**Zeitschrift:** Domaine public
**Herausgeber:** Domaine public
**Band:** - (1980)
**Heft:** 538

**Rubrik:** Communication

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

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

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

**Download PDF:** 13.07.2025

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

COMMUNICATION

# L'ère des satellites et le rase-mottes

Contrastes saisissants, ces dernières semaines, au royaume de l'audiovisuel.
Voyez d'abord les causes de l'agitation des sphères officielles et du sommet de la hiérarchie de la SSR. Toujours au premier plan, jusqu'à ces tout derniers jours (avant que M. O. Hersche ne se détache du peloton) la guerre de succession Molo, l'épreuve de force devant mener un homme — pas de femmes parmi les candidats! — au fauteuil directorial, avec son cortège de manœuvres, de pressions plus ou moins ouvertes et de dosages subtils. On savait tout le sérail en ébullition parce qu'apparaissaient parmi les papables des personnalités ayant encore leur avenir devant elles, contrairement à la grande majorité des membres du «club». Affrontements entre des personnes, compromis entre des sensibilités politiques, oui assurément; mais pas trace d'un débat sur les grandes orientations de la politique des moyens de communication de masse dans notre pays, pas trace non plus d'un cahier des charges compréhensible pour l'opinion publique — le fin du fin: un homme, donc, agréé par le pouvoir politique, mais capable en temps voulu de préserver l'autonomie de la SSR...
Pour le reste, la riposte aux radios locales est toujours à l'étude. C'est le traumatisme Schawinski/Radio 24. Le choc a été rude, mais pas assez, semble-t-il, pour provoquer une remise en question de l'organisation des programmes concoctée dans le calme d'un monopole encore ronronnant: on laisse donc tout en place et on songe à une excroissance salvatrice, à un «troisième programme» qui viendrait s'ajouter à l'édifice radiophonique actuel, avec la mission expresse de séduire les publics rebutés par les émissions diffusées sur les ondes helvétiques traditionnelles. Curieux rapiéçage. Sur cette base, on n'en a pas moins amorcé, au niveau des directions régionales encore en pleine psychose d'«économies», des calculs budgétaires, des plans techniques dont la plus grosse qualité serait de permettre d'«occuper le terrain» au moindre prix.

## LES PIONS PRIVÉS

Contraste. Face à ces combats d'arrière-garde et à ces intrigues qui mobilisent une partie de la classe politique et l'establishment de la SSR, voici la percée des intérêts privés prêts à investir les ondes au cas où le «monopole» donnerait de la bande. Là, pas question de se perdre dans des discussions de principe, les pions sont poussés sans faux-semblants vers les cibles financières: la condition «sine qua non» de la percée des éditeurs dans le secteur radiophonique, c'est qu'ils puissent s'appuyer sur des revenus publicitaires.

## LA PUB EN TROIS ÉTAPES

Publicité ou non? Le scénario tel qu'on peut le reconstituer est somme toute simple. Première étape: mise en doute du bien-fondé du «monopole», sur la lancée des critiques tous azimuts administrées à la direction de la télévision (pionniers en Suisse alémanique, concentrés dans le «club Hofer», puis contagion en Suisse romande à travers les différentes sections de la Fédération romande des télespectateurs et auditeurs). Deuxième étape: à l'ombre de Radio 24, affirmation tranquille de l'existence de producteurs potentiels d'émission prêts à prendre le relais de la SSR sur le plan régional — à Zurich, on aura noté la facilité avec laquelle des éditeurs, dont la concurrence alimente jour après jour le mythe précieux de la diversité de la presse, se sont mis d'accord pour présenter un front radiophonique commun, au cas où... Troisième étape: la redistribution du gâteau

# Le concurrent luxembourgeois

*C'est le 2 octobre dernier, à l'occasion d'entretiens entre le chancelier Schmidt et le président Giscard d'Estaing, qu'un accord de principe a été conclu entre la France et la RFA pour la construction en commun de deux satellites de télévision directe. Trois phases prévues: chaque pays construit, d'abord, un satellite identique, avec partage de la technologie et lancement par la fusée Ariane; puis dès 1981, on passe de l'expérimentation à l'industrialisation; enfin, dès 1985, le système est opérationnel.*

*Comme les autres Etats européens, la France et l'Allemagne bénéficieront chacun de cinq canaux de diffusion de TV directe. Paris, en un premier stade, prévoit de n'en utiliser que trois, le premier pour France 1, le deuxième pour Antenne 2, le troisième pouvant être en quelque sorte loué.*

*Et c'est là que se profile le concurrent le plus sérieux pour l'entreprise des éditeurs suisses associés à la firme britannique EMI: le Luxembourg, par l'intermédiaire de la Compagnie luxembourgeoise de télédiffusion, s'est montré intéressé à utiliser ce canal pour diffuser un programme unique en trois langues, français, allemand et néerlandais, dont les ambitions aseptisées et publicitaires devraient à peu de choses près recouvrir celles du «satellite suisse» dans son canal «privé» (concession octroyée par la Confédération, comme il se doit).*

des ondes étant reconnue d'intérêt public, et tout à fait envisageable sur le plan pratique, c'est de la publicité que viendra le salut, puisqu'elle permet le financement de la réforme souhaitable. CQFD.
Admirez le décalage! La rupture du fameux «monopole» n'est pas encore consommée, même si les spécialistes se plaisent à la présenter comme une fatalité, encore moins est-elle digérée, que déjà des plaidoyers intéressés de plus en plus insistants imposent la publicité comme le nerf de la guerre d'une radio «éclatée».

