L'évolution des médias, de la presse en particulier : contribution "en wrac"

Autor(en): **Fleck, Florian H.**

Objekttyp: **Article**

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

Band (Jahr): **- (1986)**

Heft 2

PDF erstellt am: **01.06.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-790452

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

V. L'évolution des Médias, de la presse en particulier contribution «en wrac» de Florian H. Fleck, Fribourg

La «TABLE RONDE» débat organisé conjointement par la Société d'études économiques et sociales et le Cercle Libéral de Lausanne à Grandvaux, VD, le 3 octobre 1986.

Monsieur le Président,
Mesdames, Messieurs,

J'aimerais vous remercier de votre gentille invitation à cette table ronde au milieu des vignobles vaudois.

Je ne suis ni journaliste ni éditeur d'un journal. Mais je suis engagé dans la presse écrite. J'ai commencé ma vie professionnelle dans une maison de presse, où j'ai travaillé 7 ans.

Retournons à notre sujet:

Si l'on divise le secteur des médias en trois sous-sections, c'est-à-dire:

1er les print-médias;
2e la radio et la télévision terrestre;
3e les nouveaux médias,

on peut se demander quel rôle va jouer la presse écrite, en particulier dans l'avenir?

Pour commencer, en somme, la presse en général, surtout les quotidiens, se comportent bien. Les tirages des différents titres augmentent et les revenus publicitaires encore plus.

I. Les faits

Une renaissance des magazines spécialisés

Par exemple des magazines économiques comme

- *«Politik und Wirtschaft»,* un mensuel, (Curti-Gruppe, Glattbrugg), nº 4, avril 1986, mais c'est en réalité le premier numéro de ce magazine, qui est en outre plus ou moins une imitation de «Manager Magazin» en RF d'Allemagne.
- *«Leader»* (Jean Frey-Gruppe, Zürich, nº 1, avril 1986, parution chaque deux mois) mélange politique, culture et économie.

La presse du dimanche vit aussi une certaine renaissance
- *En Suisse romande,* les deux journaux du dimanche, «Le Matin» et «La Suisse» se sont enrichis des suppléments magazines télévision (Télé Top Matin et Radio TV pour tous).
- *En Suisse alémanique,* il y a en ce moment un seul titre, «Sonntags-Blick». Mais quelques projets sérieux sont en route.
- «Neues Sonntagsblatt», un projet de grande taille, avec six éditions régionales, un groupement de six maisons d'édition, le premier numéro verra le jour le 7 décembre 1986.[1]
- En outre, il existe un projet du groupe «Tagesanzeiger», Zürich, de publier un autre nouveau journal du dimanche, «Sonntags Zeitung». Parution: le 11 janvier 1987.

Reste à savoir si le marché en Suisse alémanique relativement étroit va consommer *trois* journaux dominicaux?

II. Les tendances

1. *La concentration de la presse va continuer*
soit dans le sens horizontal dans notre pays,
soit dans le sens multi-médial, c'est-à-dire qu'une grande entreprise de presse participe ou dirige une station de radio locale. Une telle Maison d'édition peut aussi s'intéresser ou même coopérer à d'autres nouveaux moyens de communication comme la télévision régionale, la télévision par câble et le vidéotex.

2. *Une certaine internationalisation des grandes entreprises,* «concern» multimédial, est inévitable.

Les tsars des médias sont:
- Rupert Murdoch
- Ted Turner
- Robert Maxwell
- Silvio Berlusconi
- Bertelsmann (Reinhold Mohn)

Des noms que vous connaissez tous très bien.

3. *Les coûts de la distribution matérielle des produits de presse* vont augmenter. – Cela exige que quelques entreprises de presse, même concurrentes, *coopèrent* sur les mêmes canaux pour distribuer leurs produits.

4. Une autre tendance, toute récente, *est la distribution immatérielle des pages écrites complètes.*

On pense à ce sujet à la transmission, via satellite, à l'imprimerie suisse, d'un numéro de «Newsweek», en provenance des Etats-Unis.

5. Pour la Suisse, *«the overspill» des médias étrangers va augmenter.* Pour ces médias écrits c'est déjà le cas aujourd'hui, mais pour les médias électroniques ce sera le cas demain!

III. Conclusions

A mon avis, la presse écrite conservera son rôle primordial dans l'ensemble des médias. Le seul danger que je vois vient *de la part des usagers des médias.*

Je m'explique: *Notre société post-industrielle et de l'information devient de plus en plus divisée.*

Les uns sont des grands utilisateurs *des médias écrits* soit la presse grand public et/ou la presse spécialisée, ainsi que des livres.

Les autres sont des grands utilisateurs *de la télévision.* Ce développement peut engendrer *deux* grands dangers:

a) la couche élitaire qui lit et écrit se consacre à une formation trop spécialisée. C'est une perte de la culture générale! On crée des «Fachidiots»!

b) une telle division des utilisateurs des médias provoque un *«increasing knowledge gap».* Il en résulte, une lacune de savoir entre deux grandes couches de la société.
«Die Gescheiten werden immer gescheiter! Und die Dummen immer dümmer!»

