

Zeitschrift: Collage : Zeitschrift für Raumentwicklung = périodique du développement territorial = periodico di sviluppo territoriale

Herausgeber: Fédération suisse des urbanistes = Fachverband Schweizer Raumplaner

Band: - (1995)

Heft: 3

Artikel: Moyens audio-visuels et aménagement du territoire

Autor: Tüscher, Walter

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-957553>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. 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. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

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. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

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. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 24.01.2026

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

TOUT LE MONDE EN PARLE. COMME D'UN "MUST". TOUT LE MONDE CROIT SAVOIR COMMENT FAIRE MAIS NE SAIT PAS LE FAIRE. ALORS: MOYENS AUDIO-VISUELS OU NON? AMATEURISME OU PROFESSIONNALISME? N'EST-CE PAS TROP DEMANDER À L'URBANISTE D'ÊTRE SON PROPRE MESSAGER?

Moyens audio-visuels et aménagement du territoire

► Walter Tüscher



Nan Hoover,
Performance

Une boîte à malice?

Moyens audio-visuels ! Mot magique! Comme s'il suffisait de dire "on fera une vidéo" ou "on fera un diashow" - puisque tout le monde (ou presque) a une caméra vidéo, fait de la photo, dispose d'un ou de deux projecteurs de diapositives et d'un enregistreur à cassette.

Erreur! Ou - plus souvent - leurre!

Erreur quand l'audio-visuel ne se révèle pas être le moyen idoine compte tenu du contexte et des buts assignés, ou quand il n'est pas réalisé d'une manière professionnelle.

Leurre parce que la qualité de la communication ne dépend pas de son support, ou parce que ce n'est pas le moyen audio-visuel qui améliore un produit, souvent confus par son contenu ou par sa présentation. Confus, car voulant trop dire - ou tout dire - au point que l'on ne distingue plus le message essentiel. Confus aussi parce que la matière (de l'aménagement du territoire surtout) est complexe avec des "contours" trop flous pour constituer un "produit" facilement communicable. L'expérience a montré - si l'on veut bien se poser la question - qu'après une analyse approfondie

des besoins en matière d'information, du public-cible, du cadre, des moyens financiers à disposition, une conclusion objective s'impose dans la majorité des cas: le moyen audio-visuel envisagé n'est que rarement adéquat, tout au plus une opportunité.

Apprenti sorcier ou Maître?

Réalisation professionnelle ou amateurisme? Voici ma réponse sous forme d'une autre question: admettriez-vous qu'un photographe ou qu'un vidéaste professionnel se considère comme suffisamment qualifié pour faire une étude d'aménagement, d'urbanisme, d'environnement, de transports, etc. ? Si la réponse est non, l'inverse doit être valable aussi: un urbaniste est-il à priori qualifié pour "jouer-au-train-électrique-audio-visuel"? Qu'il le fasse comme amateur, pour son plaisir ou s'adressant à un cercle restreint: rien à reprocher. Dans le cadre d'un mandat par contre, le mandant - et son public - ont droit à une prestation de qualité professionnelle. C'est une question d'efficacité, de déontologie aussi. Et pour cela, il faut mettre le prix.

Du pareil au même

Le constat s'impose: il y a trop de mauvais diashows ou vidéos commis autant par des professionnels que par des amateurs. Autant celui de la boîte de communication hyper-professionnelle qui, entre la production d'un spot vidéo vantant une marque de slip et une présentation multimédia d'une chaîne de production de brosses-à-dent, enfila la "confection" d'un "dia-show-du-dossier-directeur-de-la-ville-de-X-que-vous-pouvez-transférer-sur-vidéo-c'est-plus-simple" que celui du photo-club du coin ou encore celui de l'urbaniste-qui-veut-faire-passer-son-message.

