Presse et publicité au service de P. T. T.

Autor(en): **Biétry, P.**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Technische Mitteilungen / Schweizerische Telegraphen- und Telephonverwaltung = Bulletin technique / Administration des télégraphes et des téléphones suisses = Bollettino tecnico / Amministrazione dei telegrafi e dei telefoni svizzeri**

Band (Jahr): **5 (1927)**

Heft 1

PDF erstellt am: **31.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-873814

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.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Wenn die zurückgeworfene Welle zum Hin- und Zurücklauf 2-D/V-Sekunden brauchte und wenn angenommen wird, dass sie eine Frequenz von f Perioden/Sek. aufweist, so ergeben sich 2-Df/V-Wellenlängen auf den Gesamtweg.

Verändert man nun die Frequenz der angelegten Spannung nach oben oder nach unten, so wird es sich zeigen, dass die zurückgeworfene Welle nicht mehr in Phase mit der angelegten Spannung ist, d. h. dass die Impedanz nicht mehr einen Minimalwert ausmacht, sondern im Ansteigen begriffen ist. Wird die Frequenz weiter verändert, so wird die Phase sich ändern, bis ein Zustand erreicht ist, wo die Wellen wiederum in Phase sind. Trifft das zu, so ergibt sich eine Wellenlänge mehr oder minder als im Fall der Frequenz f; es ist dann:

$$2\ Df/V = 2\ Df^1/V \pm 1$$
$$D = \pm\ V/2\ (f\text{-}f^1).$$

Beispielsweise betrage die Fortpflanzungsgeschwindigkeit in einer Freileitung 288,000 km pro Sekunde. Angenommen, die Unregelmässigkeit verursache Maximalwerte der Impedanz bei 300, 600, 900, 1200 Perioden-Sek., so beträgt der Wert ($f\text{-}f^1$) genau 300 Perioden. Die Distanz vom Messende bis zur Unregelmässigkeit errechnet sich dann zu $\frac{288{,}000}{2 \times 300}$ = 480 km.

Schlussbetrachtung zu den drei Artikeln über Verstärker.

Wie kein anderes Gebiet der Telephonie stellt die Kunst der telephonischen Uebertragung, ergänzt durch das Verstärkerprinzip, infolge der dabei sich auswirkenden subtilen physikalischen und mathematischen Beziehungen, erhöhte Anforderungen an die mit Entwicklungs- und direktiven Arbeiten betrauten Persönlichkeiten. Eine ergiebige Literatur, die der erstaunlichen Entwicklung auf diesem Gebiete auf Schritt und Tritt folgt, steht zur Verfügung. Meistens aber ist dieselbe, der Materie und dem Stand ihrer Entwicklung angepasst, theoretisch gehalten.

Der Betrieb der Verstärkerstellen stellt andererseits das nicht vorbereitete Betriebspersonal vor neue Aufgaben praktischer Natur. Es fällt diesem in erster Linie der Unterhalt zu, der zu einem guten Teile aus Messarbeit besteht. Damit diese Aufgaben erfüllt werden können, ist eine Ausbildung des Betriebspersonals, zum Teil durch Selbststudium, auf dem genannten Gebiete unerlässlich. Die vorstehenden, aus dem Englischen übersetzten drei Artikel sind offenbar in der Absicht geschrieben worden, die Materie in eine für das Betriebspersonal *geeignete* Form zu kleiden; sie zeugen von grossem Verständnis für den verfolgten Zweck. Auch die Erbauer unserer Verstärkeranlagen suchen den Ausrüstungen weitmöglichst betriebsmässige Struktur zu geben, die sie, nach zielbewusstem Studium aus den gefundenen Lösungen im Laboratorium, an Hand der ersten Betriebserfahrungen hervorbringen mussten. Eine deutliche Anpassung an den Betriebsstandpunkt ist damit zum Ausdruck gebracht.

Das Betriebspersonal wird die Verstärkereinrichtungen nicht mit dem gleichen Masse von Selbständigkeit übernehmen können, wie dies beispielsweise mit den Hand- und Automatenzentralen, den Teilnehmereinrichtungen oder dem Ortskabelnetz der Fall ist, solange es sich nicht über genügende Kenntnisse auf diesem Gebiete ausweist. Andererseits ist die richtige Ausnützung der Verstärkerausrüstungen ohne eine relative Bewegungsfreiheit des Betriebspersonals kaum denkbar; es ist am Betriebspersonal, sich die nötigen Kenntnisse und Erfahrungen zu erwerben. Erfolgreicher Verstärkerbetrieb mit vorhandenen Ausrüstungen, wobei der Unterhalt eine grosse Rolle spielt, hängt ebensosehr von der Verbreitung genügender Kenntnisse unter dem damit betrauten Betriebspersonal auf der Strecke ab, als von gründlichen Kenntnissen an vereinzelten Stellen.

