectateurs et de la culture populaire, offrant des expériences de visionnement variées et captivantes.

> **Sport (matches et grands événements) :** Le sport occupe une place prépondérante dans la programmation télévisuelle, offrant aux téléspectateurs une diversité de contenu allant des matches de championnat aux grands événements mondiaux tels que la Coupe du monde, les grands prix, les meetings d'athlétisme, et les jeux olympiques. Ces événements sont souvent diffusés en direct, permettant aux fans de suivre en temps réel les performances de leurs équipes et athlètes préférés.

La Coupe du Monde de football, par exemple, est l'un des événements sportifs les plus regardés au monde, attirant des millions de téléspectateurs à travers le globe. Les Grands Prix de Formule 1 captivent également un large public, avec des courses passionnantes et des rivalités entre les meilleurs pilotes du monde.

Les meetings d'athlétisme offrent des moments de spectacle où les athlètes repoussent les limites de la performance humaine, tandis que les Jeux Olympiques réunissent des compétiteurs de tous les pays pour célébrer l'excellence sportive dans une variété de disciplines.

La télévision permet non seulement de suivre ces événements en direct, mais aussi de fournir des analyses, des interviews, et des histoires en coulisses qui enrichissent l'expérience des spectateurs. Que ce soit pour soutenir leur équipe favorite ou simplement apprécier le spectacle du sport de haut niveau, la télévision offre une plateforme inestimable pour vivre pleinement la passion du sport.



> **Programme pour enfants (dessin animé, film d'animation, doc junior) :** Les programmes pour enfants, allant des dessins animés aux documentaires juniors, sont une composante essentielle de la télévision. Ces émissions offrent un contenu divertissant et éducatif spécialement conçu pour le jeune public. Les dessins animés captivent l'imagination des enfants avec des personnages colorés et des aventures palpitantes, tandis que les films d'animation offrent des histoires riches et des leçons de vie importantes.

Les documentaires juniors présentent des sujets variés, allant de la nature à l'histoire, de manière accessible et instructive. En fournissant un mélange de divertissement et d'apprentissage, les programmes pour enfants contribuent au développement cognitif et émotionnel des jeunes spectateurs.

> **Publicité (nouveau et promotion) :** La publicité joue un rôle crucial dans le paysage télévisuel, servant à la fois de source de revenus pour les diffuseurs et de moyen de communication pour les annonceurs. Elle se présente sous différentes formes, notamment les spots publicitaires traditionnels diffusés pendant les pauses commerciales, les partenariats de marque intégrés dans les programmes, et les promotions croisées entre les émissions et les produits.

Les annonces publicitaires sont souvent utilisées pour promouvoir de nouveaux produits ou services, informer le public des offres spéciales, et renforcer la notoriété de la marque. Elles sont conçues pour attirer l'attention du téléspectateur, susciter l'intérêt pour le produit ou le service annoncé, et inciter à l'action, que ce soit l'achat d'un produit, la visite d'un site web, ou la participation à un concours.

Les innovations dans le domaine de la publicité télévisuelle comprennent l'utilisation de données démographiques et comportementales pour cibler des publicités spécifiques à des segments de marché particuliers, ainsi que l'intégration de technologies interactives permettant un engagement accru du public. De plus, les plateformes de streaming ont ouvert de nouvelles opportunités pour la publicité personnalisée et interactive, offrant aux annonceurs des moyens innovants de toucher leur public cible.

En résumé, la publicité télévisuelle reste un élément essentiel de la diffusion télévisuelle, offrant aux annonceurs un moyen puissant de promouvoir leurs produits et services, et aux diffuseurs une source de revenus vitale pour financer la production de contenu.

> **Télé-achat (émission de vente) :** Le télé-achat, une forme de publicité interactive de plus en plus populaire, offre aux téléspectateurs une expérience unique d'achat depuis le confort de leur foyer. Ces émissions captivantes, souvent dissimulées sous des apparences de divertissement, sont conçues pour présenter et vendre une large gamme de produits et services directement à travers l'écran de télévision. Guidés par des animateurs dynamiques, les téléspectateurs sont invités à découvrir les fonctionnalités et les avantages des produits tout en bénéficiant d'offres spéciales et d'incitations à l'achat. Explorez avec nous cet univers fascinant où l'opportunité de faire des achats est à portée de télécommande.



> Avènement du Streaming : Le secteur du streaming vidéo continue de franchir de nouvelles étapes, se diffusant sur une multitude de plateformes. Sa disponibilité pourrait facilement être négligée en raison de la quantité d'autres contenus disponibles, souvent plus fortement promus.

Aujourd'hui, le public peut choisir parmi plus d'un million de titres de programmes via la télévision traditionnelle et les services de streaming, une augmentation de 35 % par rapport aux 650 000 titres disponibles fin 2019.

Bien que de nombreux titres soient des piliers de l'univers télévisuel traditionnel, un nombre croissant de programmes sont développés spécifiquement pour les services de streaming, et le public les adore.

Au cours d'une semaine moyenne, le public américain regarde près de 195 milliards de minutes de contenu vidéo en streaming, en hausse par rapport aux 150 milliards de l'année précédente. Outre cette augmentation du temps passé en streaming, les Américains expriment une immense adoration pour leurs services de streaming.

Seul un répondant sur vingt a des sentiments négatifs à l'égard de son expérience de streaming. De plus, 93 % des utilisateurs prévoient d'augmenter le nombre de leurs services de streaming payants ou de ne rien changer à leurs plans existants au cours de l'année prochaine.

En réponse à l'évolution des comportements des consommateurs, les entreprises médiatiques adoptent de plus en plus une approche axée sur le streaming, et le nombre de services disponibles continue d'augmenter pour répondre à la demande du public.

Face à l'augmentation du nombre de plateformes, estimé à plus de 230, les consommateurs se sentent parfois dépassés. En effet, 58 % des téléspectateurs déclarent qu'il est plus difficile de trouver le contenu qu'ils souhaitent regarder en raison du trop grand nombre de services disponibles.

Une fois connectés à un service, il est essentiel que le public puisse facilement trouver du contenu qui leur plaira. Après tout, les téléspectateurs américains passent en moyenne cinq heures par jour devant leur télévision (en direct ou en différé).

Les plateformes veulent que ce temps soit consacré à l'engagement, et non au défilement. L'application de descripteurs vidéo hyper détaillés aux catalogues de contenu peut être utile à cet égard, en cristallisant les intrigues et le contexte des émissions ou des films.

Ces données permettent des parcours de découverte nuancés et offrent des recommandations de programmes inédites et pertinentes, adaptées aux goûts individuels et à l'historique de visionnage de chaque spectateur.

Les plateformes de streaming ont l'avantage d'être visuelles, et la découverte de contenu doit l'être également. Dans le domaine du streaming, le carrousel vidéo est la vitrine. Les visiteurs ne se connectent pas pour lire, mais pour vivre des expériences visuelles.

C'est là que les images personnalisées peuvent améliorer le merchandising visuel d'une plateforme.





Lorsqu'une plateforme utilise des images différentes pour attirer des spectateurs variés, le carrousel vidéo devient rapidement une vitrine personnalisée, enrichissant ainsi l'expérience client.

Le paysage actuel du streaming est un trésor d'options pour les consommateurs, avec un volume de contenu en constante augmentation. Le public déterminera l'avenir du streaming, et le secteur des médias peut aider les consommateurs dans leur parcours en exploitant les données pour s'assurer qu'ils ne se perdent jamais en chemin.

> Impact des réseaux sociaux sur la télévision : Les réseaux sociaux, qui ont connu une croissance considérable depuis les années 2000, retiennent aujourd'hui l'attention des économistes des médias qui cherchent à évaluer leurs effets sur la production d'information.

Contrairement aux médias traditionnels, les réseaux sociaux produisent une information horizontale, ils n'ont pas de salle de rédaction, et leur contenu médiatique est créé par les utilisateurs, avec des barrières à l'entrée très faibles. Deux types d'effets des réseaux sociaux sur le marché de l'information peuvent être distingués.

Premièrement, les réseaux sociaux ont des effets sur l'offre, ils sont devenus une source d'information importante pour les journalistes. Deuxièmement, ils ont des effets sur la demande et ils permettent de prendre le pouls de l'opinion publique et de comprendre la demande d'information sur certains sujets.

Par exemple, les sujets populaires sur la plate-forme X(Twitter) sont davantage couverts par les médias traditionnels en ligne. En outre, les médias traditionnels peuvent augmenter leur audience et améliorer leurs contenus en les partageant sur les réseaux sociaux.

Une partie de l'information diffusée sur les réseaux sociaux émane de citoyens ordinaires, et les chercheurs commencent à explorer leur rôle sur le marché de l'information.

Ici on s'intéresse plus précisément aux citoyens qui alertent et témoignent sur les réseaux sociaux, au moyen de textes, de vidéos et de photos, d'événements importants imprévisibles ou situés dans des lieux difficilement accessibles ou dangereux pour les journalistes.

Cet exemple montre que l'émergence de ces «citoyens journalistes» influence de manière significative et non neutre la production d'information par les médias traditionnels.

Les médias traditionnels utilisent les réseaux sociaux comme des enquêtes d'opinion en temps réel pour mieux cerner la demande d'information. Ils les utilisent également comme source d'information, notamment pour la couverture des conflits.

Les publications de citoyens ordinaires sur ces réseaux tendent à modifier la couverture médiatique des événements qu'ils documentent, la perception qu'en ont les journalistes professionnels, et le ton employé dans les médias pour les relater.

Cet effet de démocratisation de l'information sur les conflits, s'ajoute aux effets plus négatifs souvent associés aux réseaux sociaux, comme la circulation de fausses informations ou la montée du populisme.

CHAPITRE III



TÉLÉVISION VS CINÉMA



Bien qu'ils partagent l'objectif commun de divertir et d'informer, ils se distinguent nettement par leurs formats, leurs modes de consommation et l'expérience qu'ils offrent aux spectateurs. Depuis l'avènement de la télévision au milieu du 22e siècle, ces deux médias ont évolué en parallèle, chacun façonnant et étant façonné par les attentes et les habitudes du public.

La télévision, avec ses séries épisodiques et ses programmes variés, se caractérise par une accessibilité inégalée. Les téléspectateurs peuvent accéder à un vaste éventail de contenus via les chaînes de diffusion traditionnelles, le câble, le satellite et, de plus en plus, le streaming.

Les émissions télévisées sont souvent produites à un rythme rapide, avec des budgets variés. Les résolutions vont du HD au 4K, et le son surround devient de plus en plus courant. La télévision excelle dans la création d'un lien continu avec son audience grâce à des épisodes hebdomadaires qui encouragent l'engagement régulier.

Le cinéma, en revanche, est synonyme de spectacle et d'immersion, les films sont généralement conçus pour être vus dans des salles de cinéma, équipées de systèmes de projection de haute qualité, des écrans géants, et des systèmes de son sophistiqués qui offrent une expérience audiovisuelle enveloppante.

Les films bénéficient souvent de budgets plus importants et de cycles de production plus longs, avec des niveaux élevés et des résolutions atteignant 4K et 8K, et les technologies IMAX et 3D pour une dimension cinématographique. Le cinéma est aussi marqué par des histoires racontées sur une durée de deux à trois heures.

La télévision et le cinéma, bien qu'ils diffèrent techniquement, sont complémentaires dans l'écosystème médiatique. Ils répondent aux besoins variés des spectateurs, offrant l'accessibilité et la continuité de la télévision et la magie immersive du cinéma.



// DIFFÉRENCES FONDAMENTALES

La télévision et le cinéma, bien qu'ils partagent l'objectif commun de divertir et d'informer, se distinguent par des différences fondamentales. Ces différences se manifestent dans leur format, leur mode de distribution, leurs méthodes de production, l'expérience qu'ils offrent aux spectateurs, et le type de contenu qu'ils proposent.

