

# Télévision

Objektyp: **Group**

Zeitschrift: **Domaine public**

Band (Jahr): - **(1977)**

Heft 402

PDF erstellt am: **13.09.2024**

## **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

## **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

## POINT DE VUE

### Entre l'Aar et le Yang-tsé-Kiang

Je sais des Chinois qu'ils sont sensiblement plus nombreux que nous — mais certainement pas meilleurs — qu'ils portent des casquettes bleues et que leur empereur est mort récemment.

La majorité des Chinois, dit-on, sont paysans. Tant mieux. Car, de cette façon, il y a gros à parier qu'ils sont individualistes mais fermement attachés à la famille, plutôt économes et roublards, méfiants face à l'Etat central et plus prêts à écouter les prévisions de la météo que des théories politiques distillées par des fonctionnaires.

D'ailleurs, c'est une chance, qu'ils soient chinois, appenzellois, islandais ou patagons, tous les paysans se ressemblent à peu de choses près. Quand aux gens des villes, ici comme très probablement en Chine, ils sont un peu siphonnés.

Si je dis deux mots des Chinois, c'est bien parce que le rapport intitulé « Ausmass und Bedeutung der noch ungenutzten Schweizer Wasserkräfte » n'a pas été rédigé par des Chinois mais bien par des ingénieurs, traînant dans des bureaux entre Baden et Zurich et

payés par le Schweizerischer Wasserwirtschaftsverband. (... Heureusement que ce n'est pas le Vierwaldstätterseedampfschiffgesellschaftsverwaltungsratausschusshonorarpräsident...).

D'ailleurs, si j'en crois un autre texte, intitulé, lui, « Intermediate energy technology in China », publié par l'infiniment respectable et intelligent « Bulletin of the atomic Scientists », les paysans chinois n'ont pas exactement la même conception que nos helvétiques et propres ingénieurs en matière de production hydro-électrique.

Certes, les uns et les autres ont certainement d'excellentes raisons de faire ce qu'ils font et de croire à ce qu'ils croient ou de ne croire à rien du tout.

Il n'empêche qu'une collaboration serait hautement souhaitable. Je ne puis donc que suggérer à M. Babaiantz, président de l'UCS, et à ses subordonnés d'aller faire une pistée dans le Hunan et le Kiangsi et d'aller jeter un œil attentif sur la formidable fourmillée de mini-centrales hydro-électriques construites dans ces régions. Evidemment, M. Michael Kohn pourrait l'accompagner et je suis définitivement convaincu qu'il y trouverait des tas d'idées pour sa conception globale de l'énergie, actuellement si mal foutue.

Enfin quoi, les gens de l'UCS et de Motor-

Colombus peuvent bien se payer ça ! Donc, il semble que les Chinois, petits futés, soient arrivés à la conclusion qu'il ne faut surtout pas cracher sur les mini et même micro-centrales hydro-électriques parce que l'affaire est parfaitement intéressante et rentable si l'on se décarcasse un peu.

Chez nous, à l'inverse, nous méprisons froidement ce genre d'installations. Nous n'aimons que ce qui est gros.

Nous avons absolument tort. Comme les Chinois ne sont pas plus bêtes que nous et qu'ils ont, à coup sûr, trouvé plein de trucs simples, efficaces et bon marché, il faut aller y voir — *avant les Américains*. Parce que les Américains, hé, hé, pas fous, ils vont y aller ! Savent calculer, ces mecs-là...

Alors, monsieur Babaiantz, vous vous décidez ? Un changement d'air vous ferait du bien. Tenez, je vous envoie une copie de l'article cité, si ça peut vous aider ? Moi, il n'y aurait pas besoin de me pousser...

Gil Stauffer

P.S. : Qui me vendrait un microscope ? J'ai donné le mien à un gamin que ça intéressait et j'en cherche un nouveau. Bon et bon marché.

## TÉLÉVISION

### Salut à « A bon entendeur »

Une société coopérative à succursales multiples qui décide de renoncer à l'utilisation des filtres en amiante. Un négociant en vins qui lance des menaces de poursuite. Des députés qui posent des questions aux autorités. Des publicitaires qui modifient leur slogan et leur campagne publicitaire. Des représentants de grandes firmes pharmaceuti-

ques qui s'inquiètent. Et des gens qui parlent, dans les bus et les restaurants, qui se mettent à réfléchir sur ce qu'ils mangent, sur ce qu'ils boivent, ce qu'ils achètent. Quelques-unes des réactions suscitées par les émissions « A bon entendeur »...

« Bravo, courageux », disent des consommateurs. « Irresponsable, peu sérieux », répondent des représentants du monde des affaires. Est-ce dû à la pression des téléspectateurs, du courrier ? On sait que l'émission est de plus en plus appréciée, de plus en plus analysée et disséquée aussi. Ou l'idée

de service public, d'information et de protection des consommateurs a-t-elle l'agrément de la direction de programmes ? Succès et nécessité obligent : « A bon entendeur » passera dès septembre 1977 sur les écrans de la TVR, chaque quinzaine à 20 h. 25. Immédiatement après une tranche publicitaire, une contre-publicité intelligente de vingt minutes avec les techniques sinon les budgets de la publicité ! L'émission devrait être reprise bientôt à la carte et selon les possibilités le samedi après-midi.

