

**Zeitschrift:** Bulletin : Kommunikationswissenschaft = sciences des communications sociales

**Herausgeber:** Schweizerische Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft

**Band:** - (1977)

**Heft:** 6

**Artikel:** 5ème journée d'étude de la SSCM mass media et culture

**Autor:** Barrelet, D.

**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-790477>

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

### **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. [Voir Informations légales.](#)

### **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. [See Legal notice.](#)

**Download PDF:** 22.01.2025

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

5ème JOURNÉE D'ÉTUDE DE LA SSCM  
MASS MEDIA ET CULTURE

---

Ce n'est pas un mince sujet que celui choisi par notre société pour son colloque du 3 juin dernier, à Neuchâtel. Heureusement, on ne s'est pas trop perdu dans les définitions de la culture. De très sérieux auteurs allemands en ont recensé en son temps cent soixante, toutes différentes!

Qu'est-ce que les mass media peuvent faire pour la culture? Nombreux sont les insatisfaits, chez les artistes, chez les "consommateurs", mais aussi parmi les responsables des mass media. D'entrée de jeu, le professeur U. Saxer a souligné le contraste fondamental existant entre les mass media et les artistes. Les premiers se veulent actuels et universels; ils visent le grand nombre. Les seconds recherchent la durée, la nuance; ils s'intéressent à un public qualifié. Ce contraste subsistera toujours, même si aujourd'hui, plusieurs tendances contribuent à son atténuation.

Au plus tard depuis la publication du volumineux rapport Clottu sur la culture en Suisse, en août 1975, il n'y a plus de mystère sur les dissensions existant au sein du couple mass media et culture. Les auteurs du rapport constatent que la priorité accordée à la culture dans la concession de la Société suisse de radiodiffusion et télévision est, dans la réalité, reléguée à l'arrière-plan, pour des considérations économiques. Au chapitre de la presse, ils enregistrent qu'on comptait en 1972 5 pour cent seulement de journalistes culturels en Suisse romande, 8 pour cent en Suisse alémanique.

A Neuchâtel, la presse écrite a, si l'on peut dire, passé entre les gouttes. Chef de la rubrique culturelle du plus grand quotidien de

Suisse romande, M. H.-Ch. Tauxe a brossé ce portrait du journaliste culturel : "Une sorte de "généraliste" ouvert à toutes les tendances, à toutes les créations, à commencer par celles de sa région, de son pays. Evitant aussi bien l'amateurisme ignare qu'une préciosité de pédant académique, il exprimera dans un langage clair, sur la base d'une connaissance éprouvée et d'une sensibilité toujours en éveil, l'univers complexe de la culture."

Intérêt pour les créations de son pays, cela signifie par exemple, pour un journal romand, rétablir un peu l'égalité entre les géants de l'édition française et les éditeurs romands, a dit M. Tauxe. Mais, demanderons-nous, combien sont-ils les journaux qui ont une politique culturelle consciente et suivie, qui donnent la parole à des écrivains, qui patronnent des expositions d'art, etc. ?

Si la presse a évité les feux de la critique, c'est peut-être dû au fait que, dans les esprits, la capitulation devant les impératifs commerciaux auxquels la presse est soumise se généralise. Les éditeurs sont regardés comme des marchands cherchant des acheteurs en des temps difficiles. Et comme la culture ne fait pas recette, ils sont tout excusés de ne point en offrir.

Pour la radio et la télévision, l'argument commercial est beaucoup moins admis. Pour beaucoup, ces moyens de diffusion sont devenus les mécènes des temps modernes. Leur situation de monopole à l'intérieur du pays fait qu'on est plus exigeant à leur égard.

Tant M. E. Stäuble, chef de la division culture et science à la Télévision suisse alémanique et rhéto-romanche, que M. P. Métraux, chef des émissions parlées de Radio-Berne, ont dénoncé l'obsession du taux d'écoute. La télévision, a déclaré M. Stäuble, "peut facilement devenir un instrument hostile à la culture. (...) Je ne vois pas pourquoi on devrait toujours avoir un maximum de spectateurs aux meilleures heures d'écoute.

(...) Si la télévision ne fait que servir ce qu'il souhaite à un public aussi large que possible, les spectateurs en viennent à oublier ce qu'ils pourraient souhaiter d'autre. Il s'ensuit un effet de nivellement, qui, à la longue, conduit fatalement à un inquiétant évidage des programmes et des spectateurs."

Emissions culturelles - le langage utilisé est primordial. M. Métraux n'a pas hésité devant l'autocritique. Une grande partie des émissions de la radio alémanique, a-t-il reconnu, visent trop haut. Les universitaires qui s'agglutinent dans les départements de la culture par la force des choses, ont tendance à parler pour leurs semblables. Ils cèdent ainsi à la loi du moindre effort. On s'engage alors dans un cercle vicieux : le nombre des auditeurs diminue, les émissions sont reléguées à de moins bonnes heures d'écoute. On finit par réduire les crédits. Or c'est d'argent avant tout qu'a besoin une culture vulgarisée, adaptée pour les ondes. Une telle culture requiert en effet beaucoup de personnel.

M. Métraux a encore regretté le fait que les gens de radio vivent au jour le jour, bousculés par la nécessité de produire et la bureaucratie, incapables de réfléchir sur la nature de leur instrument, sur les possibilités de mieux remplir ses tâches. "Nous avons, a-t-il dit, perdu le contact avec la science, pour peu que nous ne l'ayons jamais eu."

Il y a bien sûr les données provenant de l'étude du comportement des auditeurs et spectateurs. Apparemment, celles-ci ne calment pas complètement la faim des gens de la radio et de la télévision. C'est sans doute bon signe.

Parmi les autres interventions qui ont marqué le colloque de Neuchâtel,

on signalera encore celle de M. G. Ferrari, consacrée à la télévision et à la radio face à la culture en Suisse italienne, et celle de M. M. Joray, présentant le point de vu de l'éditeur d'art.

Dr. D. Barrelet