> FORMAT ET DISTRIBUTION

- **Télévision (épisodique)** : Les programmes télévisés sont souvent organisés en épisodes et en saisons, permettant des arcs narratifs plus longs et un développement détaillé des personnages. Ils sont accessibles à domicile via des chaînes de diffusion, le câble, le satellite et les services de streaming, et peuvent être visionnés en direct, en différé ou en binge-watching. La durée des émissions est variable, allant de quelques minutes (publicités, clips) à plusieurs heures (films télévisés, séries limitées).
- **Cinéma (long Métrage)** : Les films sont généralement des œuvres complètes et auto-contenues d'une durée moyenne de 90 à 180 minutes. Conçus pour être projetés dans des salles de cinéma, ils offrent une expérience collective et immersive. Leur sortie est souvent séquentielle, débutant par une première en salles avant de devenir disponibles en VOD, DVD/Blu-ray ou sur les plateformes de streaming.

> PRODUCTION ET BUDGET

- **Télévision (cycles de production rapide)** : Les séries télévisées, surtout les émissions quotidiennes ou hebdomadaires, nécessitent des cycles de production rapides. Les budgets peuvent varier considérablement, allant des émissions de télé-réalité peu coûteuses aux séries prestigieuses à gros budget comme "Game of Thrones". De plus, les séries peuvent durer plusieurs saisons, nécessitant une planification narrative à long terme.
- **Cinéma (production cinématographique)** : Les films bénéficient généralement de cycles de production plus longs, ce qui permet une plus grande attention aux détails. Ils peuvent également disposer de budgets très élevés, en particulier les blockbusters, couvrant des dépenses telles que les effets spéciaux, les tournages internationaux et les cachets d'acteurs renommés. Chaque film est conçu comme un projet unique, avec un début, un milieu et une fin, offrant ainsi une conclusion narrative dans le cadre de sa durée spécifique.

> EXPÉRIENCE SPECTATEUR

- **Télévision (Visionnage Domestique)** : La télévision est principalement consommée à domicile, souvent en multitâche, offrant des opportunités pour des pauses et du binge-watching. Cette proximité permet une connexion plus personnelle et régulière avec les personnages et les histoires grâce à la fréquence de diffusion. De plus, la télévision offre une accessibilité et une flexibilité, permettant de visionner des contenus à tout moment, adaptés aux emplois du temps individuels.
- **Cinéma (immersion totale)** : Lorsqu'on regarde un film au cinéma, l'obscurité de la salle, la taille de l'écran et la qualité du son créent une immersion totale difficile à reproduire ailleurs. Cette expérience est également collective, car regarder un film en salle est une activité sociale, partagée avec un public, ce qui ajoute à l'expérience émotionnelle collective. De plus, aller au cinéma est souvent perçu comme une sortie ou un événement spécial, distinct de la routine quotidienne, ajoutant ainsi à l'excitation de l'expérience cinématographique.

> CONTENU ET NARRATION

- **Télévision (narration épisodique)** : La télévision permet des arcs narratifs complexes et de longue durée, offrant des cliffhangers et des développements progressifs captivants. De plus, elle offre une diversité de genres, allant des nouvelles et des talk-shows aux séries dramatiques et aux comédies, répondant ainsi aux goûts variés des spectateurs. En outre, la télévision peut être réactive, capable de répondre rapidement à l'actualité et aux tendances sociétales, offrant ainsi une expérience dynamique et pertinente.
- **Cinéma (narration compacte)** : Dans le cinéma, les histoires sont condensées pour s'intégrer dans une durée limitée, ce qui nécessite une narration plus concise et souvent plus intense. De plus, le cinéma met l'accent sur des valeurs de production élevées et des effets visuels spectaculaires, créant ainsi un spectacle visuel immersif et captivant pour le public. En outre, il aborde souvent des thèmes universels avec une profondeur émotionnelle, visant à toucher un large public international et à susciter des réflexions profondes sur la condition humaine.

Bien que la télévision et le cinéma partagent certains aspects de la création et de la consommation de contenus, leurs différences fondamentales résident dans leurs formats, leurs méthodes de production, leurs expériences spectateurs et leurs approches narratives. Ces distinctions permettent à chaque médium de se spécialiser et d'exceller dans des domaines uniques, enrichissant ainsi l'écosystème global du divertissement.

> **Formats et durées** : Les formats et les durées jouent un rôle crucial dans la façon dont nous consommons le contenu télévisuel et cinématographique. Alors que la télévision offre une variété d'épisodes et de séries, permettant des histoires élaborées sur le long terme, le cinéma se distingue par des œuvres complètes et immersives conçues pour une expérience unique sur grand écran.

> **Modèles économiques et de distribution** : Ils jouent un rôle essentiel dans l'industrie du divertissement, dont les contenus sont produits, diffusés et monétisés. Que ce soit à travers la télévision ou le cinéma, ces modèles déterminent la viabilité des projets créatifs et l'accès du public au contenu.

> **Influences réciproques** : Ils sont indéniables, chaque médium influençant et enrichissant l'autre de manière significative. Alors que le cinéma inspire souvent des adaptations télévisuelles et des séries dérivées, la télévision influence également les pratiques de narration, les normes de production et même les styles visuels du cinéma contemporain. Cette interaction dynamique crée un flux continu d'idées, d'innovations et de collaborations entre les deux médias, façonnant ainsi le paysage culturel et artistique de notre époque.

> **Adaptations cinématographiques de séries télévisées** : Elles représentent un pont fascinant entre deux formes d'art distinctes. Souvent, ces adaptations offrent aux créateurs l'opportunité d'explorer davantage les univers et les personnages bien-aimés de la série télévisée sur grand écran, offrant ainsi une expérience cinématographique enrichie et élargie pour les fans. Cependant, cela peut aussi présenter des défis uniques, car les attentes des fans sont élevées et le passage d'un format à l'autre nécessite souvent des ajustements narratifs et visuels.

> **Acteurs et réalisateurs entre les deux médiums** : Les acteurs et réalisateurs qui naviguent entre la télévision et le cinéma incarnent la polyvalence et l'adaptabilité nécessaires pour exceller dans l'industrie du divertissement. Le passage de la télévision au cinéma offre souvent aux acteurs et réalisateurs l'opportunité d'explorer une plus grande diversité de rôles et de projets, tandis que le mouvement inverse peut leur permettre de s'engager dans des projets plus longs et développés sur le petit écran. Cette fluidité entre les deux médiums crée un échange dynamique d'idées, de talents et de perspectives, enrichissant ainsi l'écosystème du divertissement.

> **Évolution des habitudes de consommation** : C'est un phénomène fascinant qui reflète les changements sociaux, technologiques et culturels de notre époque. Alors que les avancées technologiques ont ouvert de nouvelles possibilités de diffusion et de consommation de contenu, telles que le streaming en ligne et les plateformes à la demande, les consommateurs sont de plus en plus enclins à rechercher des expériences personnalisées, flexibles et accessibles. Cette transition vers des modèles de consommation à la demande a également entraîné une explosion de la production de contenu original, offrant aux spectateurs un large éventail de choix et de diversité.

> **Rôle du streaming dans la convergence télé-cinéma** : Le streaming joue un rôle central dans la convergence entre la télévision et le cinéma, en effaçant progressivement les frontières traditionnelles entre ces deux médias distincts. En offrant un accès à une vaste bibliothèque de contenu à la demande, les plateformes de streaming permettent aux spectateurs de choisir parmi une variété de films, de séries télévisées, de documentaires et même de contenu original, sans les contraintes temporelles ou géographiques imposées par les médias traditionnels.

Cette convergence se manifeste également dans la production de contenu, avec des séries télévisées qui adoptent souvent des techniques cinématographiques et des films qui empruntent des éléments narratifs et stylistiques à la télévision. De plus, la disponibilité de plateformes de streaming sur une gamme d'appareils, y compris les téléviseurs connectés, les ordinateurs, les smartphones et les tablettes, permet aux spectateurs de consommer du contenu télévisuel et cinématographique de manière transparente, où qu'ils se trouvent. Le streaming agit comme un catalyseur dans la convergence télé-cinéma, offrant aux spectateurs une expérience de divertissement intégrée et immersive.

> **Films originaux produits pour la télévision** : Ils représentent une facette passionnante de l'industrie du divertissement, offrant aux spectateurs des histoires captivantes et des performances remarquables directement dans leur salon. Ces films, souvent commandés par des chaînes de télévision, des services de streaming ou des studios de production spécialisés dans le contenu télévisuel, couvrent une gamme de genres et de styles, allant des drames intenses aux comédies légères en passant par les thrillers palpitants.

Contrairement aux films destinés aux salles de cinéma, les films originaux pour la télévision sont conçus pour être diffusés directement à la maison, ce qui leur permet d'explorer des thèmes et des formats adaptés à un public plus intime et diversifié. Avec l'avènement des plateformes de streaming, la production de films originaux pour la télévision a explosé, offrant aux cinéastes une plus grande liberté créative et aux spectateurs un accès sans précédent à une variété de contenus de qualité. Les films originaux pour la télévision enrichissent le paysage audiovisuel en offrant une alternative convaincante aux productions cinématographiques traditionnelles, tout en repoussant les limites de ce que le petit écran peut accomplir.

CHAPITRE IV



LA TÉLÉVISION ET L'ENFANT

La télévision est omniprésente dans la vie moderne et exerce une influence considérable sur tous les membres de la famille, y compris les enfants. Avec une variété d'émissions allant de l'éducatif au purement divertissant, la télévision a le potentiel d'enrichir l'expérience de vie des jeunes téléspectateurs.

Cependant, cette influence n'est pas sans conséquences et soulève de nombreuses questions sur son impact réel sur le développement des enfants. Une analyse détaillée des avantages et des inconvénients, ainsi que des recommandations pour une consommation équilibrée, est essentielle pour comprendre cette relation complexe.

La télévision, lorsqu'elle est utilisée de manière judicieuse, peut être une source précieuse d'éducation et de divertissement pour les enfants. Des programmes bien conçus peuvent offrir des leçons sur des sujets variés tels que les sciences, l'histoire, les arts et les compétences sociales.

En exposant les enfants à de nouveaux concepts et idées, la télévision peut stimuler leur curiosité et leur désir d'apprendre. De plus, les émissions adaptées à l'âge peuvent fournir des accès de divertissement sain et contribuer au développement de l'imagination et de la créativité.

Malgré ses avantages, la télévision présente également des risques pour le développement des enfants. Un temps d'écran excessif peut mener à un mode de vie sédentaire, augmentant les risques d'obésité et de problèmes de santé associés. L'exposition à des contenus inappropriés, tels que la violence ou des thèmes adultes, peut avoir des effets négatifs sur le comportement et le développement émotionnel des enfants.

En outre, une consommation excessive de télévision peut interférer avec le développement cognitif, en réduisant le temps consacré à des activités plus stimulantes comme la lecture ou les jeux créatifs.



FABRICANT
D'ENVELOPPES
& POCHETTES
PERSONNALISÉES

نصنع
القيمة
التي
تحملونها. 

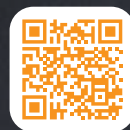
 Nous
fabriquons
la valeur
que vous
portez. 

 **Q** La
ualité
nous enveloppe

PLAYSTORE



WEB SITE



FARAS INTERNATIONAL
Z. A. BEN DHANOUN
BP A68, Khemis El Khechna - 35350 Boumerdes, Algérie.
Tél. +213 24 976 073 / 78 - Fax 024 976 055
+213 770 941 111 - 555 010 360
faras-international.com
info@faras-international.com

// IMPACT DE LA TÉLÉVISION SUR LE DÉVELOPPEMENT DE L'ENFANT : La télévision représente un outil éducatif puissant, capable d'influencer de manière significative le développement des enfants. Les programmes bien conçus jouent un rôle crucial dans l'acquisition de nouvelles connaissances et compétences. Par exemple, les émissions orientées vers les sciences, les mathématiques, les langues et les cultures peuvent non seulement enrichir le vocabulaire des enfants mais aussi améliorer leur compréhension et stimuler leur curiosité. En exposant les enfants à une variété d'idées et de cultures, la télévision élargit leurs horizons et sensibilise à la diversité du monde.