En voici quelques caractéristiques:

- durée trop longue
- textes trop longs par rapport au temps de projection, pédants, suffisants, affectés, dogmatiques, solennels, suffisants - triiistes,
- textes à "lire" au lieu de textes à "écouter",

► Walter Tüscher
urbaniste FUS
architecte FAS
TEAM+, Fribourg

- absence "d'histoire", de dramaturgie, de mise en scène,
- "photos isolées" au lieu de "succession d'images",
- graphiques ou textes illisibles (trop d'informations, trop petits, trop abstraits, etc.),
- bande-son comprise comme "bruit de fond" au lieu de moyen d'expression,
- musique insipide (la "musique au mètre" coûte moins chère),
- mauvaise balance entre le message-image et le message-audio,
- montage hasardeux (lenteurs coupables, absence de rythme, de dynamique, etc.).

des plans et des textes. Plus simple, moins hermétique. L'attractivité pour le public pourrait y gagner. Dans le cas d'une exposition (le plus mauvais support d'information, c'est connu et éprouvé), pourquoi ne pas envisager une véritable "mise en scène" de celle-ci? Pourquoi ne pas utiliser à cet effet certains moyens audio-visuels, les libérer enfin de l'écran et de l'obscurité, de leur petit coin dans une expo?

Faux pas et faut pas faire

Il faut se demander si l'urbaniste, auteur d'une étude, est bien placé pour concevoir et réaliser lui-même la partie "communication". Et quand,

"Placés au bon endroit et sous un angle adéquat, nous pourrions même être convaincus de voir sécher de la peinture".

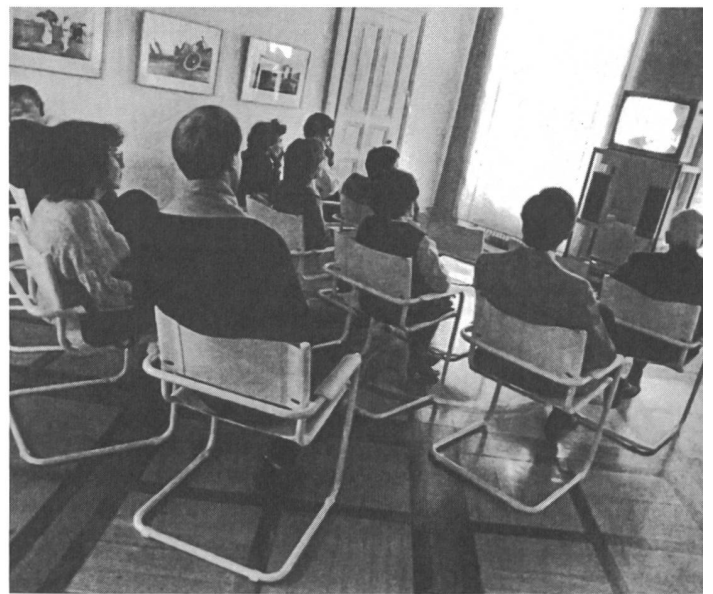
(Peter Greenaway,

THE STAIRS,

Genève 1994,

Le cadrage, catalogue)

15



Dans le cas d'une production professionnelle, le tout est techniquement parfait. Ça fonctionne et vous en avez pour votre cher argent - la créativité et le merveilleux en moins.

Dans le cas d'une réalisation d'amateur, ça ne fonctionne pas toujours bien et les erreurs dues au manque de métier sont trop flagrantes - malgré la bonne volonté. D'accord : l'avantage de l'amateurisme en la matière réside parfois dans sa sincérité: les maladresses peuvent se révéler touchantes! Dans les deux cas, c'est plus souvent la déprime que la joie. Mais n'est-ce pas propre à la matière, à l'aménagement du territoire - à notre profession - dont le moyen audio-visuel ne serait qu'un impitoyable révélateur?

Dans le doute abstiens-toi!