Presse et publicité au service des P. T. T.

Par Ph. Biétry.

La presse est, à l'heure actuelle, une puissance avec laquelle il faut compter. En effet, les événements de la période de guerre et d'après-guerre ont mis en évidence le rôle qu'elle est appelée à jouer dans la vie tant politique que publique.

L'administration des télégraphes ne pouvait s'enfermer dans une tour d'ivoire, mais devait, au contraire, utiliser les services de la presse pour instruire la population sur les innovations et changements apportés à son exploitation.

En 1910 déjà, les offices téléphoniques étaient invités à rédiger des communiqués à la presse lors de l'ouverture de nouvelles centrales, stations publiques ou lignes interurbaines. Ces avis devaient paraître dans les feuilles locales entrant en considération. Cette prescription fut, par la suite, ajoutée aux dispositions de détail de l'ordonnance sur les téléphones du 1er février 1917, puis à celles du 27 décembre 1923, en vigueur actuellement.

On ne sembla cependant pas attacher partout l'importance voulue à ces communiqués à la presse. Pour cette raison, on dut rappeler les dispositions réglementaires aux offices, dans le courant de l'année 1926. L'administration des télégraphes estime, avec raison, que rien ne saurait être négligé à cet égard.

Le rôle de nos offices est, non seulement d'informer le public des innovations apportées dans l'exploitation des centrales, mais encore et surtout de rectifier certaines erreurs qui, naissant d'un malentendu ou d'un jugement préconçu, se répandent dans la presse et plongent le public dans une atmosphère hostile à l'administration. Officiellement ou officieusement, peu importe; l'essentiel est d'agir afin d'empêcher que des non-sens soient colportés, comme c'est encore le cas très souvent. A cet effet, point n'est besoin de répondre par des articles tonitruants et enflammés par l'ardeur de la défense d'une „sainte“ cause! Le mieux est de s'adresser

directement à la rédaction du journal, ou à l'auteur de l'article en cause, s'il est connu. Messieurs les journalistes ne demandent certainement pas mieux que d'avoir des données exactes afin de renseigner au mieux leurs lecteurs.

Le rédacteur d'une agence de presse importante disait récemment à l'auteur de ces lignes: „Nous sommes souvent pris à parti par certaines personnes, plus curieuses que les autres, qui nous demandent où passent les millions que la Confédération dépense chaque année pour sa régie des Télégraphes et des Téléphones, et nous sommes bien embarrassés pour leur répondre." Dès que nous l'eûmes instruit sur les dépenses considérables provoquées par la pose d'un câble de Genève à St-Gall ou l'automatisation d'un réseau téléphonique tel que Lausanne, par exemple, il comprit que ces sommes, énormes il est vrai, n'étaient pas englouties dans un gouffre sans fond, mais servaient, au contraire, les intérêts de la communauté.

L'ouverture des centrales transformées de Wil, St-Gall, Berthoud, Brigue, Berne et Bâle, a été signalée au public par des avis publiés dans les journaux locaux importants. Ce n'étaient plus de simples communiqués, mais des articles rappelant l'histoire du réseau en cause et donnant des détails circonstanciés sur les nouvelles installations, les avantages qu'elles avaient sur les anciennes, etc.

Il ne faut pas attendre que la presse vienne à nous. C'est nous qui devons aller au-devant d'elle aussi souvent que nous le jugeons nécessaire dans l'intérêt du public et de l'administration.

Les administrations doivent aussi faire de la publicité. Un commerçant veut-il faire connaître et apprécier ses produits? Il a recours à la réclame. Le proverbe suivant lequel „Bon vin n'a pas besoin d'étiquette" n'est plus applicable de nos jours. Maintenant c'est à qui fera la réclame la plus tapageuse. Plusieurs de nos grands centres n'ont-ils pas vu dernièrement un groupe de six hommes, tout de blanc vêtus, munis chacun d'un immense parasol et déambulant gravement les rues principales pour attirer l'attention du public sur un produit quelconque.

L'administration des télégraphes ne saurait faire une publicité de ce genre; elle doit se confiner dans des limites plus modestes.

C'est la poste, la première, qui a usé de la réclame pour faire connaître ses services. En 1918, elle décidait d'organiser la propagande sur une vaste échelle, afin de répandre le plus possible l'usage des comptes de chèques postaux. En 1919 paraissait une brochure intitulée „Le service des chèques postaux facilite et perfectionne les opérations de paiement." Celle-ci donnait tous les renseignements désirables au sujet de ce service. De plus, des fonctionnaires versés en la matière furent chargés de se mettre en rapport avec tous ceux, autorités et particuliers, qui n'étaient pas encore titulaires de comptes de chèques et auraient cependant eu avantage à le devenir. Le succès de cette propagande fut très grand. Alors que l'augmentation du nombre des titulaires de compte était de 3147 en 1917, il était de 3624 en 1918 et de 6176 en 1919.