En matière de développement social et émotionnel, la télévision peut offrir des modèles comportementaux positifs et enseigner des compétences sociales essentielles. Les programmes qui mettent en avant des valeurs telles que l'empathie, la coopération et la résolution de conflits peuvent aider les enfants à développer leurs propres compétences interpersonnelles et à comprendre l'importance de relations sociales saines.

La télévision peut également interférer avec le développement cognitif des enfants. Une consommation excessive de programmes peu stimulants peut réduire le temps consacré à des activités plus bénéfiques comme la lecture, le jeu créatif et les interactions sociales. Ces activités sont cruciales pour le développement cérébral et l'acquisition de compétences importantes telles que la résolution de problèmes, la pensée critique et la créativité.

Pour maximiser les avantages de la télévision tout en minimisant ses effets négatifs, il est essentiel que les parents surveillent et régulent l'utilisation de la télévision par leurs enfants. Il est recommandé de choisir des programmes de haute qualité, adaptés à l'âge et éducatifs, et de limiter le temps d'écran à une durée raisonnable. En outre, encourager les enfants à participer à une variété d'activités, y compris le jeu en plein air, la lecture et les interactions sociales, peut favoriser un développement plus équilibré.



> **Effets cognitifs et éducatifs :** Pour maximiser les avantages éducatifs de la télévision tout en minimisant ses effets négatifs sur le développement cognitif, il est essentiel que les parents jouent un rôle actif dans la gestion de la consommation télévisuelle de leurs enfants. Des recommandations telles que la sélection de programmes de qualité, on entend par là des programmes éducatifs de haute qualité, adaptés à l'âge et aux intérêts de l'enfant, qui favorisent l'apprentissage actif et la curiosité intellectuelle.

Aussi une limitation du temps d'écran, fixant des limites claires temporelles que les enfants passent devant la télévision, en accordant la priorité à d'autres activités enrichissantes comme la lecture, le jeu créatif et les activités en plein air. N'oubliez pas d'encourager des discussions, parler des contenus télévisuels qu'ils regardent, pour renforcer leur compréhension et leur capacité à réfléchir de manière critique sur ce qu'ils ont vu.

Promouvoir des options alternatives et développer des activités qui soutiennent l'évolution cognitive et émotionnelle, telles que le sport, les jeux de société, les activités artistiques et les interactions sociales.

> **Contenus adaptés pour les enfants :** Certains contenus télévisés peuvent être divertissants, voire pédagogiques. Néanmoins, il n'est jamais bon d'abuser des choses et cela vaut également pour la télévision, regardez avec votre enfant, et avec modération des programmes adaptés à son âge. Essayez de ne pas utiliser la télévision ou l'ordinateur comme une babysitter pendant des heures. Cela vous permet de contrôler ce que votre enfant regarde et vous donne l'occasion d'en discuter avec lui.

Si votre enfant est plus jeune, n'hésitez pas à rigoler et à participer à ce qu'il se passe à l'écran, même si l'humour n'est pas exactement de votre niveau. Cela vous aidera à nouer des liens avec votre enfant et à rendre les moments en famille plus particuliers.

Comme cela est le cas avec tous les écrans, tout excès peut entraîner une fatigue oculaire et d'autres problèmes, notamment chez les plus jeunes dont le développement visuel n'est pas encore terminé. Le cerveau de vos enfants continue de se développer jusqu'à ce qu'ils aient entre 20 et 30 ans.



> Réglementation et Contrôle Parental : Les enfants peuvent commencer à regarder la télévision de manière limitée dès l'âge de 3 ans, tout en veillant à limiter le temps de visionnage. Entre 3 et 8 ans, il est recommandé de privilégier les programmes ludiques proposés par les différentes chaînes destinées aux enfants. Ces chaînes jeunesse offrent un contenu spécifiquement adapté aux plus jeunes, avec certains dessins animés qui permettent d'apprendre tout en s'amusant.

À partir de 8 ans, vous pouvez progressivement les orienter vers des séries familiales et des émissions de divertissement, tout en gardant un contrôle sur les programmes sélectionnés.

Malgré les mesures de prévention existantes, il peut arriver que certains programmes, tels que les journaux télévisés, diffusent des images choquantes susceptibles de perturber les enfants. Il est donc essentiel d'être présent lorsque de tels programmes sont diffusés, afin de pouvoir en discuter avec vos enfants, leur expliquer le contexte et les rassurer.

> Éducation et divertissement : Il devient évident qu'une approche méthodologique rigoureuse soit nécessaire pour évaluer l'influence de la télévision sur le comportement et le développement des individus, en particulier des enfants.

On parle d'une compréhension comportementale, qui permet d'analyser les interactions complexes entre les médias, les individus et la société dans son ensemble.

Dans les pays où les sciences du comportement sont bien établies et bénéficient de ressources importantes, il est plus probable de trouver des recherches évaluatives de qualité dans ce domaine.

Ces pays disposent souvent d'institutions académiques et de laboratoires de recherche dotés d'expertise dans l'analyse des effets des médias sur le comportement humain. De plus, ils ont souvent des infrastructures de recherche solides et des financements adéquats pour mener des études approfondies et multidisciplinaires sur l'impact de la télévision.

Cependant, dans de nombreux pays en développement, les ressources et l'expertise en sciences sociales et en sciences du comportement sont souvent limitées. De plus, les chercheurs et les praticiens peuvent être confrontés à des défis tels que le manque d'accès à des bases de données pertinentes, le faible niveau de formation en recherche ou les contraintes logistiques liées à la collecte de données dans des environnements souvent complexes et diversifiés.

Ainsi, bien que la nécessité de comprendre l'impact de la télévision soit universelle, la capacité à mener des recherches évaluatives approfondies dans ce domaine peut varier considérablement d'un pays à l'autre en fonction du niveau de développement des sciences du comportement et des ressources disponibles.

Cela souligne l'intérêt d'une collaboration internationale et de la mobilisation de ressources pour soutenir la recherche évaluative dans les pays en développement, afin de mieux comprendre et atténuer les effets potentiels de la télévision sur le développement des individus et des sociétés.



Les activités extérieures sont essentielles pour le développement global des enfants, souvent compromis par le temps excessif passé devant la télévision.

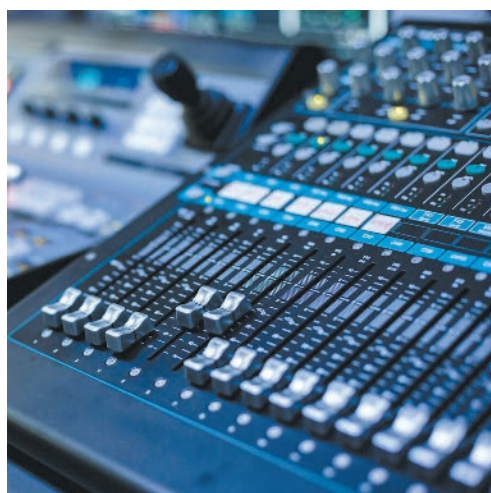
Réduisez le temps d'écran et encouragez les jeux en plein air pour favoriser une croissance physique, mentale et sociale équilibrée.



**more
time
out**



CHAPITRE V



CONSOMMATION DES PROGRAMMES



Bien qu'ils partagent l'objectif commun de divertir et d'informer, ils se distinguent nettement par leurs formats, leurs modes de consommation et l'expérience qu'ils offrent aux spectateurs. Depuis l'avènement de la télévision au milieu du 22e siècle, ces deux médias ont évolué en parallèle, chacun façonnant et étant façonné par les attentes et les habitudes du public.

La télévision, avec ses séries épisodiques et ses programmes variés, se caractérise par une accessibilité inégalée. Les téléspectateurs peuvent accéder à un vaste éventail de contenus via les chaînes de diffusion traditionnelles, le câble, le satellite et, de plus en plus, le streaming.

Les émissions télévisées sont souvent produites à un rythme rapide, avec des budgets variés. Les résolutions vont du HD au 4K, et le son surround devient de plus en plus courant. La télévision excelle dans la création d'un lien continu avec son audience grâce à des épisodes hebdomadaires qui encouragent l'engagement régulier.

Le cinéma, en revanche, est synonyme de spectacle et d'immersion, les films sont généralement conçus pour être vus dans des salles de cinéma, équipées de systèmes de projection de haute qualité, des écrans géants, et des systèmes de son sophistiqués qui offrent une expérience audiovisuelle enveloppante.

Les films bénéficient souvent de budgets plus importants et de cycles de production plus longs, avec des niveaux élevés et des résolutions atteignant 4K et 8K, et les technologies IMAX et 3D pour une dimension cinématographique. Le cinéma est aussi marqué par des histoires racontées sur une durée de deux à trois heures.

La télévision et le cinéma, bien qu'ils diffèrent techniquement, sont complémentaires dans l'écosystème médiatique. Ils répondent aux besoins variés des spectateurs, offrant l'accessibilité et la continuité de la télévision et la magie immersive du cinéma.



// TÉLÉVISION ÉVÉNEMENTIELLE (sport, élection, conflits, récompense...)

La télévision événementielle est un genre médiatique qui couvre des événements spécifiques et souvent exceptionnels, attirant une audience massive en raison de leur nature unique et souvent imprévisible. Ces événements peuvent inclure des compétitions sportives, des élections politiques, des conflits internationaux, des cérémonies de récompenses, et bien d'autres. Voici un aperçu de l'importance et de l'impact de la télévision événementielle.

> **Les événements sportifs** : Tels que les Jeux Olympiques, la coupe du monde de football, ou les tournois de tennis du grand chelem, sont parmi les plus suivis à la télévision. Ces événements offrent une couverture en direct, des analyses approfondies, et des commentaires experts, permettant aux téléspectateurs de vivre les moments forts en temps réel. La télévision joue un rôle crucial en rendant ces événements accessibles à un large public, augmentant ainsi leur visibilité et leur popularité. De plus, les retransmissions sportives génèrent des revenus publicitaires considérables pour les chaînes, faisant du sport un pilier de la programmation événementielle.

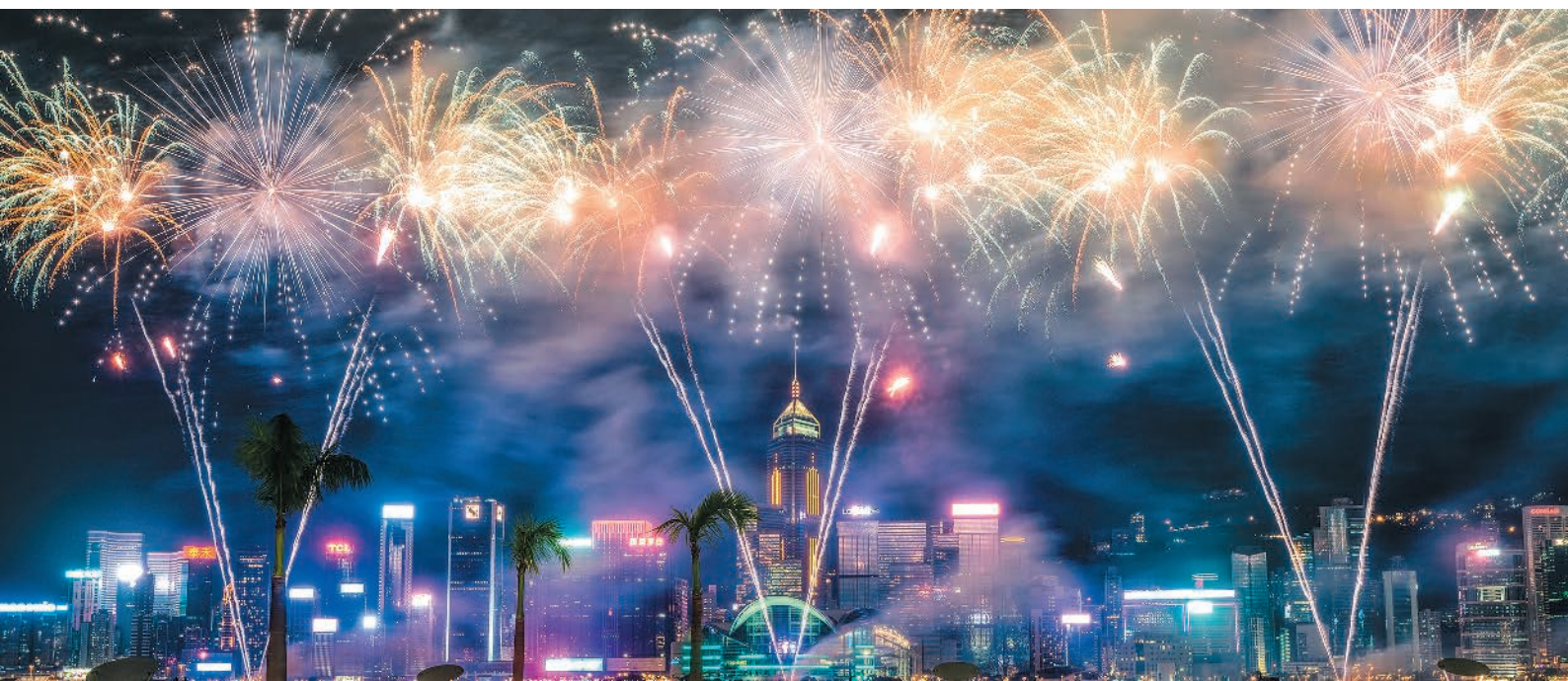
> **Les élections politiques** : Sont un autre exemple clé de télévision événementielle. Les chaînes d'information se préparent longtemps à l'avance pour couvrir les campagnes, les débats, et les résultats électoraux en temps réel. Cette couverture permet aux citoyens de rester informés sur les candidats, les enjeux, et les résultats des élections, jouant ainsi un rôle crucial dans le processus démocratique. La télévision événementielle en période électorale peut influencer l'opinion publique et la participation électorale, soulignant l'importance d'une couverture objective et équilibrée.