S'il y a hésitation entre une production professionnelle (c'est trop cher) et un bricolage d'amateur (ça ne coûte presque rien puisque c'est du loisir), le courage s'impose: renoncer! Simple-ment. Et pourquoi pas consacrer davantage d'énergie et d'argent à une présentation différente

par dessus le marché, il y a utilisation de moyens audio-visuels, doublée d'une réalisation d'amateur, ça peut relever du faux pas!

J'ai toujours refusé de réaliser des productions audio-visuelles dans le cadre de mes mandats. En effet: les priorités en matière de communication audio-visuelle ne coïncident que rarement avec celles que se fait l'auteur de l'étude - voire son mandant. Le langage n'est pas le même: l'image projetée est furtive et non statique comme un plan ou une brochure. De plus, elle ne laisse, auprès du spectateur, aucune trace vérifiable. Le contenu, les points forts, les éléments à mettre en évidence, les messages à souligner ne sont pas les mêmes pour un document écrit que pour une vidéo ou un diashow.

Le mandant, souvent des collectivités publiques, n'est pas en meilleure posture que son mandataire. Il a trop tendance à l'autocensure. A vouloir tout et trop dire, noyer le poisson, occulter un possible message audio-visuel par un flot de paroles sous prétexte de ne rien omettre ou de prévenir un éventuel reproche de "manipulation de l'opi-

Alle reden davon. Wie von einem «must». Jeder meint etwas davon zu verstehen, ohne zu wissen wie man es macht. Also: Audiovisuelle Mittel, ja oder nein? Amateur oder Profi? Der Planer soll sein eigener Vermittler sein: Ist das nicht etwas zuviel verlangt?

nion publique". En plus, il y a la hantise du "socialement acceptable".

Ben quoi alors ?

L'utilisation de moyens audio-visuels impose un regard différent, une certaine distance par rapport au contenu technique de l'étude, une indépendance vis-à-vis du couple mandant-mandataire. C'est une des premières conditions, me semble-t-il, pour que le moyen audio-visuel soit non seulement efficace, mais qu'il procure ce qui manque trop souvent aux plans et aux textes des plaquettes ou des expositions: un moment de plaisir, quelques instants de spectacle, sans pour autant tomber dans le spectaculaire.

Celui à qui vous voulez confier une production audio-visuelle doit être proche de la matière qu'il est sensé communiquer, soit par sa formation, soit par son expérience ou par son intérêt. Il la comprendra et la transmettra plus facilement. Il doit connaître les ficelles du métier. Il doit savoir conseiller et – plus souvent – déconseiller. Au besoin, il s'entourera d'autres spécialistes qui connaissent les difficultés et les pièges de l'audio-visuel. Ensemble, ils sauront exploiter les potentialités de ce support particulier de la communication – et d'expression – que sont les moyens audio-visuels. Le plus difficile pour lui sera de faire comprendre à l'auteur de l'étude et à son mandant – qu'ils doivent lever le pied, passer le témoin. Il faut de la patience pour faire comprendre que "less is

interview

WIE ENTSTEHT AUS EINER RAUMPLANUNGSTHEMATIK EIN THEMA FÜRS LOKALFERH-
SEHEN? WELCHE THEMEN SIND GEEIGNET, UM AUSGESTRAHLT ZU WERDEN? DER PRO-
GRAMMLEITER VON TELEBÄRN, FREDI HÄMMERLI GIBT AUSKUNFT.

Raumplanungsthemen im Lokalfernsehen

► Für collage: Andreas Gerber

**TELEBÄRN – Das Fernsehen für die Region Bern
Solothurn Freiburg**

Telebärn, vermutlich das jüngste Kind in der
Schweizer Lokalfernsehe-Szene hat am 8. Juni
1995 sein 100. Sendung ausgestrahlt.

Telebärn sendet ein täglich wechselndes Voll-
stundenprogramm. Jede Sendeeinheit beginnt
um die volle Stunde mit den News.