Et justement contre ces dangers d'une perte de notre culture littéraire *nous,* les journalistes, éditeurs et professeurs, nous devons travailler ensemble pour combattre cet analphabétisme moderne dans nos sociétés développées, connaissant *un «overflow of informations!»*

[1] *Die 6 Verlagshäuser heissen:* Basler Zeitung, Berner Zeitung, Bündner Zeitung, St. Galler Tagblatt, Vaterland, Züri Woche.
Gedruckt wird im kleinen Zeitungsformat mit mehreren Farbseiten. Der Druck selbst erfolgt dezentralisiert in Basel, Bern und St. Gallen.
Startauflage: 440 000 Exemplare. – Preis: Fr. 1.50.
Startkapital: 6 Millionen Franken.
Redaktion: einschliesslich Lokalredaktionen soll 35 Journalisten umfassen.
Verwaltung: Glattbrugg ZH
Siehe dazu «Züri Woche», vom Donnerstag, 18. September 1986, Kasten Seite 1, Neues Sonntagsblatt.

VI. Medienforschung: Nationales Forschungsprogramm 21

Im Rahmen des Nationalforschungsprogramms 21 (Kulturelle Vielfalt und nationale Identität) sind dieses Jahr einige Projekte im Bereich der Medienforschung von der Expertengruppe bewilligt worden. Das Schwergewicht dieser Projekte liegt auf den elektronischen Medien, vor allem den neuen Lokalradios, aber auch auf den internationalen Kommunikationsstrukturen und deren Auswirkungen auf die Schweiz: Untersuchungsthemen von grosser Aktualität, die bisher noch nicht oder kaum erforscht wurden, die aber von Bedeutung für unser kulturelles Leben sind.

Folgende Projekte werden Ende 1986 in Bearbeitung genommen:

Lokalradioszene Schweiz: Integration durch Partizipation?

Projekt eingereicht von Michael Schanne, Kaspar Luchsinger und Heinz Bonfadelli, Arbeitsgruppe RVO-Begleitforschung am Seminar für Publizistikwissenschaft der Universität Zürich.

Das Projekt will den Beitrag, den die lokalen Radioprogramme zur Integration kleinerer und grösserer Gemeinschaften leisten können, untersuchen. Es sollen die sozialstrukturellen Bedingungen, welche «aktive Hörer» dazu bewegen, wiederholt an Sendungen teilzunehmen, erforscht werden.

Massenmedien, Alltagskultur und Partizpation: die Lokalradios

Projekt eingereicht von Michael Haller, Büro für Kommunikations- und Medienforschung, Zürich.

Durch eine vergleichende Gegenüberstellung des kommerziell-professionellen Radios mit dem alternativ-amateuristischen Bürgerradio sowie durch den Vergleich zweier Städte (Zürich und Bern) sollen die Partizipationsfelder und -formen aktiver Hörerbeteiligung an der Programmarbeit analysiert werden.

Ziel des Projekts sind Aussagen und Einsichten über mögliche Erweiterungen lokaler Massenkommunikation mit integrativen Funktionen vor dem Hintergrund sich rasch wandelnder Formen der Mediennutzung sowie der Produktion von Alltagskultur als Kennzeichen von Urbanität.

Auswirkungen internationaler Kommunikationsstrukturen auf die schweizerische Medienkultur unter besonderer Berücksichtigung kultureller Souveränität und nationaler Identität

Projekt eingereicht Werner A. Meier, Seminar für Publizistikwissenschaft der Universität Zürich.

Das Ziel dieses Projekts liegt einerseits in der komplexen empirischen Erfassung der schweizerischen Auslandabhängigkeit im Bereich der elektronischen Medien (öffentlich-rechtliches und privates Fernsehen, sowie Kabel-, Abonnenten- und Satellitenfernsehen) und andererseits in der Etablierung einer theoretisch wie empirisch gehaltvollen Problem- und Datenbasis, die es erlaubt, verschiedene alternative Strategien aufzuzeigen, wie die Schweiz in Zukunft aktiver und effektiver als bisher an den aus struktureller Gründen einseitig interdependenten Austauschbeziehungen teilnehmen kann.

Le rôle de l'information dans la régionalisation de la Suisse romande

Projekt eingereicht von Professor Louis Bosshart und Adrienne Corboud, Institut für Journalistik und Kommunikationswissenschaft der Universität Freiburg.

Das Projekt will Geschichte und Gegenwart der Massenmedien in der Westschweiz darstellen und analysieren. Anhand verschiedener Indikatoren soll die Herausbildung der gegenwärtigen Medienlandschaft aufgezeigt werden. Durch Inhaltsanalysen wird versucht, das regionale Bewusstsein, die Befindlichkeit und Sensibilität der Romandie gegenüber fremden Einflüssen zu erfassen.

Soweit der Stand der bis Herbst 1986 angenommenen Forschungsprojekte auf dem Gebiete der Medien. Die ersten Forschungsergebnisse sollten in zwei Jahren vorliegen.

Ernst Bollinger
(Mitglied der Expertengruppe NFP 21)