> **Les cérémonies de récompenses** : Comme les Oscars, les César, ou encore les ballons d'or, attirent également une audience massive. Ces événements célébrant les réalisations dans divers domaines artistiques et culturels sont suivis en direct par des millions de téléspectateurs. La couverture télévisuelle de ces cérémonies met en lumière les talents et les œuvres exceptionnelles, tout en offrant un spectacle de divertissement.

> **La couverture des conflits internationaux** : Tels que les guerres et les crises humanitaires, est une autre facette importante de la télévision événementielle. Les reportages en direct et les documentaires permettent aux téléspectateurs de comprendre la complexité des situations conflictuelles et leurs impacts humanitaires. Cependant, la diffusion de ces événements nécessite une approche éthique rigoureuse pour éviter la désinformation et respecter la dignité des personnes affectées.

La télévision événementielle a un impact significatif sur la société en termes de divertissement, d'information et d'engagement civique. Cependant, elle pose également des défis, notamment en matière d'objectivité, de qualité de l'information, et d'éthique journalistique. Les chaînes doivent équilibrer la pression commerciale de l'audience avec la responsabilité de fournir une couverture précise et respectueuse.

Elle joue un rôle central dans la manière dont nous consommons les nouvelles et les événements importants, qu'il s'agisse de sports, d'élections, de conflits ou de cérémonies de récompenses, elle offre aux téléspectateurs une fenêtre sur des moments cruciaux et souvent historiques. Pour maximiser son potentiel positif, il est essentiel que les diffuseurs maintiennent des normes élevées de journalisme et de production.



// TÉLÉVISION DOCUMENTAIRE (science, recherche, investigation...)

La télévision documentaire occupe une place unique dans le paysage médiatique, en offrant des contenus éducatifs et informatifs qui explorent en profondeur divers sujets tels que les sciences, la recherche et l'investigation. Ces programmes ont pour objectif de sensibiliser, d'informer et d'éduquer le public, tout en offrant un regard critique et analytique sur des sujets complexes.

> Sciences : Ils jouent un rôle crucial en vulgarisant des concepts souvent complexes et en les rendant accessibles au grand public. Des sujets tels que l'astronomie, la biologie, la physique, et la médecine sont explorés avec rigueur et clarté, permettant aux téléspectateurs de comprendre les avancées scientifiques et leurs implications pour la société. Par exemple, des documentaires sur les écosystèmes, le changement climatique, ou les nouvelles technologies peuvent non seulement informer mais aussi inciter à l'action et à la réflexion.

> Recherche : Elle met en lumière le travail des chercheurs et des scientifiques, explorant les processus et les défis de la découverte scientifique. Ces programmes peuvent couvrir des domaines variés, allant de la recherche médicale aux explorations spatiales, en passant par les innovations technologiques et les études sociologiques. En présentant les méthodes et les résultats de la recherche scientifique, ces documentaires contribuent à une meilleure compréhension du monde et des phénomènes qui nous entourent, tout en valorisant le travail des chercheurs.

> Investigation : Ils sont essentiels pour révéler des vérités cachées et mettre en lumière des enjeux sociaux, politiques et économiques. Ces programmes peuvent aborder des sujets sensibles tels que la corruption, les crimes environnementaux, les violations des droits humains, et les scandales financiers. Grâce à des enquêtes approfondies et à des reportages rigoureux, les documentaires d'investigation jouent un rôle crucial dans la transparence et la responsabilité, souvent en exposant des informations que d'autres médias peuvent négliger.

La télévision documentaire a un impact significatif sur l'éducation et la sensibilisation du public. Elle permet :

- **Éduquer et Informer :** En offrant des informations détaillées et vérifiées, les documentaires contribuent à l'éducation continue des téléspectateurs sur des sujets importants et souvent complexes.

- **Inspirer et Encourager :** Les histoires de découvertes scientifiques, de recherche innovante et d'enquêtes courageuses peuvent inspirer les jeunes et encourager une culture de curiosité et de questionnement.

- **Promouvoir la Réflexion Critique :** En présentant des faits, des analyses et des perspectives diversifiées, les documentaires incitent les téléspectateurs à réfléchir de manière critique sur les informations qu'ils reçoivent.

Cependant, la production de documentaires de qualité nécessite des ressources considérables, tant en termes de temps que de financement. Il est crucial que les producteurs et les diffuseurs de documentaires maintiennent des normes élevées d'intégrité journalistique et d'objectivité, évitant ainsi la sensationnalisation et les biais.

En conclusion, la télévision documentaire joue un rôle fondamental en éduquant, en informant et en inspirant les téléspectateurs. Que ce soit en explorant les merveilles de la science, en mettant en lumière les travaux de recherche ou en menant des enquêtes d'investigation, les documentaires enrichissent notre compréhension du monde et encouragent une société mieux informée et plus critique.



// REVENUS PUBLICITAIRES

Les revenus publicitaires constituent une source de financement essentielle pour les chaînes de télévision, jouant un rôle crucial dans leur fonctionnement et leur capacité à produire du contenu de qualité. Voici un aperçu de l'importance et de l'impact des revenus publicitaires dans le secteur télévisuel.

> Source principale de financement : Pour de nombreuses chaînes de télévision, les revenus publicitaires représentent la principale source de financement. Les annonceurs paient pour diffuser leurs messages commerciaux pendant les pauses publicitaires, autour de programmes populaires et durant les événements majeurs tels que les compétitions sportives, les émissions de divertissement, et les actualités. Ces revenus permettent aux chaînes de couvrir leurs coûts de production, de distribution, et d'exploitation.

> Influence sur la programmation : Les revenus publicitaires ont une influence significative sur la programmation télévisuelle. Les chaînes cherchent à attirer des audiences larges et spécifiques pour maximiser leurs revenus publicitaires. Cela peut parfois conduire à des décisions éditoriales basées sur le potentiel d'audience plutôt que sur la valeur éducative ou informative des programmes. Par exemple, les émissions de télé-réalité, les séries populaires, et les événements sportifs de grande envergure attirent souvent des investissements publicitaires substantiels en raison de leur capacité à attirer un large public.

> Impact sur le contenu : La dépendance aux revenus publicitaires peut également affecter la nature et la qualité du contenu télévisuel. Pour attirer les annonceurs, certaines chaînes peuvent privilégier des contenus plus sensationnalistes ou orientés vers le divertissement, au détriment de programmes plus éducatifs ou informatifs. Cela peut poser un défi pour les chaînes qui cherchent à maintenir un équilibre entre rentabilité et qualité éditoriale.

> Publicité ciblée et personnalisée : Avec l'avènement de la télévision numérique et des technologies de suivi des audiences, la publicité ciblée est devenue de plus en plus courante. Les annonceurs peuvent maintenant diffuser des publicités spécifiques à des segments d'audience bien définis, augmentant ainsi l'efficacité et le retour sur investissement de leurs campagnes publicitaires. Cette personnalisation permet aux chaînes de télévision de proposer des tarifs publicitaires plus élevés pour des créneaux publicitaires très ciblés.

> Défis et opportunités : Le paysage médiatique en constante évolution présente à la fois des défis et des opportunités pour les revenus publicitaires télévisuels. La montée en puissance des services de streaming et des plateformes de vidéo à la demande (VOD) a fragmenté l'audience, rendant plus difficile la capture de larges segments de marché traditionnellement atteints par la télévision linéaire. Cependant, ces mêmes technologies offrent de nouvelles opportunités pour les modèles de publicité innovants, tels que les publicités interactives et la publicité intégrée au contenu.

Les revenus publicitaires sont indispensables au maintien et au développement des chaînes de télévision. Ils influencent non seulement la programmation et le contenu, mais également les stratégies de croissance des chaînes. Bien que la dépendance à la publicité puisse poser des défis en termes de qualité éditoriale, elle offre également des opportunités pour des innovations dans la manière dont les publicités sont conçues et diffusées. Pour les chaînes de télévision, l'équilibre entre maximisation des revenus publicitaires et maintien de la qualité du contenu reste un enjeu majeur dans un paysage médiatique en évolution rapide.



// DROITS DE DIFFUSION

Les droits de diffusion sont des autorisations légales permettant aux chaînes de télévision de diffuser des contenus spécifiques, tels que des films, des émissions de télévision, des événements sportifs, et des programmes musicaux. Ces droits jouent un rôle crucial dans l'industrie télévisuelle, influençant la programmation, les revenus, et la compétitivité des chaînes.

> Importance des droits de diffusion : Les droits de diffusion sont essentiels pour que les chaînes de télévision puissent proposer une variété de contenus attractifs à leurs audiences. Sans ces droits, les chaînes seraient limitées à la production de contenus originaux, ce qui pourrait réduire la diversité et la qualité des programmes proposés. Les droits de diffusion permettent également aux chaînes de diffuser des événements en direct, tels que les compétitions sportives et les cérémonies de remise de prix, qui attirent souvent de larges audiences.