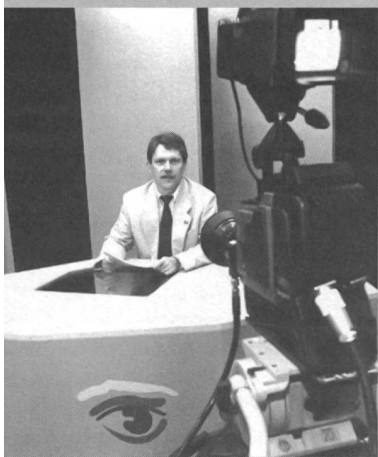
collage: Wie entsteht aus einer Raumpla-
nungsthematik ein Thema für das Lokalfernse-
hen?

Betroffenheit ist die Voraussetzung damit eine Pro-
blematik aus der Raumplanung zu einem Fern-
sehbeitrag werden kann. Die Bevölkerung oder
spezielle Interessengruppen, z.B. Grundeigentü-
mer in einem Quartier, müssen erkennen können,
was sich für sie ändert.

Nehmen wir ein konkretes Beispiel: Telebärn
hat kürzlich einen Beitrag zur Planung Gas-
werkareal Biel gesendet. Wie ist es dazu ge-
kommen, woher ist der Anstoss dazu gekom-
men?

Den Anstoss hat ein Gerücht zu Altlastfragen, das
uns zugetragen wurde, gegeben. Im Laufe unse-
rer Nachforschungen hat sich dann gezeigt, dass
das Hauptproblem vielmehr bei einer schleppen-
den Realisierung vorhandener Pläne liegt. Mit an-
deren Worten eine falsche Hypothese hat uns auf
eine interessante Spur gebracht. Hier waren meh-
rere Kriterien, die einen guten Beitrag ausmachen,
erfüllt: Es geht um eine grosses Gebiet, das viele
Menschen interessiert, um viel Geld und nicht zu-
letzt um einen politischen Konflikt, der das ganze
spannend macht. Der letzte Punkt ist besonders
wichtig: Inhalte, die keinen Konflikt enthalten, die
nicht kontrovers sind, interessieren niemanden,
sie werden gar nicht zu einem Thema. Gerade die
Raumplanung ist ja kein Nullsummenspiel, bei dem
letztlich alle zufrieden dasitzen; es gibt Gewinner
und Verlierer und das sichtbar zu machen, ist
spannend.

Sie sagen, beim erwähnten Bieler Beispiel seien
sie aufgrund eines Gerüchtes, das Ihnen über per-
sönliche Beziehungen zugetragen worden ist,
gestossen. Sind sie auch interessiert an Themen,
die Ihnen Fachleute, also Planer zutragen?



more". Qu'ils doivent, les uns et les autres, faire confiance. Que le "story board" le plus détaillé ne peut donner, au non-spécialiste, ne serait-ce qu'une idée approximative du produit final. Qu'il faut laisser au spécialiste le soin de traduire et de communiquer le savoir du mandant en termes de voir et d'entendre.

Un faux débat

Alors, en fin de compte et de ce "conte", la question entre le professionnalisme et l'amateurisme est un faux débat. C'est gagné quand le produit est de qualité, quand on a plaisir à le voir et à revoir, quand il procure ce petit plaisir en plus, quand il se démarque un peu de ce qu'on a l'habitude de voir à la télé. Plus personne ne deman-

dera qui en était le réalisateur et quelles étaient ses qualifications. L'important c'est l'imagination et la créativité - avec le métier en plus. Ce dernier peut s'apprendre, lui. Une seule réserve : ne faites pas payer aux mandants votre apprentissage!



