

Le point de vue de Martial Leder

Objektyp: **Group**

Zeitschrift: **Domaine public**

Band (Jahr): - **(1978)**

Heft 467

PDF erstellt am: **09.08.2024**

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.

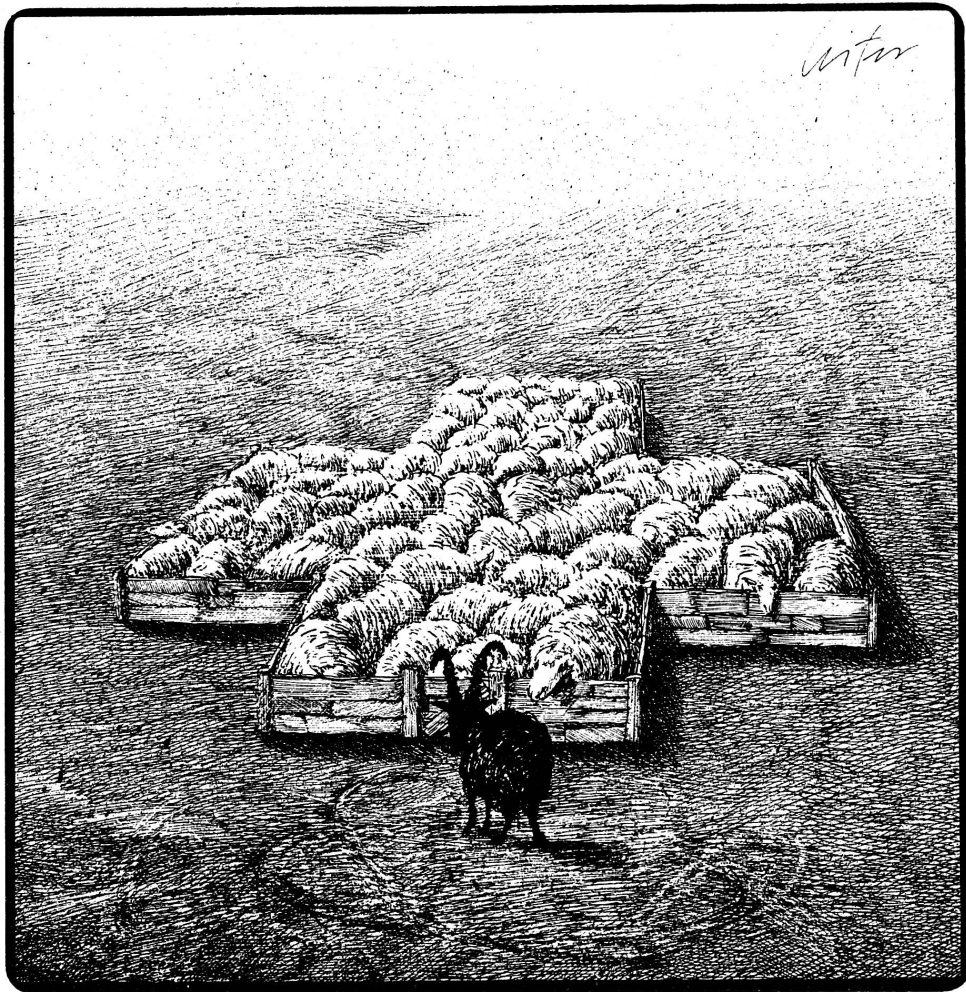
correspond pas aux besoins réels du public. Car enfin nous donnons des informations, nous faisons une démonstration, mais nous ne choisissons pas à la place des consommateurs". Par définition, un magazine de vingt minutes est trop bref pour traiter des questions sous tous leurs aspects. Il n'est évidemment pas possible de tout dire, il faut aller à l'essentiel. Et il s'agit de montrer le point de vue et l'intérêt des consommateurs.

Mais c'est sur le plan de la conception, des langages que cette émission est la plus intelligente. Dans ce genre, certainement, une des meilleures d'Europe. Car elle utilise toutes les ressources de la télévision pour faire des démonstrations très visuelles, très lisibles, très claires. Directe et synthétique, elle n'a pas besoin d'une perpétuelle musique de soutien. "Ce que j'essaie de faire, nous dit encore Catherine Wahli, c'est une émission qui mette à profit le "média" TV. Je pourrais faire une émission entièrement filmée, un reportage avec des interviews. Petit à petit, les choses se sont précisées. Je me suis rendu compte qu'il fallait être avant tout efficace. J'utilise donc toutes les possibilités de la technique électronique et du plateau pour visualiser au maximum, pour faire des présentations claires, concises, avec un vocabulaire simple. Je veux que tout le monde comprenne, que les gens réfléchissent, qu'ils regardent, qu'ils choisissent en connaissance de cause".

Les consommateurs ont droit à une meilleure information, plus complète et plus accessible. "A bon entendeur" est la seule émission de la TVR qui parle d'argent, cite des prix et des noms, se branche sur les problèmes de la vie quotidienne. D'où son succès auprès des téléspectateurs, d'où des réactions violentes des milieux de l'industrie et du commerce.

Dans le climat actuel de récession et d'incertitude, l'indépendance de la presse et les intérêts des consommateurs sont remis en question. Certains responsables de l'économie, forts d'une conception féodale de l'information, voudraient domestiquer la télévision. C'est lui attribuer des pouvoirs qu'elle n'a pas, c'est faire bon marché de tous les consommateurs.

LE POINT DE VUE DE MARTIAL LEITER



Jurassiens, nos frères...