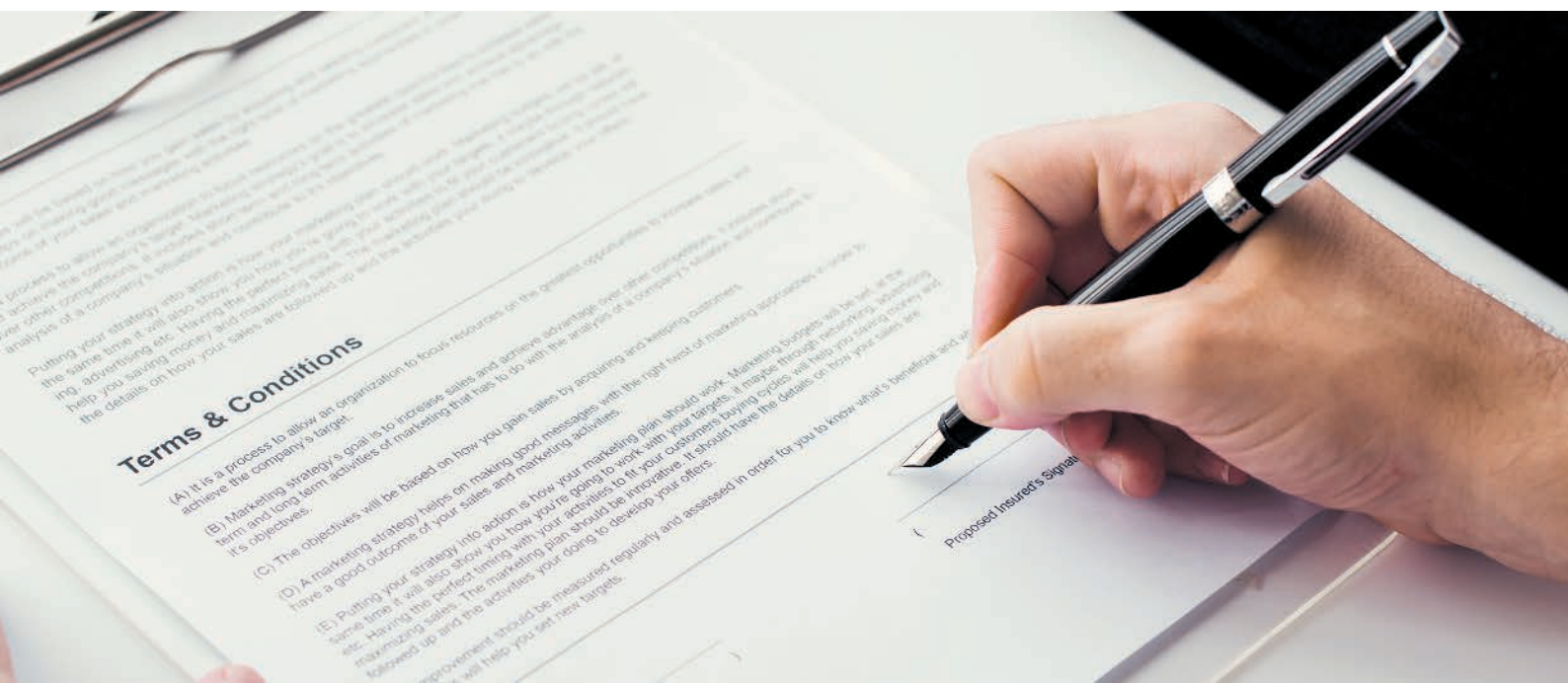
> Acquisition des droits de diffusion : L'acquisition des droits de diffusion implique généralement des négociations et des contrats entre les détenteurs de droits (comme les studios de cinéma, les producteurs de télévision, et les ligues sportives) et les diffuseurs. Les coûts des droits de diffusion peuvent varier considérablement en fonction de la popularité et de l'exclusivité du contenu. Par exemple, les droits de diffusion pour des événements sportifs majeurs comme les Jeux Olympiques ou la Coupe du Monde de football peuvent atteindre des sommes astronomiques.

> Exclusivité et compétitivité : La concurrence pour obtenir des droits de diffusion exclusifs est intense parmi les chaînes de télévision. Les droits exclusifs permettent à une chaîne de devenir la seule source de diffusion d'un contenu particulier dans une région donnée, ce qui peut attirer un grand nombre de téléspectateurs et augmenter les revenus publicitaires. Par exemple, une chaîne qui détient les droits exclusifs de diffusion des matchs d'une ligue sportive populaire peut attirer une audience fidèle et lucrative.

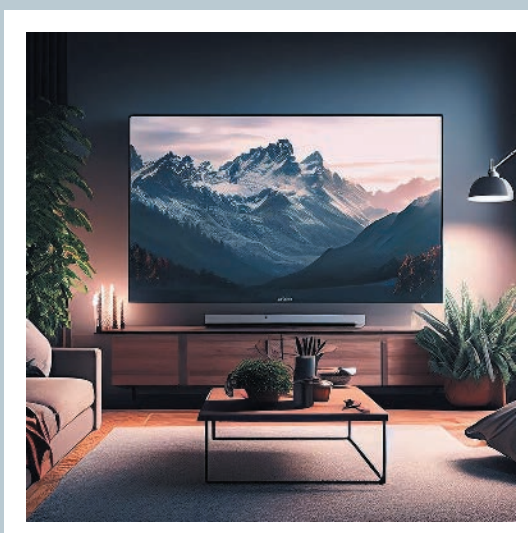
> Impact sur les revenus : Les droits de diffusion sont un levier important pour les revenus des chaînes de télévision. Les événements en direct et les programmes populaires attirent de grandes audiences, ce qui, à son tour, attire des annonceurs désireux de payer des primes pour diffuser leurs publicités pendant ces créneaux. De plus, les chaînes peuvent également générer des revenus en vendant des sous-licences à d'autres diffuseurs ou en offrant des services de diffusion en ligne via des plateformes de streaming.

> Défis et régulation : L'acquisition et la gestion des droits de diffusion présentent également des défis. Les coûts élevés peuvent limiter l'accès à certains contenus pour les chaînes de télévision plus petites ou les nouveaux entrants sur le marché. De plus, les réglementations gouvernementales et les accords internationaux peuvent influencer la manière dont les droits de diffusion sont négociés et distribués. Par exemple, certaines juridictions imposent des règles pour garantir que les événements d'importance nationale, comme les élections ou les finales sportives, soient diffusés sur des chaînes accessibles gratuitement au public.

Les droits de diffusion sont un pilier fondamental de l'industrie télévisuelle, influençant fortement la programmation et les revenus des chaînes de télévision. Ils permettent aux chaînes de proposer une variété de contenus attractifs et de se différencier dans un marché concurrentiel. Toutefois, les coûts et les défis associés à l'acquisition de ces droits nécessitent une gestion stratégique et une régulation appropriée pour garantir un accès équitable et diversifié aux contenus télévisuels pour les audiences mondiales.



CHAPITRE VI



TECHNOLOGIES DE LA TÉLÉVISION



Les technologies de la télévision ont considérablement évolué, offrant divers formats, types d'écrans et connectiques pour améliorer l'expérience de visionnage. Les résolutions vont de la définition standard (SD) à la haute définition (HD), 4K UHD, et 8K UHD, avec la technologie HDR ajoutant des contrastes et des couleurs améliorés.

Les types d'écrans incluent LCD, OLED, QLED, et MicroLED, chacun offrant des avantages distincts en termes de qualité d'image, consommation d'énergie et coût. Les écrans LCD sont abordables et fiables, tandis que les écrans OLED offrent des noirs profonds et des couleurs vives. Les écrans QLED, utilisant des points quantiques, améliorent la luminosité et la précision des couleurs, et les écrans MicroLED promettent des avancées significatives avec une meilleure luminosité et une longue durée de vie.

Les options de connectivité modernes, telles que HDMI, USB, Ethernet, Wi-Fi et Bluetooth, permettent de connecter divers périphériques et d'accéder à des contenus variés. La connectique HDMI est la norme pour la transmission de vidéo et d'audio haute définition, avec des versions récentes supportant la 4K à 120Hz et la 8K à 60Hz.

Les ports USB permettent de connecter des disques externes, tandis que les connexions Ethernet et Wi-Fi permettent d'accéder à Internet pour le streaming de contenu et l'utilisation d'applications. La technologie Bluetooth nous connecte sans fil à d'autres accessoires comme les casques, les claviers et les manettes de jeu.

En comprenant les différents formats, types d'écrans et connectiques disponibles, les consommateurs peuvent mieux apprécier les capacités des téléviseurs modernes et faire des choix éclairés pour une expérience de visionnage optimale. Les innovations actuelles permettent aux utilisateurs de bénéficier d'images plus nettes, de couleurs plus vives et d'une meilleure connectivité, rendant ainsi la télévision plus immersive et interactive.



// LA TÉLÉVISION MODERNE

Autrefois, la télévision était un simple meuble dans le salon, diffusant des programmes en noir et blanc sur quelques chaînes limitées. Les familles se rassemblaient autour de cet écran pour regarder les émissions du soir, planifiant leur emploi du temps en fonction des horaires de diffusion. Les changements de chaînes se faisaient manuellement, et l'offre de contenu était restreinte et linéaire.

Aujourd'hui, la télévision est bien plus qu'un simple appareil de diffusion; elle incarne une révolution technologique et culturelle qui transforme la façon dont nous consommons les médias et interagissons avec le monde. Autrefois une simple boîte à images en noir et blanc, elle a évolué pour devenir un centre de divertissement sophistiqué, offrant des expériences visuelles et auditives inégalées, intégrant les dernières avancées technologiques pour offrir une expérience immersive et interactive.

Imaginez une soirée typique à la maison. En appuyant sur un bouton, votre téléviseur s'allume, dévoilant un écran à la résolution époustouflante de 4K ou même 8K, où chaque détail est rendu avec une précision telle que l'image semble presque tangible. Les couleurs sont vives, les noirs sont profonds, grâce à la technologie OLED ou QLED qui donne vie à chaque scène avec une intensité saisissante. Les écrans MicroLED commencent également à se faire une place, combinant les avantages des OLED avec une meilleure luminosité et une durée de vie accrue.

Mais la magie de la télévision moderne ne s'arrête pas à la qualité de l'image. Ces téléviseurs sont maintenant des hubs connectés, intégrant des services de streaming comme Netflix, Amazon Prime, et Disney+. Fini le temps où il fallait jongler entre plusieurs télécommandes ou se lever pour changer de chaîne. Tout est accessible à partir d'une interface intuitive, souvent contrôlée par la voix grâce à des assistants intelligents comme Alexa ou Google Assistant. Les téléviseurs peuvent désormais se connecter à des réseaux domestiques via Wi-Fi ou Ethernet, permettant de naviguer sur Internet, regarder des vidéos en ligne, et accéder à une multitude d'applications directement depuis l'écran.

Les options de connectivité modernes, telles que les ports HDMI 2.1, assurent une transmission de haute qualité pour la vidéo et l'audio, supportant des résolutions allant jusqu'à 8K à 60Hz ou 4K à 120Hz, ainsi que le HDR. Les ports USB permettent de brancher des clés USB, des disques durs externes, ou d'alimenter des appareils comme les dongles de streaming. Les connexions Bluetooth permettent la liaison sans fil avec des accessoires tels que des casques, des claviers, et des manettes de jeu. Les téléviseurs modernes disposent également de la technologie eARC (Enhanced Audio Return Channel), qui permet de transmettre un son de haute qualité à des barres de son ou des systèmes home cinéma.

Il faut noter que maintenant la télévision moderne est interactive. Vous pouvez commenter en direct des émissions via les réseaux sociaux, participer à des sondages en temps réel, ou encore suivre des événements sportifs avec des statistiques en direct affichées à l'écran. Cette interactivité est facilitée par des technologies comme les télécommandes vocales et les interfaces utilisateur intuitives qui rendent la navigation et l'interaction plus fluides et engageantes.

Cependant, avec toute cette sophistication, la télévision moderne exige une gestion intelligente. La possibilité de visionner des contenus en continu peut facilement mener à une consommation excessive, il est donc crucial de gérer le temps d'écran, surtout pour les jeunes téléspectateurs. Les parents peuvent utiliser des contrôles parentaux et des paramètres de restriction d'accès pour s'assurer que les enfants accèdent à des contenus appropriés et équilibrent leur temps entre les activités en ligne et hors ligne.