Pour Mme Michel, de la Fédération romande des consommatrices, cette émission « est courageuse et efficace ». Et la représentante de la FRC de poursuivre : « Elle va plus loin que la précédente, « Objectivement vôtre », à la préparation de laquelle nous étions étroitement associés. Nous collaborons avec la radio romande pour « Microscope », une émission de dix minutes sur la consommation, diffusée quatre matins par semaine. Mais nous ne sommes pas associés à la préparation de l'émission TV « A bon entendeur ». Oui, Catherine Wahli, la productrice, reprend parfois des informations de la FRC, mentionne éventuellement des tests de notre périodique, mais elle reste tout à fait indépendante ».

### Jusqu'où aller

Lorsqu'elle terminait sa première émission en janvier 1976, Catherine Wahli ne savait pas très bien « jusqu'où elle pouvait aller ». Et, nous dit-elle, « il a fallu oser, s'imposer, trouver le ton et le style, et surtout un langage approprié à la matière ».

Aujourd'hui, après une vingtaine d'émissions, elle se sent moins seule car elle est soutenue par le public. Et elle a réuni une petite équipe, « un véritable laboratoire d'idées » qui travaille sur les informations comme une agence de publicité.

Catherine Wahli dit encore : « Nous ne sommes pas à l'abri d'une erreur. Mais nous réunissons toujours des dossiers solides, bien étayés, et nous multiplions les vérifications. Je dirai tout, aussi longtemps que je serai sûre des faits. »

« A bon entendeur » a dévoilé des pots aux roses incroyables : des pratiques publicitaires trompeuses, des appareils dangereux, des méthodes de vente indécentes. Des dossiers délicats et explosifs ont été ouverts ou ré-ouverts : le petit crédit, les prix des livres et des journaux français en Suisse romande, l'utilisation des colorants, les honoraires des avocats dans les affaires de divorces, les vertus et les prix des eaux minérales, etc. Certains de ces sujets avaient déjà été traités par

la presse, mais leur traduction à la télévision exige un travail rigoureux de recherche d'informations, de rapports, la multiplication des tests, des analyses, des vérifications.

### Toutes les ressources de la TV

C'est dans la présentation très synthétique et frappante des dossiers que résident sans doute l'originalité et la force de l'émission. La productrice, toujours en quête d'invention, tente d'illustrer, de visualiser le plus clairement possible ses démonstrations. Comme la publicité, elle utilise toutes les ressources de la télévision, surtout les techniques de l'animation avec un sens aigu des rythmes, des couleurs, des effets de surprise et d'humour. Le message passe sans ambiguïté.

Quand la productrice ou le journaliste interviennent, sans jamais moraliser, ils font des constats, tirent des conclusions, posent des questions « nous posons la question à Evian », dénoncent les trous de la législation, interpellent le téléspectateur.

Catherine Wahli part toujours du point de vue du consommateur, elle défend ses intérêts plutôt que ceux des producteurs et des vendeurs. Convaincue et sincère, elle assume avec un charme discret la fonction « d'ombudsman ». « En mettant la consommation en question, nous voulons préserver une certaine qualité de la vie, une aptitude au choix ». Bien utilisée, la télévision a aussi le pouvoir de réveiller les consciences, d'améliorer la vie.

### Une forme efficace

Après un peu plus d'une année, « A bon entendeur » devient une des meilleures émissions de la TVR. Par la rigueur, le courage et la portée de ses informations. Mais surtout par la recherche et l'intelligence de leur forme. Avec une petite équipe tournante de réalisateurs, de graphistes, de journalistes et de techniciens, la productrice Catherine Wahli a introduit un ton et un langage nouveaux sur nos antennes; des émissions très

rapides et rythmées, concises et incisives, qui allient les techniques du journalisme anglo-saxon et les moyens de la publicité. On souhaiterait que d'autres rubriques, qui se sont installées dans la routine, s'inspirent de ces recherches qui intéressent maintenant les noms les plus cotés de la TV. On souhaiterait en particulier que les émissions d'informations politiques, lors des votations et élections, recherchent enfin un langage plus simple et plus intelligible.

Nous sommes tous des consommateurs. « A bon entendeur » est maintenant notre émission : chaque quinzaine, le lundi soir, à 20 h. 25. Alors n'hésitons pas à soutenir de nos appréciations, de nos critiques et informations l'équipe de rédaction. Elle a besoin de notre support pour résister aux pressions et persister dans l'audace intelligente.

### NOTES DE LECTURE

## L'argent secret

Le petit livre d'André Campana<sup>1</sup> sur le financement des partis politiques français et des campagnes électorales est un « dossier-reportage » comme l'écrit l'auteur. On n'y trouve ni révélation fracassante, ni documentation complète, mais on le lit passionnément car le sujet abordé est trop souvent tabou. L'auteur est favorable à une solution créant plus de transparence. Il fait appel au président Giscard d'Estaing pour qu'il tienne sa promesse d'améliorer le système de financement des partis et des campagnes électorales. André Campana est partisan, comme nous le sommes, d'un contrôle sérieux des moyens utilisés dans un but politique.

Ce livre pourrait inspirer un étudiant de science politique pour sa thèse de doctorat. La Suisse est probablement aussi difficile à découvrir que la France dans ce domaine.

C.F.P.

<sup>1</sup> Librairie Arthaud, Paris.