Dans l'administration des télégraphes, le premier essai dans ce sens fut tenté en 1923 à la Foire Suisse d'échantillons à Bâle. Là, on distribua un petit opuscule intitulé „Renseignements utiles à l'intention des abonnés au téléphone." Il fut assez bien accueilli du public, qui y trouva toute une série d'indications sur l'usage du téléphone, les taxes d'abonnement et de conversations, la nature des renseignements fournis par les centrales, l'énumération des facilités accordées dans le service téléphonique et l'explication du fonctionnement du service météorologique. Il se terminait par une invitation à visiter la station centrale de raccordement. Soit dit en passant, ce dernier moyen de publicité est excellent, mais n'est malheureusement pas encore assez utilisé. Il est le meilleur à employer à l'égard de certains abonnés quelque peu irritables et trouvant à tout moment matière à réclamation: on ne leur répond pas assez rapidement, les délais d'attente sont trop longs, les communications leur sont systématiquement rompues prématurément, elles sont taxées doubles bien qu'elles étaient simples, les téléphonistes sont constamment à l'écoute, etc.... C'est lors de la liquidation de réclamations semblables que l'on peut inviter, d'une manière un peu diplomatique, le plaignant à venir constater de visu ce que représente le travail de la téléphoniste d'une grande centrale. Certainement que, s'il n'a pas de parti pris, il comprendra que ses réclamations réitérées ne sont, la plupart du temps, pas fondées et nuisent à la bonne marche du service.

En 1924 parut une nouvelle édition de la brochure de 1923, et celle-ci fut distribuée à tous les abonnés. Le contenu en était quelque peu augmenté, entre autres par des explications au sujet du service horaire téléphonique et de la transmission téléphonique des télégrammes. Un chapitre était intitulé: „La façon de téléphoner et la courtoisie au téléphone," de sorte qu'elle avait encore pris un caractère éducatif. D'après les instructions données, les offices téléphoniques l'adressent à chaque nouvel abonné, en même temps que la déclaration d'abonnement à signer.

Depuis cette année, la propagande organisée par l'administration des télégraphes est entrée dans une phase nouvelle.

Remarquons tout d'abord qu'elle présente plus de difficultés pour nous que pour la poste par exemple. Cette dernière dispose d'un moyen plus rationnel: les affiches en rue. Nous connaissons tous l'affiche représentant des cars alpins à l'assaut d'une route serpentant dans un grandiose panorama. Cette réclame-là attire les regards, le passant s'arrête et, inconsciemment, se prend à désirer une course semblable.

Il en est tout autrement en ce qui concerne nos installations. On ne peut se représenter par exemple une affiche avec une artère de lignes surgissant dans un endroit idyllique. L'effet obtenu serait exactement l'opposé de celui recherché, et nous aurions tôt fait de nous attirer les foudres de la „Ligue pour la protection des sites!"

Nous devons donc avoir recours à des moyens plus discrets mais non moins persuasifs.

Pour la première fois on a distribué, cette année, des feuilles volantes aux visiteurs du Comptoir d'échantillons à Lausanne. Les unes s'adressent aux commerçants, artisans, agriculteurs et ménagères, les autres ont trait aux services spéciaux du téléphone et du télégraphe. Il est à espérer que ce mode de publicité porte ses fruits pour l'avenir. Du reste, toute la question de la publicité proprement dite est encore à l'étude. Tâche ardue si l'on veut arriver à un bon résultat, et qui est d'importance vitale pour la prospérité de notre administration. Ici, il s'agit de créer quelque chose dans un domaine tout à fait nouveau, car la publicité administrative ne repose pas sur les mêmes bases que la réclame privée.

Il est encore une autre publicité qu'on ne saurait passer sous silence: C'est l'exécution d'un bon service, par un personnel correct et empressé. Un étranger me disait dernièrement, en parlant de la grande extension du téléphone en Suisse, qu'une bonne part du succès revenait aux employés. Il citait l'exemple de son pays, où le personnel n'est, parait-il, pas d'une correction exemplaire envers les abonnés. „Pour mon compte," disait-il, „je suis abonné au téléphone dans mon bureau. Quant à mon domicile, jamais! Il me suffit déjà d'être rabroué de huit heures à midi sans l'être aussi à la maison, ce qui certainement serait le cas si j'y faisais installer également une station." Peut-être voyait-il les choses sous un jour trop sombre, mais il est de fait que la politesse joue aussi un rôle important dans les relations commerciales. Ne préfère-t-on pas aller chez un commerçant poli sans obséquiosité toutefois, plutôt que chez un autre qui nous reçoit d'un ton rogue? Il est vrai que celui qui veut faire usage du téléphone n'a pas le choix et ne peut s'adresser à un concurrent. Pour ce motif justement, il incombe à tout le personnel de faire preuve de tact et d'empressement dans l'exécution de ses fonctions et dans ses relations avec le public.