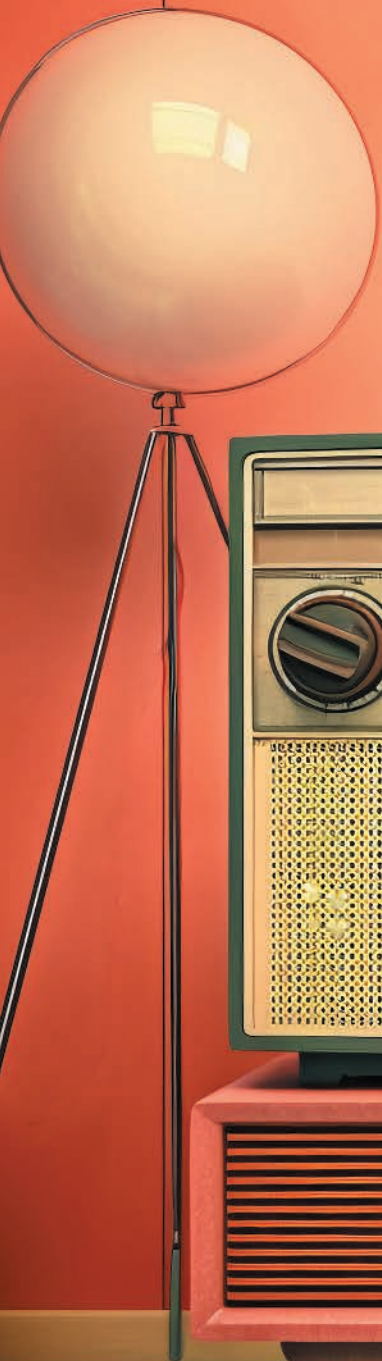
Enfin, la télévision moderne reflète et influence notre société. Les émissions et séries deviennent des phénomènes culturels, suscitant des discussions et des débats passionnés. Les documentaires et les reportages nous informent et sensibilisent sur des enjeux globaux, tandis que les événements en direct nous unissent, que ce soit pour célébrer des moments sportifs historiques ou suivre les actualités en temps réel.

La télévision moderne est une fenêtre ouverte sur le monde, un centre de divertissement multifonctionnel, et un outil puissant pour l'information et l'interaction sociale. Elle a su évoluer avec son temps, intégrant les dernières avancées technologiques pour offrir une expérience de visionnage riche et diversifiée, adaptée aux besoins et aux désirs de chacun.

La nostalgie est un regard vers notre avenir.

La nostalgie, appliquée à la télévision moderne, évoque une perspective euphorique où les souvenirs inspirants du passé nous guident de notre présent, vers notre avenir.

En se remémorant avec affection les émissions et les moments marquants d'autrefois, on trouve une source d'inspiration pour innover et créer un contenu qui résonne avec le public contemporain tout en respectant les racines et les succès du passé.



// FORMATS TÉLÉVISUELS

- > **Genre de programme** : Chaque format télévisuel appartient à un genre spécifique, comme le drame, la comédie, le documentaire, le talk-show, le jeu télévisé, etc. Chaque genre a ses propres conventions et attentes en termes de contenu et de présentation.
- > **Durée et structure des épisodes** : Les formats télévisuels varient en termes de durée des épisodes, qu'il s'agisse de séries avec des épisodes d'une durée standard de 30 ou 60 minutes, ou de formats plus flexibles comme les mini-séries avec des épisodes de longueur variable.
- > **Style narratif et visuel** : Chaque format télévisuel adopte un style narratif spécifique qui influence la manière dont l'histoire est racontée et présentée visuellement. Cela inclut des éléments comme le découpage, le montage, les effets spéciaux, et le choix des angles de caméra.
- > **Public cible** : Les formats télévisuels sont conçus en fonction d'un public cible spécifique, que ce soit les enfants, les adolescents, les adultes, ou des segments démographiques plus spécifiques comme les amateurs de sport, les amateurs de cuisine, etc.
- > **Objectif et ton** : Chaque format a un objectif particulier, qu'il s'agisse de divertir, d'éduquer, d'informer, de provoquer des émotions spécifiques (comme la peur dans les séries d'horreur), ou de stimuler l'interaction sociale.
- > **Conventions et règles du genre** : Par exemple, les jeux télévisés ont des règles spécifiques pour la compétition et les récompenses, tandis que les sitcoms suivent souvent une structure comique basée sur des situations et des personnages récurrents.

// **FORMATS D'IMAGE (standardisation)** : Elle englobe plusieurs aspects, tels que SD (Standard Definition), HD (High Definition), Full HD, 4K (3840 x 2160 px), et récemment 8K (7 680 X 4 320 px) définissent le nombre de pixels utilisés pour afficher l'image, influençant ainsi la clarté et les détails visibles.

Le format d'image, tel que 4:3 ou 16:9, détermine la proportion entre la largeur et la hauteur de l'image. Le 16:9 est devenu le standard pour les télévisions modernes, offrant une expérience de visionnage plus immersive.

La cadence d'images est le nombre d'images affichées par seconde (frames per second, ou FPS) est standardisé pour garantir une fluidité visuelle. Les standards communs incluent 24, 30, et 60 FPS.

Le format de compression est défini comme MPEG-2, MPEG-4, H.264, et HEVC (H.265) permettent de compresser les vidéos de manière efficace sans compromettre la qualité, facilitant la transmission et le stockage.

Les couleurs et HDR sont les normes pour la gestion des couleurs et la technologie HDR (High Dynamic Range) comme HDR10, Dolby Vision, et HLG (Hybrid Log-Gamma) améliorent la gamme de couleurs et le contraste, offrant des images plus vibrantes et réalistes.



// TECHNOLOGIE D'ÉCRAN

Il existe plusieurs types d'écrans utilisés aujourd'hui :

- **LCD** : (Liquid Crystal Display), utilise une technologie de cristaux liquides pour produire des images, souvent rétroéclairés par des lampes fluorescentes ou des LED. Offre une bonne qualité d'image et est couramment utilisé dans les téléviseurs et les moniteurs.

- **LED** : (Light Emitting Diode) est une variante de l'écran LCD qui utilise des diodes électroluminescentes (LED) pour le rétroéclairage. Les écrans LED offrent une meilleure efficacité énergétique, un contraste amélioré et peuvent être plus minces que les écrans LCD traditionnels.

- **OLED** : (Organic Light Emitting Diode) : Utilise des diodes électroluminescentes organiques pour produire de la lumière et des couleurs directement, offrant un contraste élevé, des noirs profonds et une plus grande flexibilité dans le design des écrans.

- **QLED** : (Quantum Dot Light Emitting Diode) est une technologie d'écran utilisée principalement par Samsung. Il utilise des points quantiques (quantum dots) pour améliorer la reproduction des couleurs et la luminosité par rapport aux écrans LED traditionnels.

Les points quantiques agissent comme des filtres de couleur, permettant à l'écran QLED d'afficher une gamme de couleurs plus large et plus précise, avec des blancs plus lumineux et des noirs plus profonds. Cette technologie est appréciée pour sa qualité d'image élevée, sa luminosité améliorée, et sa capacité à maintenir la fidélité des couleurs même à des niveaux de luminosité élevés.

- **Le plasma** : moins courant de nos jours, utilise des cellules de gaz ionisé entre deux plaques de verre pour créer des images. Offre un bon contraste et des angles de vision larges, mais est plus épais et moins efficace que les technologies plus récentes comme l'OLED et les écrans LED.

// **CONNECTIQUES** : Les connectiques sont les interfaces physiques ou sans fil utilisées pour connecter des appareils à un écran ou à une télévision. Voici quelques-unes des connectiques couramment utilisées :

- **HDMI** (High Definition Multimedia Interface) : Transmet des signaux audio et vidéo haute définition entre un appareil source (comme un lecteur Blu-ray ou une console de jeu) et un écran.

- **USB** (Universal Serial Bus) : Connecte divers périphériques comme des clés USB, des disques durs externes ou même des adaptateurs pour d'autres types de connectivité.

- **Wi-Fi** (Wireless Fidelity) : Utilisé pour la connectivité sans fil, permettant aux télévisions intelligentes et autres appareils de se connecter à un réseau domestique pour le streaming de contenu en ligne et d'autres applications.

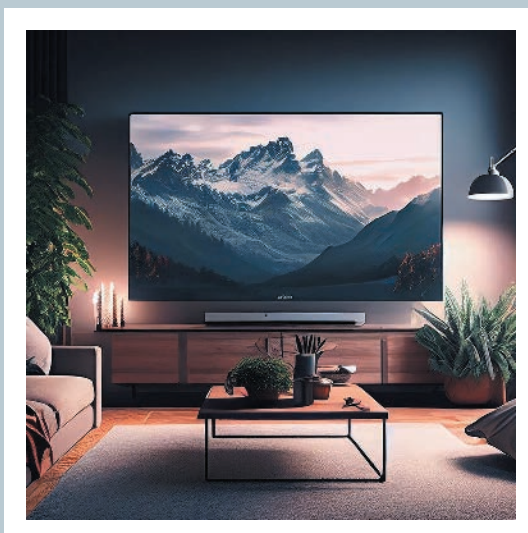
- **Ethernet** : Une connexion filaire utilisée pour une connexion Internet plus stable et rapide que le Wi-Fi, souvent utilisée pour les télévisions intelligentes et les dispositifs de streaming.

Full HD
1920 X 1080

4K Ultra HD
3840 X 2160

8K
7680 X 4320

CHAPITRE VII



LA TÉLÉVISION INTELLIGENTE



Bien qu'ils partagent l'objectif commun de divertir et d'informer, ils se distinguent nettement par leurs formats, leurs modes de consommation et l'expérience qu'ils offrent aux spectateurs. Depuis l'avènement de la télévision au milieu du 22e siècle, ces deux médias ont évolué en parallèle, chacun façonnant et étant façonné par les attentes et les habitudes du public.

La télévision, avec ses séries épisodiques et ses programmes variés, se caractérise par une accessibilité inégalée. Les téléspectateurs peuvent accéder à un vaste éventail de contenus via les chaînes de diffusion traditionnelles, le câble, le satellite et, de plus en plus, le streaming.

Les émissions télévisées sont souvent produites à un rythme rapide, avec des budgets variés. Les résolutions vont du HD au 4K, et le son surround devient de plus en plus courant. La télévision excelle dans la création d'un lien continu avec son audience grâce à des épisodes hebdomadaires qui encouragent l'engagement régulier.

Le cinéma, en revanche, est synonyme de spectacle et d'immersion, les films sont généralement conçus pour être vus dans des salles de cinéma, équipées de systèmes de projection de haute qualité, des écrans géants, et des systèmes de son sophistiqués qui offrent une expérience audiovisuelle enveloppante.

Les films bénéficient souvent de budgets plus importants et de cycles de production plus longs, avec des niveaux élevés et des résolutions atteignant 4K et 8K, et les technologies IMAX et 3D pour une dimension cinématographique. Le cinéma est aussi marqué par des histoires racontées sur une durée de deux à trois heures.

La télévision et le cinéma, bien qu'ils diffèrent techniquement, sont complémentaires dans l'écosystème médiatique. Ils répondent aux besoins variés des spectateurs, offrant l'accessibilité et la continuité de la télévision et la magie immersive du cinéma.



// UTILISATION TRADITIONNELLE ET MODERNE

La télévision, depuis son invention au début du 20ème siècle, a radicalement transformé la manière dont les gens consomment des informations et du divertissement. Traditionnellement, elle était un outil centralisé, où les familles se réunissaient pour regarder des programmes diffusés à des heures spécifiques, comme les actualités, les séries et les événements sportifs. Avec l'avènement des technologies modernes, son utilisation a évolué.

Aujourd'hui, la télévision n'est plus limitée à un écran dans le salon, elle est devenue portable et interactive, grâce aux services de streaming, aux enregistreurs numériques et aux télévisions intelligentes connectées à Internet. Les téléspectateurs ont désormais la possibilité de choisir ce qu'ils regardent et quand ils le regardent, transformant ainsi la télévision en une expérience personnalisée et à la demande.

> Télévision linéaire, télévision à la demande : La télévision linéaire désigne le modèle traditionnel de diffusion télévisuelle, où les programmes sont diffusés selon une grille horaire fixe. Les téléspectateurs doivent se conformer aux horaires de diffusion pour regarder leurs émissions préférées, qu'il s'agisse de journaux télévisés, de séries, de films ou d'événements en direct. Ce modèle encourage la visualisation en temps réel et souvent collective, favorisant des moments de rassemblement familial ou social devant le poste de télévision.

La télévision à la demande (VOD) permet aux utilisateurs de choisir et de regarder des contenus à tout moment, indépendamment de la programmation horaire traditionnelle. Ce mode de consommation a été popularisé par les services de streaming comme Netflix, Amazon Prime Video et Disney+. Les téléspectateurs peuvent accéder à une vaste bibliothèque de films, séries, documentaires et autres types de contenu, et les regarder quand ils le souhaitent. Ce modèle offre une grande flexibilité et personnalisation, répondant aux besoins et aux préférences individuelles des utilisateurs.

