

Zeitschrift: Domaine public
Herausgeber: Domaine public
Band: 23 (1986)
Heft: 825

Artikel: Guillaume Chenevière face à l'ARTED : "La TV romande restera un service public"
Autor: Miserez, Marc-André
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1022939>

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: 23.01.2026

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

«La TV romande restera un service public»

Dans notre dernier numéro, nous regrettions le manque de coordination entre les entreprises qui organisent des conférences de presse le même jour, contraignant les journalistes à des choix douloureux. L'Association romande pour une radio-télévision démocratique (ARTED) est tombée dans le piège en invitant Guillaume Chenevière le samedi 14 juin, soit au moment où les spécialistes des médias participaient au séminaire patronné par «L'Hebdo» sur l'avenir du Vidéotex. Résultat: seuls DP et «La Liberté» étaient représentés. Dommage, car même si M. Chenevière n'a pas annoncé de changements spectaculaires dans la conception d'une télévision que le public romand connaît bien et apprécie à sa juste valeur, les quelques quinze personnes ayant répondu à l'invitation ont pu prendre part à un dialogue d'une durée tout à fait inhabituelle: plus de deux heures et demie.

Les commentateurs n'avaient pas manqué, en son temps, de relever le fait que la succession de Jean Dumur soit confiée à un «saltimbanque». Fallait-il y voir une volonté de faire de l'austère TV romande une sorte de chaîne «légère», à l'orientation calquée sur celle des télévisions commerciales? Le nouveau directeur a immédiatement rassuré son auditoire sur ce point: pour pouvoir continuer décemment à percevoir une taxe, la TVR doit s'efforcer de remplir sa mission de service public, qu'il définit comme celle d'une «chaîne nationale, généraliste, capable de répondre à toutes les attentes des minorités. Elle doit poser un regard critique sur l'actualité du pays et présenter un point de vue national sur ce qui se passe au-delà de nos frontières. Elle doit également stimuler la culture et la création locales, tout en restant ouverte aux créateurs extérieurs».

Il n'empêche que l'arrivée imminente des programmes par satellite va encore modifier notre manière de regarder la télévision. Une chaîne publique ne peut plus se donner pour idéal d'être uniquement

un moyen de formation, une sorte de «grande école pour tous». En Europe, la BBC a été la première à devoir affronter la concurrence d'une chaîne privée. Pour n'avoir pas pris au sérieux la menace que représentait ITV, les dirigeants ont vu en quelques mois leur audience tomber à moins de 25%. La chaîne publique s'est donc vue obligée de créer un secteur divertissement dans ses programmes. Le résultat est souvent cité comme exemplaire. Ce cas d'école nous apprend qu'aucune télévision ne peut se permettre de mépriser la concurrence des programmes commerciaux. L'argument qui veut que la qualité se vende toujours est hélas trompeur. La réalité lui apporte de cinglants démentis. Que l'on prenne pour seul exemple l'incroyable succès des gauloiseries de Stéphane Collaro sur TF1, dont l'inanité n'a d'égal que l'enveloppe de leur animateur.

INQUIÉTUDES

Certains propos de l'orateur n'ont pas manqué de susciter les craintes des membres de l'ARTED. Ainsi, M. Chenevière ne se déclare pas du tout opposé au principe du sponsoring pour des émissions de télévision. Mais attention: il ne s'agirait pas de «vendre» des temps d'antenne à des quelques annonceurs camouflés, comme cela peut se faire aux Etats-Unis. Le sponsoring ne s'appliquerait qu'à des programmes pour lesquels l'intervention d'un groupe financier n'aurait aucune influence sur le contenu de l'émission. D'accord pour le concert que l'UBS ou la Migros voudraient offrir au téléspectateurs, mais pas question de parainage pour une émission d'information. Il n'y a pas lieu, lorsque l'on parle de sponsoring, d'agiter l'épouvantail du virage vers une télévision orientée exclusivement sur le taux d'audience au mépris de sa mission envers les publics minoritaires. Dont acte.

Autre crainte de l'ARTED: l'orateur se montre étonnamment serein en ce qui concerne le débat sur la politique des médias qui va s'ouvrir prochainement avec la nouvelle loi sur la radio-TV. Il semble minimiser les pressions politiques qui ne vont pas manquer de s'exercer à l'encontre de la SSR. Ici, il convient d'être plus nuancé: M. Chenevière n'a pas caché que la TV romande doit bien souvent «racler ses fonds de tiroirs» pour maintenir son offre de programmes. Si les milieux, particulièrement forts en Suisse alémanique, qui entendent mettre fin au monopole parviennent à imposer des coupes sombres dans le budget de la SSR, les conséquences seront dramatiques au point que le nouveau directeur «préfère ne pas y penser».

Mais pour le reste, il se montre résolument optimiste et volontariste. Selon lui, la télévision est une formidable usine à création où chacun se sent appelé à participer à la consolidation des acquis et au développement des points faibles. Du côté des premiers, M. Chenevière cite le secteur information/magazines (une tradition de la maison) et le département fiction, en progrès constant. Les canards boiteux se situent du côté du divertissement (variétés et culture locale).

La télévision suisse romande voit donc son avenir avec sérénité; on pourra regretter que Guillaume Chenevière — par ailleurs brillant orateur et maniant l'humour avec un à-propos certain — se soit montré si discret quant à d'éventuelles nouvelles émissions, notamment celles qui favoriseraient une interactivité entre le public et les professionnels. Il semble que cela entrerait tout à fait dans la mission de ce qu'il qualifie lui-même de «télévision de village». Entre les «Jeux de vingt heures» et «Table Ouverte», il devrait y avoir moyen de trouver une formule intermédiaire qui corresponde à la mentalité et à la réserve naturelle des Romands. Laissons au successeur de Jean Dumur le bénéfice du doute et ne tranchons pas quant à savoir si cette discréption est la marque d'une volonté de ne pas dévoiler ses batteries ou celle d'une absence de projets.

M.A.M.