

Zeitschrift: Bulletin : Kommunikationswissenschaft = sciences des communications sociales

Herausgeber: Schweizerische Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft

Band: - (1984)

Heft: 1

Artikel: Recherche sur les médias en Suisse romande : abondance et variété

Autor: Bollinger, Ernest

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-790604>

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: 05.05.2025

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

V. Recherche sur les médias en Suisse romande : abondance et variété

1983 a été, en Suisse romande, une année très fertile en travaux de recherche sur les médias. Plusieurs de ces travaux ont été achevés et publiés, au cours des derniers mois. Grâce à l'intérêt croissant de la presse, grâce aussi au nouveau bulletin bi-annuel COMDOC-NEWS-LETTER qui présente les travaux en cours et les nouvelles publications suisses en matière de communication et de médias, les efforts fournis par les chercheurs commencent à être mieux connus.

Les sujets traités sont variés mais c'est la télévision qui suscite généralement l'intérêt principal des analystes.

Voici un aperçu des principaux travaux publiés depuis l'automne 1983, avec quelques indications concernant leur contenu ¹.

Télévision et comportement politique: L'exemple du magazine « Temps présent »

Par Roland Rossier. Mémoire de licence, Faculté de lettres, Université de Genève, janvier 1984 (148 pages format A4 ; Fr. 34.—).

L'auteur, jeune historien et journaliste à Genève, étudie les pressions exercées sur le magazine d'information « Temps présent » à la Télévision romande. Il analyse les *réactions* à plusieurs émissions qui ont traité d'un problème suisse à caractère socio-économique, mais aussi les pressions qui se pratiquent *avant* la diffusion d'une émission.

Roland Rossier distingue entre les groupes qui réagissent occasionnellement (partis politiques, syndicats, associations professionnelles, entreprises, personnalités politiques) et les groupes réagissant systématiquement (associations diverses d'auditeurs et de téléspectateurs, souvent très politisées).

Il constate une infiltration croissante des groupes de pression et une mainmise progressive des forces politiques dans l'organisation institu-

¹ Signalons également une importante thèse de doctorat qui vient de paraître en librairie: Paul Beaud, *La société de connivence: Media, médiations et classes sociales*. Editions Aubier, Paris, 1984 (383 pages): Une critique de la sociologie américaine des médias qui a analysé les produits et les effets des médias, mais qui n'a jamais étudié le système qui engendre ces produits; une analyse de la nouvelle classe des médiateurs. L'auteur vise à mettre en relation les évolutions des structures de la société et de ses systèmes de communication.

tionnelle de la SSR, en vue de contrôler davantage la télévision. L'argument de «l'objectivité» devient alors souvent un simple alibi.

En toile de fond de ce comportement politique vis-à-vis de la télévision, il y a la conviction de la toute-puissance de ce média et son impact déterminant sur l'opinion publique.

Le courrier des lecteurs

Par Anne-Catherine Menétrey et Thierry Mouquin. Institut de sociologie des communications de masse, Université de Lausanne, novembre 1983 (228 pages format A4 ; Fr. 30.-).

Les deux chercheurs de l'Institut de sociologie des communications de masse ont dépouillé plus de 2500 lettres de lecteurs, d'auditeurs et de téléspectateurs. Ils ont également interviewé de nombreux correspondants de ces lettres et des journalistes.

Les résultats remettent en cause certains préjugés véhiculés sur le courrier des lecteurs. Ainsi, ce ne sont pas les femmes, ni les retraités qui écrivent le plus souvent, mais les hommes et, du point de vue de la formation, les universitaires.

Les correspondants se situent généralement dans la partie supérieure de l'échelle sociale. La répartition sociale ne se modifie d'ailleurs pas selon les médias : elle est pratiquement la même pour les journaux, la radio et la télévision.

Contrairement à ce qu'on imagine volontiers, les médias ne sont pas submergés de lettres. En revanche, la grande majorité des lettres que reçoivent les journaux sont publiées.

Le courrier ne se réduit pas à des histoires banales et de société, à des plaintes ou des félicitations, mais il révèle l'émergence de sujets sérieux et de préoccupations réelles. Les problèmes économiques (consommation, travail, budgets, etc.) sont le plus souvent abordés, après les thèmes de société (famille, enfants, vieillards, étrangers, rapports sociaux, mœurs, justice, éducation).

En outre, l'analyse du courrier ne permet pas d'affirmer l'hypothèse que les médias ont tendance à favoriser le goût du public pour le divertissement afin de le détourner des grands problèmes de l'heure. Par contre, les réactions démontrent l'angoisse de beaucoup de gens devant les catastrophes dont les médias amplifient l'effet d'accumulation.