> Nouveaux usages (applications et fonctionnalités) : La télévision moderne a évolué bien au-delà de sa fonction traditionnelle. Avec l'avènement des technologies numériques et des télévisions connectées à Internet, de nouveaux usages se sont développés, transformant l'écran télévisé en un centre multimédia polyvalent.

Elles peuvent être connectées à des consoles de jeu, de plus, avec le développement du cloud gaming, il est désormais possible de jouer sans console, en diffusant simplement le jeu directement via Internet.

Les télévisions connectées peuvent également servir pour les visioconférences, grâce à des applications dédiées, avec l'ajout de caméras et de microphones, souvent intégrés ou en tant qu'accessoires, les télévisions permettent de participer à des réunions virtuelles, des appels familiaux ou des cours en ligne, offrant une expérience plus confortable.

On utilise les télévisions modernes pour écouter de la musique. Elles nous offrent la possibilité de diffuser des podcasts, transformant ainsi la télévision en un système audio domestique complet.

Sur la Smart TV on peut accéder aux réseaux sociaux, c'est une nouvelle manière de consulter et d'interagir avec du contenu social depuis le salon. Avec des navigateurs web intégrés, les télévisions connectées permettent de surfer sur Internet, de consulter des sites web, de lire des articles et de regarder des vidéos en ligne.

Les télévisions intelligentes peuvent être intégrées dans des systèmes de domotique, permettant de contrôler divers appareils domestiques connectés, comme les lumières, les thermostats, les caméras de sécurité et les appareils électroménagers, à partir d'une interface centralisée sur l'écran de télévision.





> **Maison Connectée** : La télévision joue un rôle central dans la maison connectée, un concept où divers appareils et systèmes domestiques sont interconnectés via Internet, offrant une gestion et un contrôle centralisés.

Les télévisions intelligentes peuvent servir de tableau de bord central pour contrôler divers appareils domestiques connectés. À l'aide d'applications spécifiques ou d'interfaces intégrées, les utilisateurs peuvent ajuster l'éclairage, régler les thermostats, surveiller les caméras de sécurité, et contrôler des appareils électroménagers comme les lave-vaisselle et les machines à laver.

Grâce à des applications intégrées, les télévisions connectées permettent de visualiser en temps réel les images des caméras de sécurité placées autour de la maison. Les notifications de sécurité, telles que les alertes de mouvement ou les alarmes, peuvent également être affichées directement sur l'écran de télévision, offrant une surveillance aisée et immédiate.

De nombreuses télévisions intelligentes sont compatibles avec des assistants vocaux comme Amazon Alexa, Google Assistant ou Apple Siri. Les utilisateurs peuvent donner des commandes vocales pour contrôler la télévision elle-même, ainsi que d'autres appareils connectés dans la maison, comme allumer ou éteindre les lumières, ajuster la température, ou verrouiller les portes.

En plus de la diffusion de contenus traditionnels et en streaming, la télévision peut être utilisée pour gérer et diffuser des contenus multimédias stockés localement ou sur le cloud. Les utilisateurs peuvent accéder à leur bibliothèque de films, séries, musique, et photos, et les afficher sur le grand écran.

Les télévisions modernes peuvent être intégrées avec des plateformes de domotique comme Apple HomeKit, Google Home, ou Amazon Echo. Cette intégration permet une interaction fluide entre la télévision et d'autres appareils domestiques intelligents, créant des scénarios automatisés. Par exemple, la télévision peut s'allumer automatiquement à une heure précise, ou les lumières peuvent s'atténuer lorsqu'un film commence.

Grâce à la connectivité, les télévisions peuvent afficher des notifications en temps réel pour divers événements domestiques, tels que les alertes de sécurité, les rappels de calendrier, ou les messages reçus sur des appareils de communication intégrés.

L'intelligence des téléviseurs peut fonctionner comme des télécommandes universelles, contrôlant non seulement la télévision elle-même, mais aussi les systèmes audio, les décodeurs, les consoles de jeu, et d'autres appareils connectés, simplifiant ainsi la gestion de l'ensemble du système de divertissement domestique.

> **Assistants vocaux et objets connectés** : Les assistants vocaux comme Amazon Alexa, Google Assistant, et Apple Siri, intégrés aux télévisions intelligentes, transforment l'expérience utilisateur en permettant un contrôle vocal des appareils domestiques connectés. Les utilisateurs peuvent, par exemple, allumer ou éteindre la télévision, ajuster le volume, changer de chaîne, ou lancer des applications de streaming simplement en parlant.

De plus, la télévision devient un hub central pour gérer d'autres objets connectés, tels que les lumières, les thermostats, et les systèmes de sécurité, en utilisant des commandes vocales. Cette intégration simplifie l'interaction avec la maison connectée, offrant une gestion plus intuitive et sans effort.

// TENDANCES FUTURES

Lors du CES de Las Vegas, les téléviseurs ont une fois de plus été mis à l'honneur. Parmi les innovations les plus remarquables, les écrans transparents, la télévision laser et les modèles 8K ont suscité beaucoup d'intérêt.

Les téléviseurs transparents, bien que déjà utilisés dans des contextes professionnels, se rapprochent maintenant du marché grand public. Bien que leur commercialisation ne soit pas encore imminente, on sent que cela devient de plus en plus réaliste.

Les principaux spécialistes des écrans ont été les premiers à présenter leurs innovations. Après les écrans qui se déroulent, s'enroulent, ultra-fins ou encore ceux qui se collent au mur, c'est la TV transparente, capable de se fondre dans son environnement, qui a marqué l'année. Cette technologie impressionne particulièrement car elle est déjà conçue pour une utilisation pratique. Certains fabricants ont même laissé entendre qu'un modèle nommé "Oled T" pourrait être disponible d'ici la fin de l'année, bien que le prix reste à déterminer.

> Transparent TV

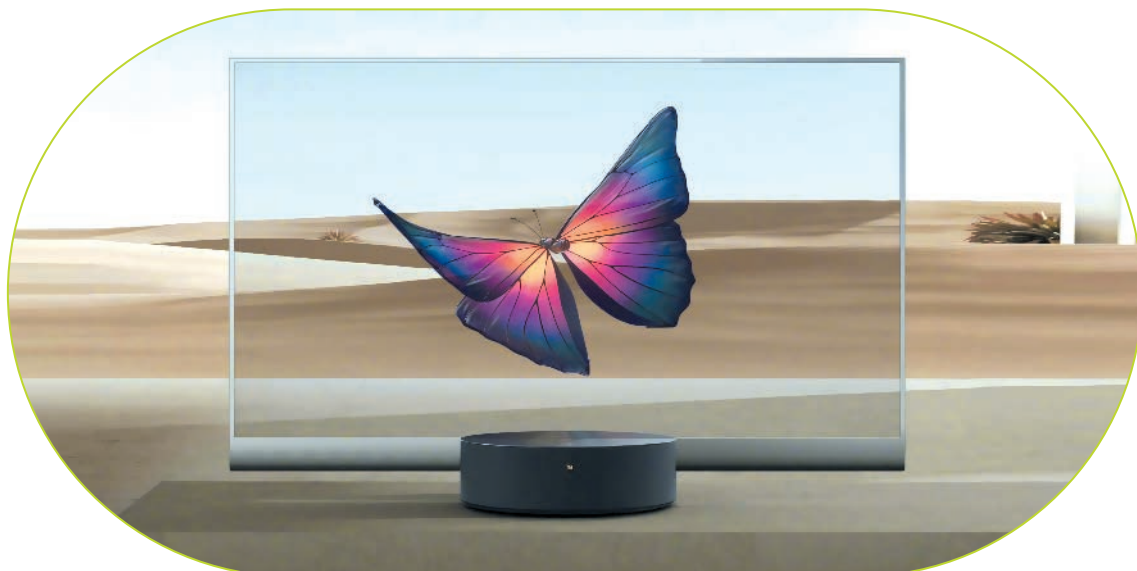
Que ce soit pour quelques chanceux en amont ou pour les visiteurs du Las Vegas Convention Center, l'écran transparent était présenté dans des mises en situation pratiques. Intégré dans un meuble avec étagères et bibelots, "l'Oled T" pouvait se fondre dans le décor en devenant transparent ou redevenir un écran utile avec un fond sombre pour transformer l'ambiance. Il permet de regarder n'importe quel programme tout en laissant entrevoir le mur derrière, ou d'afficher des informations telles que la météo animée, avec la possibilité de les faire défiler en bas de l'écran.

D'autres concurrents ont opté pour la technologie micro LED. L'effet visuel est spectaculaire, mais le coût s'annonce élevé. Le triple écran transparent présenté lors du salon était davantage une démonstration technologique qu'un produit prêt pour le marché. Le prix, non divulgué mais certainement très élevé, indique qu'une commercialisation n'est pas prévue dans l'immédiat.

L'écran transparent est impressionnant et offre surtout un intérêt esthétique lorsque le téléviseur est inactif, évitant ainsi l'apparence d'une dalle noire inutile. Le transformer en aquarium animé ou en fond d'écran interactif peut embellir les intérieurs. Amazon a envisagé d'en faire un écran interactif permanent, affichant des informations telles que l'agenda, le trafic, la météo et des notes, avec des fonds animés de photos ou de tableaux. Une célèbre marque chinoise a également exploré cette idée avec son "Canvas TV", conçu comme un tableau à accrocher au mur ou à poser sur un support en tant qu'élément décoratif. Il suffit de choisir une œuvre dans le catalogue ou en ligne.

Au CES, les avancées en matière de téléviseurs ont été frappantes, notamment avec la prolifération des dalles OLED 8K capables d'upscaling, transformant les contenus 4K en affichage 8K, même en l'absence généralisée de contenu natif en 8K. Le QLED, une amélioration du LCD, a également été très prisé pour son compromis entre les contrastes de qualité OLED, les couleurs vives et un prix plus accessible.

Les modèles étaient disponibles dans toutes les tailles, depuis 42 pouces jusqu'à des dimensions impressionnantes comme 115 pouces en micro LED. Cependant, il faut noter que ces écrans haut de gamme peuvent atteindre le prix d'une voiture, en dépit d'être deux fois plus lumineux que les écrans OLED et moins coûteux que certains concurrents. Un modèle de 110 pouces avec 10 000 nits de pic lumineux a particulièrement attiré l'admiration lors du salon.



> Laser TV

Les téléviseurs continuent d'évoluer vers des tailles toujours plus grandes et des niveaux de luminosité accrus, tout en améliorant la qualité de leur définition année après année. Cependant, ils font face à une concurrence croissante des laser TV, une technologie émergente qui gagne en popularité grâce à son gain d'espace et à sa discrétion à domicile. Pour acquérir un modèle de qualité, il faut prévoir un budget dépassant souvent le budget de quinze ours d'une famille.

Les laser TV offrent l'avantage notable d'une focale ultra courte, nécessitant peu de recul pour projeter une image de qualité 4K pouvant atteindre facilement jusqu'à 100 pouces. Cela se fait sans l'encombrement d'un téléviseur traditionnel, procurant une expérience cinématographique immersive directement chez soi.

Le secteur de la télévision voit une réduction significative de la taille de ses équipements. Un fabricant chinois a dévoilé une Laser TV 4K Ultra Slim qui est 70% plus compacte et aussi mince qu'un ordinateur portable de 14 pouces. Elle est accompagnée d'un écran "Fresnel" à fixer au mur, mesurant à peine 1,57 cm d'épaisseur. Cela permet une intégration discrète dans n'importe quel intérieur. De même, le "Rollable Laser TV" de la même marque, avec son écran "Fresnel" de haute qualité, peut s'enrouler dans un socle pour une disparition encore plus discrète.

Une des caractéristiques notables est la capacité de ces appareils à projeter l'image directement sur l'écran, plutôt que sur le mur derrière, même lorsque le support n'est pas entièrement déroulé. Cette capacité d'adaptation à la surface disponible rend l'installation facile et sans tracas. Cependant, ces avancées technologiques viennent avec un prix élevé, les rendant inaccessibles pour la plupart des budgets moyens.