Et si, en préambule, on posait la question: l'irruption de la publicité sur les ondes radiophoniques, n'est-ce pas trop cher payer une radio locale à la mode de Radio 24?

**LA DISPARITION DES FRONTIÈRES**

Contraste encore. Des promoteurs privés, spécialisés dans la communication de masse, envisagent sérieusement depuis des mois des émissions radio-télévision par satellite alors que l'institution audio-visuelle héritée des temps héroïques s'acharne à préserver ses positions acquises dans les limites helvétiques. D'un côté on mise sur l'éclatement des frontières, de l'autre on feind de croire à une étanchéité nationale (voyez, dans la même perspective, la radio et la télévision se crisper, dans leur effort pour renouveler leurs «structures», sur un cadre cantonal totalement étranger à la liberté des ondes). D'un côté on espère diffuser de la publicité, et accessoirement des programmes, à des millions de télespectateurs répartis entre la Suisse, l'Allemagne, l'Italie et la France; de l'autre côté, on en est à la définition des droits et des devoirs des sociétés émettrices installées sur sol suisse.

C'est le lancement d'une étrange course-poursuite: entamant un sprint à quelques longueurs derrière l'innovation technique, voici le monde des affaires, aspiré par les nouveaux marchés qu'offre la communication à l'échelle européenne; et, au bout de la piste, se demandant encore dans quelles conditions prendre le départ, l'Etat, dépositaire de toutes les compétences légales, avec son cortège de juristes et de représentants des «milieux intéressés».

**LA RÉVOLUTION**

L'enjeu mériterait mieux que cette compétition entamée sur un rythme pour le moins inégal.
Bien que la civilisation électronique et audiovisuelle n'en soit qu'à ses débuts, on peut admettre que sous son signe toutes nos habitudes de consommation de l'image et de l'information se trouveront bouleversées (un des signes précurseurs, parmi d'autres, de cette révolution: le fantastique développement de la «télévision à péage» — moyennant une redevance mensuelle modique, les abonnés peuvent choisir chaque soir un des longs métrages offerts sur des canaux spéciaux, diffusés par satellite et acheminés par câble de la station de réception locale jusqu'au petit écran du client — aux Etats-Unis et au Canada, 35 000 foyers concernés en 1973, un million et demi aujourd'hui). Les satellites de diffusion directe comme ceux destinés à la télécommunication ouvrent des horizons aux marchands, c'est évident; mais cette technologie dessine aussi des perspectives sociales, communautaires ou pédagogiques qu'on commence juste à explorer et à imaginer. Que les éditeurs suisses — ou du moins les plus grands d'entre eux — en collaboration avec des sociétés françaises ou britanniques, envisagent de mettre la main sur une part de ce nouveau pactole, objet de convoitises à l'échelle planétaire, quoi de plus normal? Mais qu'ils ne trouvent pas d'interlocuteurs qualifiés capables de faire valoir face à eux, au bon moment, l'intérêt de la collectivité, celui des consommateurs en particulier, voilà qui paraît inquiétant.

**LE PARTAGE DE GENÈVE**

Dès 1977, dès la conclusion de la conférence de Genève de l'Union internationale des Télécommunications, on savait que la Suisse, à l'égal de ses voisins européens, «avait droit» à un satellite géostationnaire et à ses cinq canaux prévus chacun pour un programme TV ou une vingtaine de programmes radio (si notre TV et notre radio passaient par satellite, quelle place libre «sur terre» pour les émissions de TV ou de radio locales!).

Partout en Europe on s'organise depuis lors pour cette nouvelle conquête de l'espace (accord franco-allemand, fin 1979). Et jusqu'ici, pas d'initiative officielle de la Suisse, pas de débat politique, à peine la mise sur pied d'un groupe de travail des PTT...

---

**NOIR OU BLANC**

# La pédagogie par les échecs

*Le jeu d'échecs en «option» dans les classes primaires vaudoises: une excellente chose! Qu'on ne se laisse pas influencer par la redoutable publicité faite autour de la confrontation Kortchnoï-Petrossian, organisée dans le cadre du tournoi des candidats au titre de champion du monde d'échecs et présentée comme le «match de la haine». En fait, après quelques années d'expériences, beaucoup d'enseignants reconnaissent que la matière enseignée dans le cadre de leur discipline, quoique incontestablement valable, n'est qu'un prétexte à l'exercice de certaines facultés de l'esprit. Rares sont les jeux qui comme le jeu d'échecs possèdent autant de vertus pour la gymnastique de l'esprit et pour la formation du caractère. Il développe à la fois la rigueur et l'imagination, la volonté, la ténacité, la concentration, l'anticipation et la simulation. Etant donné qu'il ne fait pas appel aux moyens d'expression traditionnels pour lesquels l'origine sociale est déterminante, ce jeu et sa maîtrise peuvent stimuler, voire donner confiance à des élèves qui trouvent là un champ favorable à leur enrichissement et à leur épanouissement.*