Une autre propagande est la propagande personnelle.

Nous avons tous, dans le cercle de nos connaissances, des personnes, petits commerçants, maîtres d'état, agriculteurs ou autres particuliers, qui ne sont pas abonnées au téléphone bien qu'elles auraient avantage à l'être. Dans certaines régions campagnardes de la Suisse, ce mode de communication n'a pas encore la place qu'il mérite. Et c'est pourtant bien là qu'il rend des services signalés. Une anecdote me semble ici à sa place.

Un paysan, habitant une ferme isolée, eut le malheur de voir périr, une nuit, la meilleure de ses vaches. Pourtant, un vétérinaire intervenu à temps aurait pu la sauver. Comme il me faisait part le lendemain de ses doléances, je lui dis: „Si vous aviez eu le téléphone, vous ne subiriez pas cette perte maintenant." „Mais comment," s'écria-t-il, „on l'installe même s'il n'y a qu'une seule maison?" Sur ma réponse affirmative, il demanda immédiatement à quel office on devait s'adresser pour obtenir une telle installation. Un mois après, il était abonné!

C'est un exemple, pris entre beaucoup, qui prouve combien la publicité est nécessaire au développement de notre réseau.

Le téléphone, instrument d'avenir, devrait être encore répandu plus qu'il ne l'est. Si chaque fonctionnaire, employé et ouvrier cherchait à trouver un seul nouvel abonné, ce serait plus de 6000 personnes qui auraient fait un pas en avant dans la voie du progrès.

Störungs-Statistik der Ferntelephonleitungen.

(Vom 1. November 1925 bis 31. Oktober 1926.)

Von Arthur Stettler, Bern.

Nach dem Jahrbuch der Schweiz. Telegraphen- und Telephonverwaltung zählte das schweizerische Fernleitungsnetz auf Ende 1925:

an inländischen Basisleitungen = 3734 (3511) oder 6,32 % Zuwachs
an internationalen „ = 129 (123) „ 4,88 % „

Die eingeklammerten Zahlen beziehen sich auf das Vorjahr.

Die zahlenmässige Verarbeitung der von den Telephonämtern erstatteten wöchentlichen Störungsberichte, umfassend die einjährige Zeitperiode vom 1. November 1925 bis 31. Oktober 1926, ergibt folgende summarisch zusammengefasste Ergebnisse.

A) *Interurbane Telephonleitungen* (Inland).

Für das Jahr 1926 beträgt die Zahl der totalen Störungsfälle 2632 (3857), mit einer gesamten Störungsdauer von 34 911 (49 134) Stunden. Das Resultat ist also um zirka 30% günstiger als im Vorjahr. Dagegen hat die mittlere Stundendauer der einzelnen Störungsfälle nicht abgenommen, sondern ist von 12 Stunden 45 Minuten auf 13 Stunden 15 Minuten gestiegen. Es ist somit auf jedem Störungsfall eine durchschnittliche Vermehrung von einer halben Stunde eingetreten, was offenbar auf weniger rasche Eingrenzung und Hebung der Störungen schliessen lässt.

Es ergaben sich:

Keine Störungsfälle	an 2662	Leitungen	oder 71,30 %	;	(59,80 %)
Unter 20 „	„ 1064	„	„ 28,50 %	;	(39,90 %)
Ueber 20 „	„ 8	„	„ 0,20 %	;	(0,30 %)
Total	an 3734	Leitungen	oder 100 %	;	(100 %)

Hinsichtlich der in Betracht fallenden 8 Telephonleitungen, welche über 20 Störungsfälle pro Jahr verzeichnen, wird auf die nachstehende Zahlentabelle verwiesen. Die Reihenfolge richtet sich nach der Störungsdauer in Stunden, wobei Störungsfälle, deren Dauer nicht über 1 Stunde beträgt, in Wegfall kommen. Im übrigen handelt es sich hier durchwegs um Mittelwerte.

Aus dieser Zahlentabelle ist zu erkennen, dass die an erster Stelle erwähnte Telephonleitung Nr. 1751, *St. Gallen-Lugano*, welche durch die Viamala über den San Bernardino und das Mesocco geführt ist, mit zirka 10½ Stunden Störungsdauer in der Woche von