> Une TV qui nous ressemble

Pour le fabricant chinois, l'avenir de la télévision repose sur la technologie de la "laser TV". "Nous avons un projet prévu pour 2027 qui vise à réduire la taille des projecteurs, à améliorer le contraste pour obtenir des noirs parfaits, et à créer des effets de lumière plus réalistes avec un véritable HDR", explique-t-il. "Nous travaillons sur la texture de l'écran et avons établi des partenariats avec des spécialistes pour développer une luminosité élevée. Notre objectif est d'atteindre une qualité similaire à celle des mini LED."

Cette stratégie vise à positionner la laser TV comme une technologie de pointe, offrant une expérience visuelle immersive et haute qualité, tout en réduisant la taille et en améliorant les performances techniques.

Le téléviseur de demain occupe une place centrale dans notre quotidien, non seulement comme une source de divertissement incontournable, mais aussi comme un élément discret et intégré au décor ou flamboyant et vivant en couleur. Il est conçu pour répondre à une variété de besoins, qu'il soit sans fil avec un boîtier déporté ou fonctionnant sur batterie, comme le téléviseur Displace.

Ce qui caractérise ces nouveaux modèles, c'est l'intégration croissante de l'intelligence artificielle dans les interfaces et les processeurs embarqués. Les téléviseurs deviennent plus personnalisés, capables de s'adapter automatiquement à la luminosité de votre environnement et aux préférences individuelles des utilisateurs. Chacun a des habitudes de visionnage et des réglages différents, et votre téléviseur est désormais capable de les anticiper. Bientôt, il pourra allumer et diffuser le contenu que vous souhaitez avant même que vous ne soyez installé confortablement sur votre canapé.



"FOCUS"

HOYOS/APP



H O Y O S
CORPORATE APPLICATION

Découvrez comment notre projet ambitieux vous offre une visibilité exceptionnelle dans le monde "Corporate". Nous vous invitons à saisir cette opportunité unique pour partager vos projets et réussites sur notre application prestigieuse.

L'application HOYOS est un véritable moteur de croissance, soutenant les entreprises et les entrepreneurs, qu'ils soient publics ou privés, de toutes envergures, dans leur développement national et international. En vous attribuant un QR code unique, nous vous offrons un moyen inégalé d'authentifier et de promouvoir votre entreprise.

Joignez-vous à une économie innovante et engagée qui englobe divers domaines tels que la technologie, l'industrie, les sciences, la santé, l'éducation, la recherche, l'agriculture et bien d'autres secteurs cruciaux comme les transports et les énergies. Grâce à votre QR code unique, vos partenaires et clients pourront directement à des informations vérifiées et à jour sur votre entreprise, renforçant ainsi votre crédibilité et votre image de marque.

Nous amplifions votre savoir-faire en diffusant votre entreprise sur notre application HOYOSE, auprès des acteurs économiques majeurs au niveau du territoire national et bientôt international. Profitez de cette opportunité pour faire rayonner votre entreprise et vos projets auprès des organismes influents et diversifiés, et propulsez votre succès vers de nouveaux sommets.

L'Agence HOYOS vous offre ses espaces via une application avec un design subtil et bien conçu, unique et innovant en matière de développement et d'intérêts économiques. C'est un outil puissant pour participer à une activité entrepreneuriale et citoyenne, et développer votre activité dans divers domaines. Le code QR unique permet à chaque entreprise de se distinguer et de prouver son authenticité de manière claire et simple.

L'application HOYOS, est une plate-forme économique 100% algérienne qui permet aux acteurs économiques Algériens et Étrangers d'exposer et de mettre en valeur leurs activités et savoir-faire. Que vous soyez professionnel public ou privé, start-up ou porteur de projets, notre plateforme vous offre une nouvelle façon d'exprimer votre entreprise, avec un espace innovant au design frais et pur.

Les points forts de l'application HOYOS incluent :

- > Un espace très innovant;
- > La gratuité totale des publications;
- > La personnalisation de l'application pour les partenaires;
- > Une visibilité nationale et internationale auprès des opérateurs économiques;
- > Une application authentique qui fait valoir les entrepreneurs Algériens et Étrangers, grands et petits sous un angle ouvert et moderne
- > HOYOS offre une visibilité différente et une notoriété innovante grâce à un QR code unique.

- Pourquoi : HOYOS cible les entreprises authentiques et les répertorie;
- Pour qui : Les professionnels du monde de l'entrepreneuriat moderne (publics, privés, startup, artisans).

- > Participez et mettez en avant vos activités, succès, projets ou événements.
- > Téléchargez l'application HOYOS sur AppStore et PlayStore.
- > Notre site et mail sont à votre disposition : hoyos.dz - welcome@hoyos.dz



“THE LATE”

Fusion

La télévision a toujours été un pilier fondamental dans le paysage médiatique mondial, un vecteur de culture, d'information et de divertissement. Cependant, depuis quelques années, elle fait face à une révolution qu'elle ne pouvait plus ignorer, l'irruption des réseaux sociaux.

Ce phénomène bouleverse non seulement les modes de consommation des contenus, mais aussi la manière dont les médias interagissent avec leurs publics. Si, dans un premier temps, la télévision et les réseaux sociaux semblaient évoluer dans des sphères distinctes, aujourd'hui, une fusion inévitable se profile à l'horizon.

> **Les Évolutions Actuelles** : La convergence entre télévision et réseaux sociaux est déjà bien entamée. Aujourd'hui, la télévision ne se limite plus à un écran passif, mais devient un écosystème interactif. L'audience ne se contente plus de regarder un programme, elle veut aussi en faire partie. De nombreuses chaînes ont déjà intégré des mécanismes interactifs inspirés des réseaux sociaux.

> **Les hashtags** : L'utilisation de hashtags dédiés aux émissions permet aux téléspectateurs de participer en temps réel aux discussions sur des plateformes comme Twitter ou Instagram, créant ainsi une extension virtuelle de l'expérience télévisuelle.

> **Les sondages et votes en ligne** : Certaines émissions, notamment des télé-crochets ou des télé-réalités, incitent les spectateurs à interagir via des votes ou des sondages en direct. Ce modèle est directement inspiré des mécanismes de participation des réseaux sociaux.

> **Le live-streaming et la création de contenu en temps réel** : Les chaînes de télévision ont commencé à utiliser des plateformes comme Facebook Live, Instagram Stories ou YouTube Live pour diffuser des événements en temps réel, permettant ainsi aux téléspectateurs de réagir instantanément, voire de participer activement à des événements en direct.

> **Les Impacts de l'Interaction Instantanée** : À mesure que la technologie et la connectivité continuent d'évoluer, la télévision de demain sera davantage un média participatif et collaboratif. Trois principaux phénomènes émergeront :

1 **Personnalisation et Contenus sur Mesure** : Les réseaux sociaux collectent une quantité massive de données sur les préférences des utilisateurs. Ces données permettront aux plateformes de télévision du futur de proposer des contenus ultra-personnalisés, ajustés non seulement aux goûts des téléspectateurs mais aussi à leur engagement sur les réseaux sociaux. L'algorithme saura quels genres d'émissions ou de sujets vous attirent, mais aussi quels types d'interactions vous préférez (commentaires, réactions en direct, ou même co-crédation de contenu).

2 Fusion des Expériences Médias : Le futur de la télévision ne sera plus uniquement un écran, mais une plateforme multimédia intégrée. Par exemple, au lieu de regarder passivement une émission sur votre téléviseur, vous pourrez interagir avec des personnages virtuels, participer à des décisions narratives en temps réel, ou créer votre propre version d'une émission. Cette interactivité proche de celle des réseaux sociaux encouragera une participation plus active et plus créative de l'audience.

3 Les Émissions Co-Créées par les Utilisateurs : À l'instar des tendances observées sur des plateformes comme TikTok ou YouTube, les téléspectateurs pourraient avoir un rôle de co-créateurs dans des émissions en utilisant des outils interactifs pour soumettre des idées, des vidéos ou des scènes. Ainsi, la frontière entre créateurs de contenu professionnels et spectateurs amateurs s'estomperait, permettant une plus grande fluidité et un enrichissement des formats télévisuels.

> La Télévision comme Hub Social : L'un des grands défis pour la télévision de demain sera de s'imaginer non seulement comme un espace de consommation de contenu, mais aussi comme un lieu de connexion sociale. Imaginez un futur où regarder la télévision n'est plus un acte isolé, mais une activité étroitement liée à nos interactions avec nos amis, des communautés, ou des fans. Ce modèle pourrait reposer sur trois grandes dynamiques :

A La Socialisation des Émissions : Au lieu de se limiter à la possibilité de "regarder" une émission, la télévision de demain offrira une expérience sociale enrichie. Cela pourrait inclure des espaces de discussion en ligne où les spectateurs peuvent échanger en temps réel avec d'autres téléspectateurs, voire avec les créateurs de contenu. Les émissions deviendront des événements communautaires où l'interaction entre téléspectateurs, animateurs et célébrités sera constante.

B Les Contenus Participatifs et Immersifs : Une autre avenue fascinante est celle des réalités augmentée et virtuelle (AR et VR), qui permettra à la télévision de devenir un espace immersif où les téléspectateurs ne se contentent plus de regarder, mais participent à l'histoire ou influencent l'issue d'un événement en direct. Une émission de télé-réalité pourrait permettre à l'audience de voter pour des actions spécifiques en temps réel, mais aussi de choisir des points de vue particuliers, voire de visiter des lieux en VR pour vivre l'expérience comme un participant actif.

C Influenceurs et Créateurs de Contenus : Les influenceurs, qui aujourd'hui utilisent les réseaux sociaux pour créer du contenu, deviendront des figures incontournables de la télévision. L'audience pourra suivre ces créateurs tout au long de l'émission, choisir de les soutenir par des dons en temps réel ou interagir directement avec eux via des chats en direct. De cette manière, la télévision se transformera en une plateforme de "contenu participatif" où les créateurs et les spectateurs se nourrissent mutuellement.

> Les Défis à Surmonter : Cependant, cette fusion entre télévision et réseaux sociaux n'est pas sans défis, l'influence des réseaux sociaux sur la télévision pourrait engendrer une surcharge d'informations, rendant la tâche difficile pour les téléspectateurs de faire le tri entre contenu pertinent et contenu superficiel. Les chaînes devront redoubler d'efforts pour offrir des expériences de qualité tout en évitant la dispersion excessive.

> Les Défis de la Vie Privée : L'intégration de données personnelles dans la création de contenus personnalisés pose également des questions d'ordre éthique et juridique. Il faudra penser à protéger les données des utilisateurs tout en offrant une expérience de consommation enrichie et interactive.

> L'Authenticité et la Fiabilité : À mesure que les frontières entre contenu professionnel et amateur s'estompent, il sera de plus en plus difficile pour le téléspectateur de distinguer ce qui relève du journalisme rigoureux et ce qui relève du contenu généré par des influenceurs ou des producteurs indépendants. Le défi pour les chaînes et les plateformes sera de maintenir une certaine crédibilité tout en permettant une plus grande liberté d'expression.

La télévision de demain sera indéniablement influencée par la dynamique des réseaux sociaux. L'ère des contenus passifs et des formats rigides est révolue. Dans le futur, la télévision deviendra un espace d'échange, de co-création, et de participation. Elle offrira à ses spectateurs des expériences immersives et personnalisées tout en restant connectée à l'évolution des attentes et des interactions des utilisateurs sur les réseaux sociaux.

Cette évolution posera des défis technologiques, éthiques et sociétaux, mais aussi des opportunités exceptionnelles pour réinventer l'expérience télévisuelle, la rendre plus intime, plus humaine et surtout plus connectée à notre quotidien.

L'avenir de la télévision n'est plus une question de contenu unidirectionnel, mais de création d'un écosystème interactif où chaque téléspectateur est aussi un acteur à part entière du spectacle.





V E N T U R E G A T E



Powered by CITRON - citron.dz / contact@citron.dz