Selbstverständlich, das ist auch der häufigste Fall, indem wir durch Pressecommuniqués oder aufgrund einer Pressekonferenz auf ein Thema stossen. Hier besteht die Möglichkeit, uns von Experten erklären zu lassen, was an einer Sache interessant sein könnte. Häufig ist es aber so, dass aufgrund von Pressecommuniqués die für uns interessanten Themen gar nicht erkennbar sind. Man muss doch sehen, Raumplanung ist nicht nur komplex, sie hat auch den Ruf langweilig zu sein und stösst bei vielen Leuten auf Abwehr. Man denkt dabei an irgendwelche Pläne, die niemand lesen kann, deren Inhalte unverständlich sind. Planungswerke, irgendwelche abstrakten Konzepte sind für uns noch keine Grundlage für interessante Beiträge. Was die Zuschauer interessiert sind konkrete Konflikte z.B. ein Sportplatz, der in der Landwirtschaftszone realisiert werden soll, wo die Interessen von Sporttreibenden und Landschaftsschützern aufeinanderprallen.

Können Sie sich auch vorstellen, dass Planer bereits mit einem Konzeptvorschlag für einen Fernsehbeitrag zu Ihnen kommen?

Natürlich, nur müssen sie sich gefallen lassen, dass wir relativ willkürlich über dessen Ausstrahlung entscheiden. Willkürlich deshalb, weil die jeweiligen Tagesaktualitäten beim Entscheid eine wichtige Rolle spielen. Hinzu kommt, dass wir personell noch sehr eng dotiert sind. Für den Beitrag, wie derjenige über die Gaswerkarealplanung Biel, waren für eine Sendezeit von 2 - 3 Minuten ca. eine Woche Arbeit von einer Person nötig. Von daher sind wir natürlich froh, wenn jemand kommt, uns sagt, was das Problem ist und wie es sich darstellen lässt. In dem Sinne sind wir die ersten 'Zuschauer': wenn es nicht gelingt uns von einem Vorhaben zu überzeugen, dürfte es auch für uns schwierig sein, unser Zielpublikum zu interessieren.

Wie soll ein Planer konkret vorgehen, wenn er denkt, einen für Ihr Publikum interessanten Beitrag zu haben?

Am besten macht er uns auf einer A4-Seite einen Vorschlag mit der Beschreibung des Problems und der wichtigsten Akteure.

Als Sendegefäss stehen dafür die täglichen News zur Verfügung. Es gibt noch zwei weitere Möglichkeiten, die jedoch nur für spezielle Fälle vorgesehen sind: Ein wöchentlicher Dokumentarfilmbeitrag mit der Darstellung persönlicher Einzelschicksale, die durchaus mit einer raumplanerischen Thematik verbunden sein können. Dann gibt es noch den Sonntagsklub; hier können bestimmte Themen durch verschiedene Exponenten diskutiert werden.

Wie gut ist in Ihrer Praxis die Zusammenarbeit zwischen Fach- und Medienleuten? Gibt es da bestimmte Schwierigkeiten z.B. der Sprache der Verständigung?

Im grossen und ganzen haben wir hier keine Probleme. Auskünfte, die wir brauchen, erhalten wir auch; es sei denn, bestimmte, meist politische Gründe würden eine Fachperson hindern, offen auszusagen. Es sind eher Probleme der Verständigung, die damit zu tun haben, ob es einer Fachperson gelingt, die für uns Medienleute interessanten Punkte sichtbar zu machen. Wer bei uns lediglich Planungsergebnisse vorstellen will, hat keine Chancen, berücksichtigt zu werden. Ein Beispiel: Die Darstellung des Masterplans Bern interessiert doch niemanden. Ideen für einen autofreien Bahnhofplatzes dagegen können auf breites Interesse stossen. Der emotionale Gehalt verbunden mit aussagekräftigen Bildern spielt eine eminent wichtige Rolle, wenn es darum geht, Zuschauer für ein Problem zu interessieren.

Comment générer à partir de la problématique de l'aménagement du territoire un sujet pour une tv locale? Quels sont les sujets qui se prêtent à la diffusion? Le responsable des programmes de «Telebär» répond aux questions.

Herr Hämmerli, danke für das Gespräch.

► Andreas Gerber
Redaktionsmitglied