Le petit quotidien local (en l'occurrence, la *Feuille d'Avis de Vevey*) est le lieu d'expression privilégié de polémiques locales, avec une assez forte implication personnelle des correspondants. Dans le grand quotidien régional (*24 heures*), on trouve davantage un courrier-reflet, des échos. Au niveau de la radio, il y a le plus de lettres globalisantes à partir d'un détail. A la télévision, en revanche, le souci d'argumenter et de donner des

appréciations dans un sens plus participatif, apparaît plus fréquemment.

L'aspect narcissique du courrier (sortir de l'anonymat, se valoriser soi-même, raconter une histoire personnelle, se défouler) n'est pas négligeable, mais ne constitue que très rarement le seul motif des correspondants.

Sur l'ensemble des médias, le courrier a un contenu critique généralement faible, et les tentatives de pression de la part du public sont très rares. Les correspondants croient effectivement peu à l'effet qu'ils peuvent produire et savent que les médias se méfient de tout ce qui peut ressembler à des pressions.

Les résultats des interviews réalisées prouvent que la motivation principale des lettres de lecteurs consiste à réagir ou à s'exprimer. La référence à ce qui est dit dans les médias n'est souvent qu'un prétexte à le faire.

Quant aux journalistes, ils se méfient généralement des lettres de lecteurs qu'ils ne considèrent pas comme représentatives, même s'ils apprécient de savoir qu'ils ne prêchent pas dans le désert. Certains, pourtant, plaident pour une plus grande ouverture au public. Ils voudraient l'associer plus étroitement à leur travail.

Les journaux qui publient les lettres, restent généralement en dehors de la discussion et ne se sentent pas impliqués dans la prise de parole. Ils fournissent, avant tout, un support mais considèrent le courrier principalement comme un défoulement par l'expression.

L'analyse du courrier des lecteurs se divise en plusieurs chapitres qui répondent aux questions suivantes : Qui parle ? de quoi ? à qui ? dans quel but ? avec quels moyens ? avec quel effet ? et qui écoute ?

Etude évaluative d'un média local : Le cas de la télévision par câble à Avanchet-Parc, à Genève

Par Marek Sliwinski et Dominique Dembinski-Goumard. Département de science politique, Université de Genève, février 1984 (32 pages format A4).

(Résumé de l'étude *Communication et intégration sociale dans une cité nouvelle*, présentée au Fonds national suisse de la recherche scientifique, 1983).

Un groupe de chercheurs du Département de science politique de l'Université Genève a entrepris une étude sur l'expérience de la télévision communautaire à Avanchet-Parc, un grand ensemble d'immeubles résidentiels, situé près de l'aéroport de Genève. Les appartements de ces immeubles avaient été reliés à un réseau de câble et des émissions ont été

réalisées, une fois par semaine, depuis un studio installé par des amateurs, de 1979 à 1982.

L'objectif de l'enquête était d'évaluer l'influence de la communication sur l'intégration des habitants de la cité nouvelle.

L'année 1979, début des émissions, a été celle de la plus grande popularité de l'Association Vidéo-Avanchet. Le studio était un véritable club du quartier, grâce à la participation des membres et de nombreux non-membres de l'Association.

Peu à peu, l'enthousiasme a décliné et la qualité des émissions s'en est ressentie : la motivation du début (désir du contact humain) a été soutenue par d'autres objectifs plus concrets, par exemple, la lutte contre les hausses des loyers. Des techniciens ont fait leur entrée au comité et les relations sociales se sont déplacées vers d'autres associations.

Les auteurs analysent les raisons pour lesquelles les gens regardent la télévision communautaire. Les résultats de l'enquête sont clairs : pour être au courant des événements du quartier et en savoir plus sur ses habitants. Les émissions concernant les thèmes locaux ont toujours été considérées comme les meilleures, même si la qualité était très moyenne. En revanche, les spectateurs devenaient beaucoup plus exigeants dès qu'il s'agissait de reportages ou de films documentaires. A ce niveau, ils comparaient la qualité avec celle de la télévision nationale.

Le but des émissions était la participation plutôt que le nombre de téléspectateurs regardant les émissions. La baisse de cette participation, en 1981, était due à la diminution de sujets concernant directement les habitants.

A l'origine, la TV communautaire d'Avanchet-Parc s'était donné comme mission de satisfaire les besoins inassouvis : s'exprimer et communiquer avec les autres. La qualité relativement médiocre des émissions semble avoir encouragé la participation des amateurs.

Cet objectif a disparu par la suite, avec l'arrivée des techniciens, et le déclin du rôle intégrateur peut être expliqué par l'affaiblissement du « feedback informatif » qui a coïncidé avec l'augmentation de la complexité technique des installations.

Ernest Bollinger