Zeitschrift: Domaine public
Herausgeber: Domaine public
Band: - (1974)
Heft: 295

Rubrik: Annexe

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: 14.07.2025

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

La vidéo face à la télévision traditionnelle

Débats sur l'article constitutionnel radio et télévision, tentatives de pressions pour instaurer un contrôle partisan sur les moyens de communication de masse dans notre pays, réorganisation de la télévision, nouveaux programmes à la radio : le monde de l'audiovisuel subit aujourd'hui, en Suisse comme ailleurs, de profondes mutations. Il est bien sûr opportun d'entrer dans les querelles importantes et de dénoncer, autant que faire se peut, les tentatives du pouvoir bourgeois d'imposer sa loi dans ce secteur au mépris des règles démocratiques : nous le faisons dans les colonnes de ce journal ; mais il est utile aussi de dépasser l'actualité pour entrevoir les enjeux plus fondamentaux; et l'un de ceux-ci est certainement le monopole de l'image : en particulier le petit écran pourrait-il avoir un concurrent dans les chaumières helvétiques ? Serait-ce la vidéo ? Le point.

Le premier salon vidéo suisse-Savi 74 a eu lieu à Genève. Organisé par le Centre d'animation cinématographique, il était patronné par « La Suisse ». A lire ce grand quotidien qui avait intérêt, certes, à gonfler la manifestation, il s'agissait d'un événement, d'un premier pas.
Evidemment, les autres journaux genevois ont accordé une importance plus relative à ce salon. Il est vrai qu'ils n'ont ni les moyens ni le dynamisme de « La Suisse » qui, en la matière, a pris de solides options. On a appris en effet officiellement qu'elle avait acquis une participation « dans une société spécialisée dans l'installation de circuits de télévision et dans un studio de création de films pour la télévision et le cinéma ». Ce « grand » de la presse écrite, qui a appliqué avec profit les règles du marketing et adapté son produit à la société de consommation, relève donc aujourd'hui le défi de l'audiovisuel. Comme il joue un rôle prépondérant dans le groupe associant les principaux quotidiens d'information de Suisse romande, on peut considérer que la presse écrite suit les développements de la télédistribution et des programmes de télévision locaux.
Tentons donc de faire le point ! Toute une littérature prolifère autour de la vidéo et de ses multiples utilisations. Elle engendre une mythologie, des engouements précipités, des slogans impérieux. Désormais l'information s'appelle « communication horizontale, participation, animation, convivialité, environnement, » etc. Bref, grâce à la mode et à la pression des fabricants de matériel audiovisuel, la vidéo est en passe de devenir le moyen suprême de communication.
Sans doute le salon de Genève a-t-il contribué à exposer les nouveaux moyens audiovisuels offerts sur les marchés, à présenter leurs différentes utilisations. Il a révélé aussi que les moyens de communication de masse les plus sophistiqués sont vides s'ils ne sont pas au service d'objectifs précis. Il reste à prouver que la vidéo est plus avide que vaine, et qu'elle peut répondre aux besoins supposés ou réels des différents groupes intéressés.

Des techniques et des fins

Chaque salon se doit d'avoir sa nouveauté. Ce fut le vidéodisque, prototype qui devrait être commercialisé en 1975. Vu son prix raisonnable, ses qualités de maniabilité et de fiabilité, cet appareil constitue le support idéal pour la diffusion des productions audiovisuelles. En quelque sorte, le microsillon de l'image.
Les géants de l'électronique se livrent depuis plusieurs années à une concurrence en règle, jetant sans cesse sur le marché des nouveautés. L'une remplaçant bientôt l'autre, la rotation du matériel est très rapide. Mais les progrès sont évidents: performances, miniaturisation, couleur, prix. Désormais l'enregistrement, la réalisation et la diffusion d'émissions sur bande magnétique ne nécessitent plus une infrastructure très lourde et très coûteuse. A la limite chacun pourrait faire son propre programme.
Cependant, la conjoncture aidant, les marchés de l'audiovisuel sont aujourd'hui menacés d'une crise grave. Car l'offre pléthorique ne suscite plus de demandes suffisantes. Malgré la pression constante des fabricants et d'intérêts divers, les nouveaux medias ne créent pas les besoins escomptés. Cela aussi était une des caractéristiques de ce salon 74.
Car l'audiovisuel coûte cher, et son rendement reste faible s'il n'est pas inséré dans une stratégie précise. Et ce qui était une nécessité participant du standing et de la technologie apparaît aujourd'hui comme un luxe dont il convient d'apprécier l'utilité et la rentabilité.
C'est dans l'industrie, le commerce et la formation professionnelle que la vidéo a trouvé les marchés les plus intéressants. Qu'il s'agisse de surveillance, de contrôle, d'observation, la télévision en circuit fermé remplit des fonctions précises. Elle constitue un instrument dont les possibilités

---

ANNEXE

Images à la carte

Le plus grand hôtel de Suisse, si l'on en croit la publicité, s'est ouvert à Zurich. Qui serait aussi le premier club audiovisuel du monde, maillon d'une chaîne qui devrait couvrir les grandes capitales.
Un immeuble moderne près du centre, avec 1018 lits, 4 restaurants, une taverne-théâtre, un night-club, un club-fitness avec piscine et sauna, des bureaux de voyage, une banque, un salon de coiffure, un jardin d'enfants, un parking souterrain de 1000 places. Et une infrastructure audiovisuelle polyvalente pour des conférences, séminaires, etc. Bref, un caravansérail pour les Jumbos, où le lobby est design, l'atmosphère chaude et feutrée. A des prix tout à fait décents, bien entendu.

sont considérables lorsque ses objectifs sont clairement définis.
L'enseignement représente ensuite la grande cible des promoteurs. Pour l'instant la plupart des autorités scolaires refusent des équipements dont l'efficacité n'est pas immédiate et dont la plupart des enseignants se méfient. Résultat : le plus grand marché potentiel ne réagit guère. On attend le matériel qui donne aux élèves et aux enseignants la possibilité de manipuler la cassette audiovisuelle comme un livre de poche.
Le secteur des loisirs offre des débouchés au niveau des clubs, des associations (voir annexe ci-dessous). Mais les ménages ne sont pas prêts à consacrer des sommes importantes à l'achat d'un matériel audiovisuel. En tout cas pas dans la situation actuelle. Certes, il y aura d'abord l'acquisition d'un récepteur de télévision couleur, éventuellement l'abonnement à la télédistribution. Quant aux magnétophones, ils ne feront pas partie de l'équipement individuel avant les années 80. Et il convient d'être de plus en plus prudent en matière de prévisions.

Il reste enfin les associations, les collectivités locales, les spécialistes. C'est sans doute à l'échelle des groupes que la vidéo peut jouer le rôle de révélateur, d'analyse, de thérapie, d'animation, de recherche. Elle est déjà à l'origine d'un art englobant à la fois l'image, le son et le mouvement.
Les vidéogrammes en circulation ne sont pas toujours convaincants. Même si l'on considère que l'exercice est aussi important que le message. Car la technique en elle-même reste vide et vaine si elle ne respecte pas les règles élémentaires de la communication. Une télévision « différente » ne doit pas être entre les mains de nouveaux spécialistes évoluant dans un micro-milieu qui se condamne à l'esthétisme et à l'hermétisme. Sinon elle ne survivra pas devant le choix toujours plus large offert par les télévisions de masse. D'autant plus que celles-ci, en Suisse en particulier, aspirent à rester de taille régionale, qu'elles diversifient leurs programmes, et tentent de s'adapter aux différents publics potentiels.

La principale attraction est sans doute la télévision en circuit fermé qui offre spectacle à la carte et au menu. Le studio local, dans lequel sont stockées plus de mille émissions, peut diffuser simultanément onze programmes de 18 heures à minuit. Il est possible de participer à des visionnements dans le cadre de clubs spécialisés-futurologie, management, voyages, etc. — ou dans un cercle de discussions. On peut aussi consulter la vidéothèque et choisir son émission ; par exemple de la chambre d'hôtel où il suffit de composer un numéro de téléphone et de passer une commande ; la projection suit sur le petit écran qui vous sert ainsi des émissions à la carte ou le menu des six chaînes accessibles. La vidéothèque réunit des centaines de titres, en anglais et en allemand surtout, des classiques du cinéma à des réalisations didactiques.

C'est au restaurant sans doute que le futurisme est le plus poussé. Chaque petite table est équipée d'un petit écran, d'écouteurs, d'un appareil de téléphone. Calé dans un fauteuil confortable vous pouvez vous restaurer en suivant des yeux le programme de votre choix. Restauration et audiovision à la carte et au menu.

Le risque

« L'audiovisuel est le medium du futur pour l'information et la formation », proclame le catalogue. Il est aussi un gadget publicitaire. Cet hôtel, qui se veut un lieu de rencontre, préfigure peut-être les immeubles et les centres de demain. Mais pour l'instant il ne semble pas que la télévision rassemble les gens. C'est toujours au bar qu'ils se rencontrent.

Les cartes du Parti socialiste suisse

En toile de fond des grandes votations fédérales qui ont marqué, et qui marqueront encore cette fin d'année 1974, s'impose peu à peu la prochaine échéance en vue de laquelle les grands partis ne manquent pas une occasion de soigner leur image de marque : les élections à l'Assemblée fédérale de l'année prochaine.
Nous aurons bien sûr l'occasion de revenir sur les véritables enjeux de ce test dont l'importance sera cruciale en cette période de tensions économiques et sociales croissantes. La gauche jouera là, à n'en pas douter, une partie serrée.
Pour l'instant, et pour mieux saisir aussi le climat politique actuel (qui, par bien des aspects, est déjà préélectoral), voyons quelle est la trajectoire du Parti socialiste suisse au chapitre de sa représentation à Berne.
Première constatation : c'est il y a plus de trente ans, pendant la Deuxième Guerre mondiale, que le PSS a établi son record de popularité au sein de la population helvétique, si on considère le pourcentage des suffrages exprimés (28 %, soit 54 sièges sur les 194 que comptait alors le Conseil national).
Depuis lors, avec des sursauts, mais jamais considérables, le grand parti de gauche est resté sur une courbe descendante avec, il faut le dire, un score encore plus mauvais que d'ordinaire en 1971 :

Année	*Pourcentage des suffrages du PSS*	*Sièges du PSS au Conseil national*
1943	28,8	54/194
1947	26,3	48/194
1951	26,4	49/196
1955	27,1	53/196
1959	26,3	51/196
1963	26,7	53/200
1967	23,5	51/200
1971	22,0	46/200